

---

## IDENTITAS BUDAYA INDONESIA DALAM GIM DIGITAL “SPACE FOR THE UNBOUND”

Aprhodite Tanudjaja<sup>1</sup>, Raden Hadapiningrani Kusumohendrarto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, STSRD Visi Indonesia  
audi.tanu@gmail.com<sup>1</sup>, kusumohendrarto@gmail.com<sup>2</sup>

---

### INFO ARTIKEL

---

**Riwayat Artikel :**

Diterima : 15 Desember 2022

Disetujui : 5 Maret 2023

---

**Kata Kunci :**

Permainan, Edukasi, Identitas,  
Budaya, Indonesia

---

### ABSTRAK

Game Digital adalah salah satu metode paling populer untuk mendidik dan menyampaikan informasi identitas dengan cara yang lebih menyenangkan dan menarik. “Space for the Unbound” secara tidak langsung mengedukasi pemainnya dalam bentuk gameplay dan penceritaan tentang kehidupan remaja Indonesia yang penuh konflik dan penuh petualangan. penelitian ini akan menggunakan metode observasi kualitatif untuk menganalisis permainan Space for the Unbound. Kemunculan game space for the unbound dapat memberikan edukasi secara tidak langsung berupa pengetahuan tentang identitas, budaya, lingkungan, dan gaya hidup Indonesia di era 90-an yang sangat didukung dengan pixel art sebagai pilihan gaya visual, meningkatkan rasa nostalgia dan familiar bagi para pemain.

---

### ARTICLE INFO

---

**Article History :**

Received : December 15, 2022

Accepted : March 5, 2023

---

**Keywords:**

Games, Education, Identity,  
Culture, Indonesia

---

### ABSTRACT

*Digital games are one of the most popular methods to educate and convey identity information in a fun and engaging way. "Space for the Unbound" indirectly educates its players in the form of gameplay and tells stories about the lives of Indonesian teenagers who are full of conflict and full of adventure. This study will use qualitative observation methods to analyze the game Space for the Unbound. The appearance of the game space for the unbound can indirectly provide education in the form of knowledge about Indonesian identity, culture, environment, and lifestyle in the 90s era, which is strongly supported by pixel art as a visual style choice, increasing a sense of nostalgia and familiarity for the players.*

## 1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya dan keunikan di dalamnya. Budaya Indonesia sangat beragam, mulai dari gaya hidup, lingkungan, tradisi, Bahasa, bahkan hingga gaya komunikasi. Budaya sendiri merupakan sebuah unsur identitas kuat yang dimiliki oleh sebuah negara, karena lewat budayalah sebuah negara bisa menjadi unik, menarik, dan memiliki potensi untuk dikenal karena keberagamannya. Hal ini tentunya menjadi daya tarik tersendiri jika dipandang dari lensa pandang masyarakat yang tidak berasal dari Indonesia, terutama seseorang yang masih belum mengetahui sama sekali tentang kultur di negara ini.

Salah satu metode edukasi yang menarik adalah gamifikasi materi, informasi dan pesan yang mau disampaikan kepada masyarakat luas. Salah satu pemberian edukasi yang menarik untuk generasi muda ialah dengan penggunaan media *game* (Syifa Usya Sya'ban, 2021). Didukung oleh pendapat Pratama (2019) *game* edukasi merupakan media pendidikan yang menarik secara visual dan materi yang disampaikan bisa kompleks, namun tetap menyenangkan. Untuk mendukung suatu *game*, tentunya tampilan visual menjadi salah satu peran penting untuk membangun citra dan *storytelling* dari *game* tersebut. Pixel Art adalah salah satu gaya visual pada *game* yang kontemporer. Pixel Art juga menawarkan visual yang unik, dengan produksi yang jauh lebih terjangkau dan tidak memakan waktu terlalu lama, tanpa mengubah kualitas pesan atau informasi yang ingin disampaikan (Zufri, 2022). Selain itu, gaya visual pixel art sudah mulai naik daun di komunitas developer dan *game* Indonesia, beberapa di antaranya adalah *A Space for the Unbound*.

*A Space for the Unbound* merupakan permainan digital yang dibuat oleh Mojiken dan dipublikasikan oleh Toge Productions bergenre kehidupan sehari-hari remaja SMA yang diangkat pada tahun 90-an. Uniknya, gim ini diperjual belikan di komunitas gim internasional, yaitu Steam. Hal ini tentunya memberi kesempatan untuk pemain yang berasal dari berbagai negara untuk lebih mengenal dan mempelajari budaya serta kehidupan di Indonesia melalui identitas visual yang disajikan lewat alur cerita dalam gim.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk mengamati fenomena sosial yang faktual dan tidak dilebih-lebihkan, serta berfungsi untuk mengenal dan memahami objek yang diteliti lebih dalam (Fadli, 2021). Metode yang digunakan penulis adalah metode penelitian observasi kualitatif, yang mana metode diterapkan dalam konteks natural dan apa adanya, dan lebih berfokus untuk mengidentifikasi konsep-konsep dan kategori peristiwa, serta memberi makna dari subjek penelitian atau amatan (Hasanah, 2016).

## 3. Pembahasan

### 3.1. Deskripsi Data

*A Space for the Unbound* merupakan permainan digital asal Indonesia bergenre *Slice of Life* yang mengangkat kehidupan anak remaja SMA di desa dan menggunakan tema tahun 90-an untuk visual dan *storytelling*-nya. Di produksi oleh Toge Productions dan Mojiken Studio, rencananya *game* ini akan dirilis di beberapa platform, diantaranya adalah PS4, PS5, Xbox One, Xbox Series S/X, dan PC (via steam). *Game* ini juga berhasil menyabet penghargaan di Japan Game Awards yang merupakan rangkaian acara dari Tokyo Game Show 2022 di kategori Future Division.



Gambar 2. A Space For the Unbound  
(Sumber: Toge Productions)

A Space for the Unbound juga merupakan salah satu game nusantara yang menggunakan gaya visual pixel art yang mendukung emosi nostalgia 90-an yang ingin diekspresikan oleh kreator. Pemain game era 80-90an atau lebih akrab dipanggil generasi millennial, adalah generasi pertama yang mulai memainkan video game dengan gaya pixel art. (Silber, 2016)



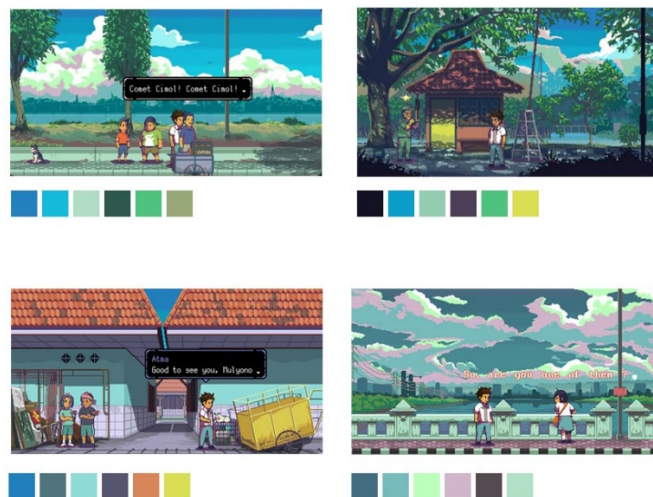
Gambar 3. Gameplay dengan Gaya Pixel Art  
(Sumber: Gamerwk.com)

### 3.2. Analisis Game

Data yang sudah didapatkan dari *A Space of The Unbound* akan diidentifikasi dan diolah dari segi penyampaian informasi dan pengenalan budaya Indonesia ke wilayah global. Analisa juga akan fokus kepada identitas visual dan *artstyle* pada game, karena game baru masih akan dirilis tahun depan.

#### 3.3.1 Warna

Dimulai dari pemilihan palet warna yang digunakan, game ini cenderung menggunakan warna-warna yang dingin.



Gambar 4. Analisa palet warna dari frame gameplay berbeda  
(Sumber: Mojiken Studio)

Penulis mengumpulkan 4 buah frame dari adegan berbeda pada gameplay. Dapat dilihat pada gambar dan palet warna yang dominan, beberapa diantaranya adalah warna seperti biru, hijau dan ungu. Jika dikaitkan dengan teori warna, emosi yang ingin diekspresikan dari visual warna ini adalah kesan sejuk, asri, rindang dan tenang. Visual ini juga berkaitan dengan era 90-an dimana masih banyak pepohonan dan udara masih sejuk karena polusi masih minim. Selain menggambarkan era, visual palet warna juga mewakili iklim Indonesia yang tropis, dimana pohon-pohon dan tumbuhan bisa tumbuh dan berkembang di setiap musimnya.

### 3.3.2 Unsur Identitas Kebudayaan

Analisa juga meliputi pembahasan tentang kultur Indonesia, tepatnya di Pulau Jawa yang divisualisasikan oleh Mojiken Studio dalam elemen identitas visualnya. Klasifikasi budaya akan disesuaikan dengan 3 wujud kebudayaan, yakni : *ideas* (gagasan), *activity* (aktivitas), dan *actifact* (artefak), sesuai dengan Honigmann (1959). Sementara untuk identitas visual game sendiri akan dibagi menjadi *Character Design* (desain karakter) dan *Environment Design* (desain lingkungan), sesuai dengan bentuk seni dalam Video Game (Solarski, 2012). Berikut beberapa Analisa identitas kebudayaan Indonesia yang diambil dari *game* Space of the Unbound :

#### 1. Objek Identitas Budaya : Ibu-ibu rumahan



- Deskripsi : Di Asia, tidak jarang kita menjumpai ibu-ibu rumahan yang hobi bergosip (bercerita tentang kehidupan rumah tangga terutama) ketika mereka saling bertemu.
- Jenis Visual : Character Design
- Jenis Kebudayaan : Budaya Aktivitas

#### 2. Objek Identitas Budaya : Anak SMA di Indonesia



Deskripsi : Anak SMA di Indonesia memiliki identitas seragam dengan warna Putih Abu-Abu yang pastinya berbeda dari negara lainnya  
Jenis Visual : Character Design  
Jenis Kebudayaan : Budaya Artefak

### 3. Objek Identitas Budaya : Satpam Kompleks Rumahan



Deskripsi : Satpam kompleks (hansip) di wilayah Jawa terutama pada masa itu seringkali memakai seragam hijau muda lengkap beserta topinya  
Jenis Visual : Character Design  
Jenis Kebudayaan : Budaya Artefak

### 4. Objek Identitas Budaya : Bapak-bapak Kompleks Rumahan



Deskripsi : Di Indonesia terutama di Jawa, seringkali kita bisa menjumpai sosok bapak-bapak yang sedang bersantai atau beristirahat di lingkungan rumah dengan pakaian sederhana seperti singlet, sarung dan peci. Sehingga menjadi identitas yang khas di setiap sudut rumah  
Jenis Visual : Character Design  
Jenis Kebudayaan : Budaya Artefak

### 5. Objek Identitas Budaya : Pedagang Cimol



- Deskripsi : Cimol merupakan identitas jajanan khas dari kebudayaan Sunda yang dapat ditemui di sekitar daerah Jawa Barat atau pulau Jawa. Biasanya cimol dijual berada di dekat atau depan pintu sekolah-sekolah.
- Jenis Visual : Environment Design & Character Design
- Jenis Kebudayaan : Budaya Aktivitas & Budaya Artefak

#### 6. Objek Identitas Budaya : Kucing jalanan



- Deskripsi : Indonesia merupakan salah satu negara yang kucing liarnya bisa dijumpai dimana-mana, terutama di kompleks perumahan. Sehingga mayoritas penduduk juga terbiasa ramah dengan kucing-kucing ini.
- Jenis Visual : Environment Design
- Jenis Kebudayaan : Budaya Gagasan & Budaya Artefak

#### 7. Objek Identitas Budaya : Hajatan/ pesta pernikahan di pinggir jalan depan rumah



- Deskripsi : Di Jawa, banyak dijumpai pesta hajatan yang digelar di pinggir jalan depan rumah orang yang punya hajatan atau di dalam kompleks perumahan lengkap dengan tenda dan janur kuning di depannya
- Jenis Visual : Environment Design

Jenis Kebudayaan : Budaya Gagasan & Budaya Aktivitas

8. Objek Identitas Budaya : Mural komunitas Bonek (supporter klub bola)



Deskripsi : Bonek merupakan salah satu identitas klub bola penggemar PERSEBAYA yang lambangnya sering dibuat mural di Kawasan Surabaya. Mural juga sering ditemukan di dinding-dinding bangunan di Jawa menyesuaikan tempat dan klub penggemarnya.

Jenis Visual : Environment Design

Jenis Kebudayaan : Budaya Aktivitas

9. Objek Identitas Budaya : Toko Kelontong

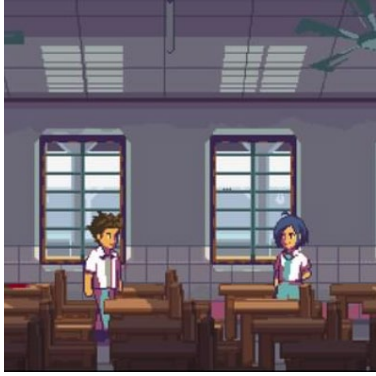


Deskripsi : Toko kelontong atau toko serba ada merupakan sebuah usaha rumahan (berada di bagian depan rumah atau masih dalam satu lingkungan rumah) yang biasanya menjual berbagai keperluan rumah tangga hingga jajanan. Visual toko kelontong juga sudah mewakili mayoritas toko kelontong di Indonesia atau Jawa pada umumnya

Jenis Visual : Environment Design

Jenis Kebudayaan : Budaya Aktivitas & Budaya Artefak

10. Objek Identitas Budaya : Ruang Kelas SMA



- Deskripsi : Ruang kelas sekolah umum negeri biasanya khas dengan kursi dan meja kayu, jendela besar, serta bentuk bangunan yang sudah agak tua (khas pembangunan pada saat itu). Karena AC juga masih jarang ditemukan, biasanya jendela dibuka lebar.
- Jenis Visual : Environment Design
- Jenis Kebudayaan : Budaya Artefak

#### 11. Objek Identitas Budaya : Nongkrong di Warung Bakso



- Deskripsi : Siswa-siswi di Jawa juga akrab dengan warung bakso, dimana harganya lebih pas di kantong atau uang jajan anak remaja pada umumnya, dan biasa dibuat bercengkrama bersama
- Jenis Visual : Environment Design
- Jenis Kebudayaan : Budaya Aktivitas & Budaya Artefak

Adapun penjelasan identitas budaya Indonesia pada game “Space For The Unbound” di atas sudah sangat mewakili apa yang terjadi pada saat itu di Indonesia. Penggunaan gaya ini sampai sekarang masih cukup populer dan masih sering digunakan oleh para developer ke dalam game modern dengan gaya pixel art, seperti game *Stardew Valley*, *Eastward* dan *Coffee Talk*.



Gambar 5. Stardew Valley (kiri), Eastward (tengah), dan Coffee Talk (kanan)  
(Sumber: google image)



Pendekatan kepada pemain dengan penggunaan gaya pixel art adalah pilihan yang tepat dan sesuai dengan teori pixel art sebagai pemicu nostalgia (mengingat adanya latar *game* yang diambil dari era 90-an) sekaligus menjadi media edukasi penyebaran identitas budaya Indonesia secara tidak langsung kepada setiap pemain, baik dari Indonesia maupun mancanegara. Sehingga dengan adanya pendekatan yang digunakan dalam *game* Space For The Unbound akan jauh lebih *familier* oleh para pemain terutama gaya visual ikonik, simbol identitas budaya yang unik .

#### 4. KESIMPULAN

Dari game *A Space for the Unbound*, kita dapat mengetahui adanya identitas budaya Indonesia dapat menjadi sebuah nilai daya tarik yang dapat dikembangkan ke dalam *game digital* secara baik, menarik, dan bahkan budaya Indonesia dapat memikat hati para audiens dari mancanegara. Selaras dengan Wijaya (2013) menyatakan bahwa setiap orang memiliki unsur persepsi kedekatan terhadap citra yang diterimanya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga adanya citra tersebut dapat membentuk identitas atau kesan dari obyek yang diterima seseorang melalui media apapun. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi, kebudayaan Indonesia juga berpotensi menjadi daya tarik, bahkan hanya melalui visualisasi dari game digital.

Seseorang berpotensi akan mengenali *image* melalui simbol, cerita, isu, makna, atau citra yang disajikan kepada khalayak (Eric J. Arnould, 2005). Penggunaan identitas budaya yang dikemas dalam media game digital dapat menjadi daya tarik terutama dalam pendekatan edukasi pada permainan saat ini. Hasil dari analisa ini menjadi acuan peran desain grafis sebagai pendukung identitas visual dari sebuah *game* sangat berpengaruh besar terutama dalam pengenalan budaya Indonesia ke mancanegara.

#### REFERENCES

- Balakrishnan, M. S. (2009). Strategic branding of destination: a Framework. *European Journal of Marketing*, 611-629.
- Colleen Mackleen, J. S. (2016). *Game, Design, and Play : A Detailed Approach to Iterative Game Design*. United States: Pearson Education, Inc.
- Eric J. Arnould, C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 868-882.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, Vol. 21. No. 1, 33-54.
- Hasanah, H. (2016). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI. *Jurnal at-Taqaddum*, Vol. 8, No. 01, 21-46.
- Henry, S. (2010). *Cerdas dengan Game Panduan Praktis bagi Orangtua dalam Mendampingi Anak Bermain Game*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jennifer Dawe, M. H. (2019). *Make Your Own Pixel Art*. San Fransisco: No Starch Press, Inc.
- Karl M. Kapp, L. B. (2014). *Gamification of Learning and Instruction Fieldbook*. San Fransisco: Wiley.
- Pratama, N. E. (2019). Potensi Game Edukasi Dalam Upaya Pelestarian Batik Indonesia. *AKSA JURNAL KOMUNIKASI VISUAL*, Vol. 3, No. 1, 370-378.

- Rodney C. Runyan, P. H. (2006). Getting customers downtown: the role of branding in achieving success for central business districts. *Journal of Product and Brand Management*, 48-61.
- Saiful Anwar Matondang, Y. S. (2015). *Teori Kebudayaan Interaksi Lokal dengan Wisata Regional dan Global*. Medan: Perdana Mitra Handalan.
- Silber, D. (2016). *Pixel Art for Game Developers*. Boca Raton: Taylor & Francis Group.
- Solarski, C. (2012). *Drawing Basics and Video Game Art: Classic to Cutting-Edge Art Techniques for Winning Video Game Design*. New York: WatsonGuptill Publications.
- Sulianta, F. (2015). *Teknik Meracik Warna dan Koreksi Pixel*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Syifa Usya Sya'ban, d. (2021). Perancangan Board GameEdukasi Satwa Endemik Pulau Jawa Untuk Anak Usia 7 Hingga 11 Tahun. *AKSA JURNAL KOMUNIKASI VISUAL* Vol. 4, No. 2, 600-613.
- Wijaya, B. S. (2013). Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication. *European Journal of Business and Management*, 55-65.
- Zufri, T. (2022). Pixel Art for Game Character Design. *Journal of Games, Game Art, and Gamification*, vol. 07, No. 01, 27-31.