

RUANG PAMER DIGITAL DALAM MEDIA VIRTUAL REALITY SEBAGAI UPAYA MENYEDIAKAN RUANG PAMERAN INTERAKTIF

Genta Noverda Putra¹, Yoni Sudiani², Eva Yanti³

Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Padangpanjang

E-mail : sudianiyoni@gmail.com

ABSTRAK

Perancangan ruang pameran digital dalam media virtual reality sebagai upaya menyediakan ruang pameran interaktif merupakan upaya perancangan sebuah wadah, inovasi, teknologi dan seni, yang di harapkan dapat menunjang proses keratifitas para pekerja keratif dalam berpameran didalam keterbatasan ruang berpameran, diharapkan dengan adanya ruang pameran digital ini dapat menghadirkan seniman seniman baru yang mana bisa terus berinovasi bagi bangsa dan negara. Metode yang digunakan dalam proses ruang pameran digital dalam media virtual reality sebagai upaya menyediakan ruang pameran interaktif adalah analisis SWOT, proses perancangan identitas visual ini dimulai dari mengumpulkan data, melakukan riset, *brainstorming*, stud, sketsa alternatif, dan studi warna hingga terpilih sebuah final desain. Desain terpilih kemudian diaplikasikan kepada berbagai media pengaplikasian seperti: *aplikasi Virtual reality, social media, controller guide, poster, video trailer, website serta sticker*.

Kata Kunci: Digital, Ruang Pamer, Virtual Reality

ABSTRACT

The design of digital showrooms in virtual reality media as an effort to provide interactive exhibition spaces is an effort to design a forum, innovation, technology and art, which is expected to support the creative process of creative workers in exhibiting within the limitations of exhibition space, it is hoped that with this digital showroom can present new artists who can continue to innovate for the nation and state. The method used in the digital showroom process in virtual reality media as an effort to provide an interactive exhibition space is SWOT analysis, the visual identity design process starts from collecting data, conducting research, brainstorming, stud, alternative sketches, and color studies until a final design is selected. . The selected designs are then applied to various application media such as: Virtual reality applications, social media, controller guides, posters, video trailer, websites and stickers.

Keywords: Digital, Showroom, Virtual Reality

A. PENDAHULUAN

Pameran merupakan suatu kegiatan yang penyajian karya seni rupa yang dikomunikasikan, sehingga dapat diapresiasi oleh banyak masyarakat. Pameran ini juga merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan sebuah ide atau gagasan kepada masyarakat luas yang melalui sebuah media karya seni. Pesan yang disampaikan tentunya memiliki beberapa tujuan yaitu memberikan informasi, mempengaruhi, hingga merubah perilaku target audiens.

Pameran karya menjadi kegiatan yang sangat penting bagi pekerja kreatif khususnya bagi sebuah karya seni rupa yang merupakan ilmu terapan dari seni. Pameran desain merupakan proses multidisiplin integratif yang sering menggabungkan arsitektur, desain interior, desain grafis, desain interaksi, multimedia, pencahayaan, audio, dan disiplin ilmu lain untuk membuat narasi di sekitar tema atau topik yang ditentukan. Dengan melakukan pameran, pengkarya akan mendapatkan penilaian tidak hanya dari kalangan sendiri tapi juga dari masyarakat luas maupun target audiens. Dengan penilaian tersebut pengkarya dapat mengembangkan diri agar dapat menciptakan karya yang lebih baik. Selain itu, Pameran merupakan sarana promosi baik bagi pengkarya kolektor. Pameran juga dapat menjadi tempat refleksi dan penggalan ide dan gagasan baru.

Dengan pentingnya kegiatan pameran tersebut, dibutuhkan tempat atau fasilitas sarana dan prasarana yang mumpuni. Kegiatan pameran tersebut dilakukan dalam sebuah ruang yang disebut galeri. Galeri adalah tempat menampung kegiatan komunikasi visual di dalam suatu ruangan antara pembuat dengan masyarakat luas melalui kegiatan pameran. Selain itu galeri juga dapat digunakan untuk menyajikan hasil karya seni, area memajang aktifitas publik, atau digunakan untuk keperluan khusus yang berhubungan dengan pameran seperti kuratorial, diskusi, dan lain sebagainya.

Sumatera Barat sendiri secara umum sudah memiliki galeri atau ruang pameran yang disediakan untuk melakukan kegiatan pameran karya. Tetapi ada beberapa kendala yang dihadapi seniman dalam melakukan pameran. Selain itu untuk membuat ruang pameran atau galeri yang ideal tentunya akan memakan biaya yang tinggi, sehingga akan menghambat kreatifitas para seniman. Seniman juga mengalami kendala dalam melakukan pameran diluar daerah. Selain biaya yang diperlukan lebih tinggi, jumlah galeri dalam satu kota memiliki jumlah yang sangat terbatas. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, maka penelitian ini menawarkan solusi permasalahan galeri sebagai ruang pameran karya tersebut dengan memanfaatkan ruang virtual untuk menciptakan ruang pameran digital dalam media *virtual reality* sebagai upaya menyediakan ruang pameran interaktif.

Virtual reality (VR) atau realitas maya adalah teknologi yang membuat pengguna dapat berinteraksi dengan suatu lingkungan yang disimulasikan oleh komputer. *Virtual reality* memberikan ruang tidak terbatas karena visual lingkungan yang ditawarkan dapat diciptakan melalui ilusi digital. Teknologi *Virtual reality* membawa penggunanya ke dalam dunia baru yang menarik dan dinamis yang dapat menampilkan ruang-ruang dan model-model yang tidak dapat atau sulit ditemukan pada dunia nyata. Penelitian tentang penciptaan galeri lebih mengarah pada penelitian pembuatan galeri secara nyata seperti galeri untuk seni rupa, desain produk, dan lain sebagainya. Ada juga penelitian yang fokus pada galeri nyata yang

dapat dipindah-pindahkan secara mudah. Pemanfaatan teknologi *Virtual reality* dapat menjadi solusi yang ideal untuk mengatasi masalah ruang galeri yang masih terbatas.

B. METODE PENCIPTAAN

1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk menemukan solusi dari masalah ini.

a. Observasi

Melakukan observasi ke pada pihak pihak seperti masyarakat umum, perupa, desainer maupun seniman digital. Guna observasi dilakukan adalah memperoleh informasi terkait bagaimana pengalaman masyarakat umum maupun para perupa dalam menghadiri sebuah pameran regular maupun pameran Virtual.

b. Wawancara

Wawancara kepada masyarakat bagaimana mereka menilai sebuah pameran yang mereka hadir serta ketertarikan masyarakat akan ruang pameran digital dengan media *virtual reality*.

c. Kepustakaan

Buku referensi maupun sumber-sumber yang lain dari internet yang memuat topik sesuai dengan kepentingan perancangan karya desain sebagai landasan teori.

d. Dokumentasi

Memperoleh semua informasi mengenai ruang pameran digital dengan menyaring beberapa data yang telah di dapat di lapangan, sebagai pedoman untuk menggali ide yang digunakan dalam perancangan ruang pameran digital dan media pendukung lainnya yang dibutuhkan untuk keperluan perancangan.



Gambar 1. Wawancara Dengan Pegiat Seni
[Sumber: <https://www.google.com/search?q=Artstep&sxsrf=>]

2. Metode Analisa Data

Menganalisa sebuah data permasalahan dibutuhkan sebuah pertanyaan yang tepat sehingga yang mana dapat menghadirkan sebuah solusi yang efektif dan efisien. Untuk mendukung terciptanya ruang pameran digital dengan media *virtual reality*, maka dihadirkan lah sebuah metode yang kan menggali tentang apa yang menjadi daya tarik dari ruang pameran digital sehingga dapat dinikmati dan menjadi solusi yan tepat dengan menggunakan Metode analisis S.W.O.T.

a. *Strength* (kekuatan)

Kelebihan yang akan dihadirkan dengan adanya ruang pameran digital adalah:

- 1) Akan menjadi *platform* pameran virtual interkatif pertama di Sumatera Barat, yang di rancang dengan berbagai fitur interaktif yang akan membawa target audiens betah berlama lama dalam menyaksikan pameran virtual.
- 2) Dirancang menggunakan teknologi yang mumpuni sehingga cocok dengan cepatnya perkembangan teknologi.

b. *Weakneses* /Kelemahan

- 1) Masih kurangnya pengetahuan masyarakat akan sebuah pameran menggunakan media virtual reality.
- 2) Pameran ini dirancang menggunakan teknologi yang mumpuni sehingga tidak semua orang dapat menikmati pameran ini sepenuhnya.

c. *Opportunity* /Kesempatan

- 1) Mejadi pilihan utama dalam berpameran secara virtual.
- 2) Sebagai media berkumpul nya orang orang dari berbagai daerah.
- 3) Akan menjadi pilihan wajib dalam berpameran di masa yang akan datang.

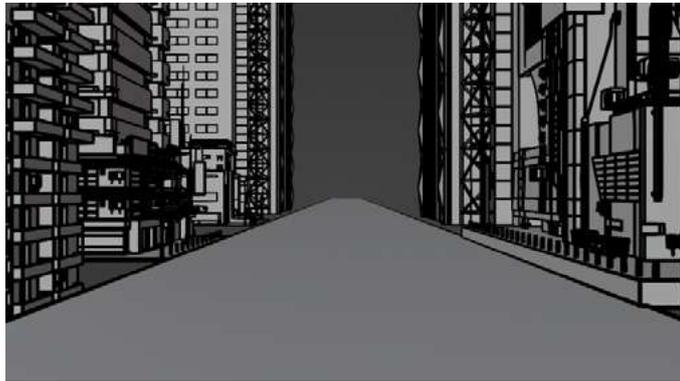
d. *Threat* /Ancaman

- 1) Dibutuhkan perangkat yang memakan biaya tinggi untuk penggunaan secara *virtual reality*.
- 2) Kacamata VR atau VR *headset*.

C. PEMBAHASAN

Sketsa

Sketsa layout membutuhkan beberapa referensi yang dikumpulkan untuk menjadi acuan pembuatan layout perkotaan.



Gambar 2. Sketsa awal layout perkotaan.
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 3. Screenshot dari Cyberpunk 2077
[Sumber: cyberpunk 2077 game, 2022]



Gambar 4. Screenshot dari Cyberpunk 2077
[Sumber: cyberpunk 2077 game, 2022]



Gambar 5. Screenshot dari Cyberpunk 2077
[Sumber: cyberpunk 2077 game, 2022]



Gambar 6. Screenshot dari Cyberpunk 2077
[Sumber: cyberpunk 2077 game, 2022]

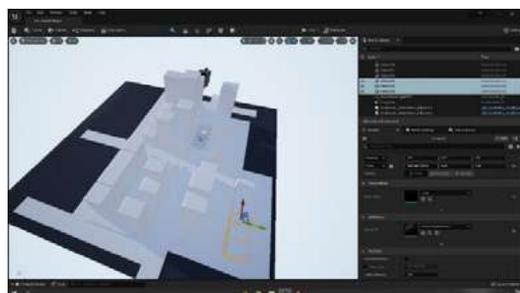
Proses Produksi

a. *Enviroment Desain*

Setelah proses pra produksi selesai dikerjakan, maka tahap selanjutnya adalah melaksanakan proses produksi. Proses produksi yaitu *modeling*, *Blueprint coding*, *coloring & texturing*, *layout & ligthing*, *animation* dan *compositing*.

1) *Blocking*

Pada tahap perancangan ini akan membuat *modelling* perkotaan dan objek objek yang ada kota pameran virtual ini dari mulai blocking, dan sampai gedung gedung tinggi.

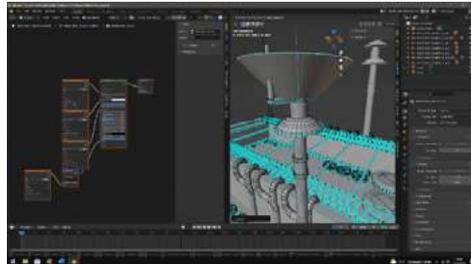


Gambar 7. Proses bloking layout kota
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]

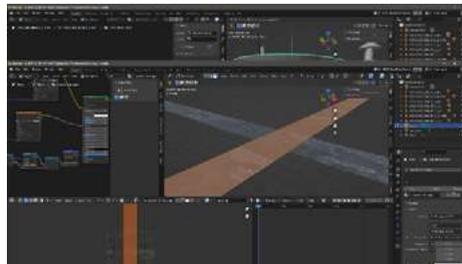
Dalam tahap awal akan di lakukan blocking dengan tujuan akan mempermudah tahap detailing, setelah itu akan mulai untuk menyusun model model sederhana sebelum masuk ke proses selanjutnya.

2) *Modelling*

a. *Modelling Utama*



Gambar 8. Proses pembuatan gedung.
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 9. Proses pembuatan Jalan lalu lintas
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]

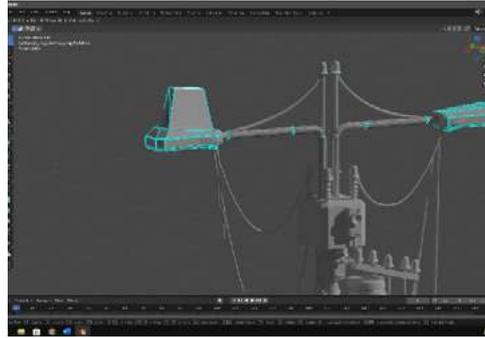
b. *Modeling Pendukung*



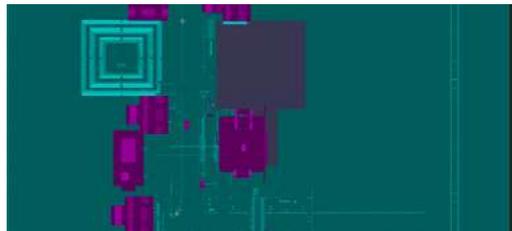
Gambar 10. Proses pembuatan Aset Jalanan
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 11. Proses pembuatan Aset Jalanan
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 12. Proses pembuatan Aset Jalanan
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



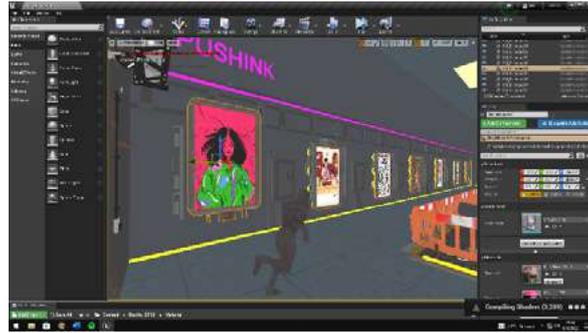
Gambar 13. Proses Penggabungan asset
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



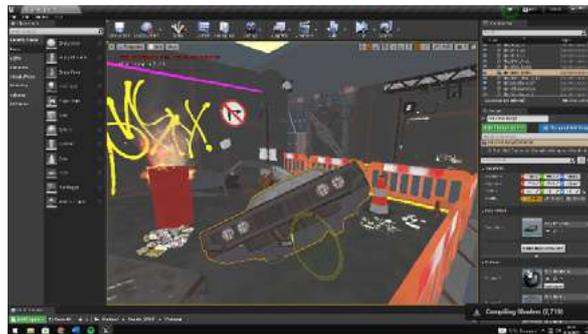
Gambar 14. Proses Penggabungan asset dari depan
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 15. Proses Penggabungan asset
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 16. Proses Pengabungan asset
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



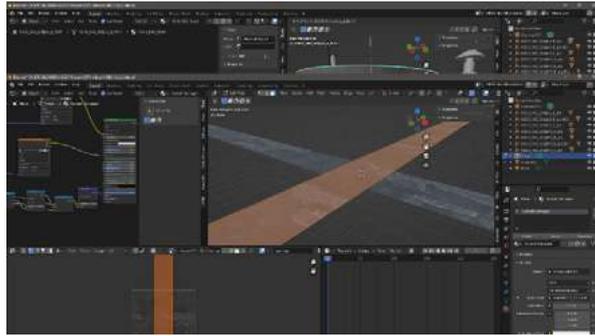
Gambar 17. Proses Pengabungan asset
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]

3) *Lighting dan Texturing*

Pada proses ini akan dilakukan proses detailing mulai dari gedung, lampu jalan, video tron dan bloking kendaraan, hingga bentuk bentuk bangunan kecil lainnya.



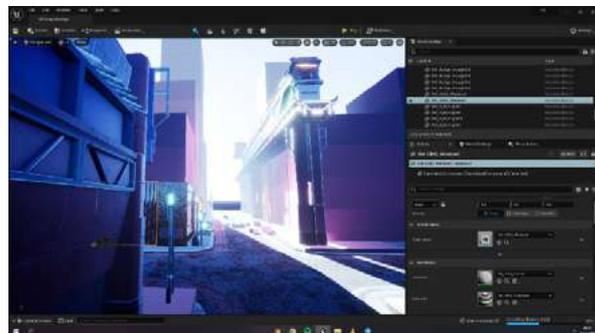
Gambar 18. Proses Pembuatan texture pada asset
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 19. Proses Pembuatan texture pada asset (aspal)
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 20. Proses Pembuatan texture pada asset (properti jalanan)
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



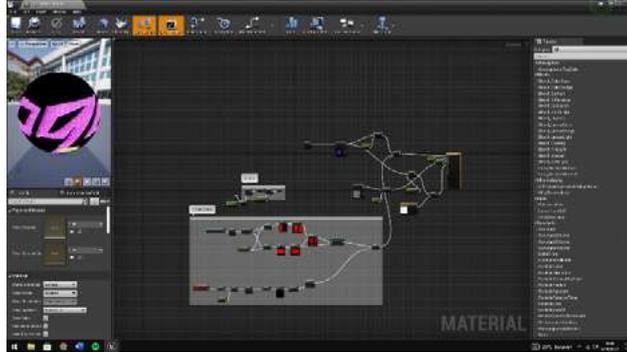
Gambar 21. Proses Pembuatan texture dan lighting pada asset Gedung
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 22. Hasil Proses Pembuatan texture dan lighting pada asset Gedung dan perkotaan
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]

4) Animasi

Animasi merupakan rangkaian gambar yang divisualisasikan sehingga tampak hidup dengan digerakkannya gambar sedikit demi sedikit. Pada bagian animasi perancang membuat videtrone.



Gambar 23. Proses pembuatan animasi gerak video tron di dalam aplikasi
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]

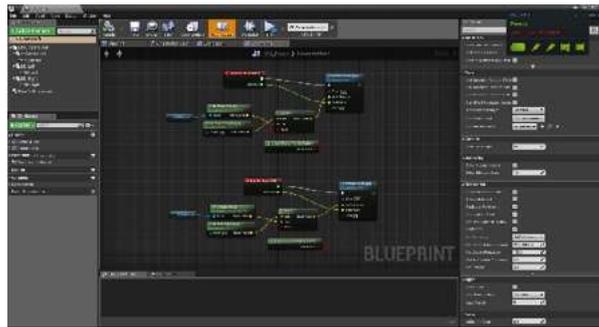


Gambar 24. Proses pembuatan animasi gerak videotrone
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]

c. *Gamplay Desain*

1) *BluePrint Class*

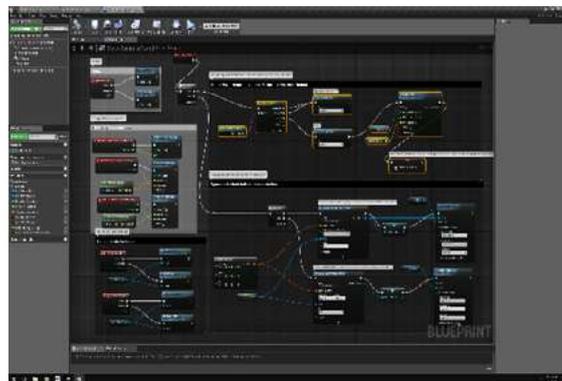
Sering disingkat sebagai Blueprint, adalah aset yang memungkinkan creator untuk dengan mudah menambahkan fungsionalitas di atas kelas gameplay yang ada. Blue print dibuat di dalam Unreal Editor secara visual, bukan dengan mengetik kode, dan disimpan sebagai aset dalam paket konten. Sehingga akan memudahkan dalam proses pembuatan pameran virtual ini, dibanding menggunakan coding.



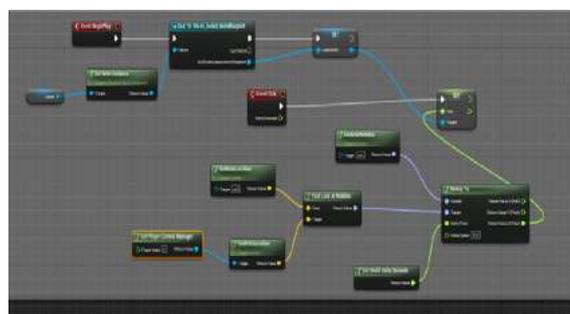
Gambar 25. Proses pembuatan blueprint pergerakan menggunakan headset VR
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 26. Proses pembuatan blueprint pergerakan
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 27. Proses pembuatan blueprint interaktif VR
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 28. Proses pembuatan blueprint interaktif VR
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]

Proses ini bertujuan untuk merancang control Virtual reality headset agar bekerja sesuai dengan yang di inginkan, mulai dari pergerakan, interaksi, kamera, dan hal hal detail lainnya

d. *Sound Design*

Sound design sendiri bertujuan agar pengunjung nanti mendapatkan sensasi berpameran secara virtual dengan lebih nyata, mulai dari suara ambiens, suara langkah kaki, pintu, kobaran api dan lainnya.



Gambar 29. Proses perancangan sound design dalam aplikasi
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 30. Proses perancangan sound design dalam aplikasi
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]

e. *Proses Kurasi Karya*

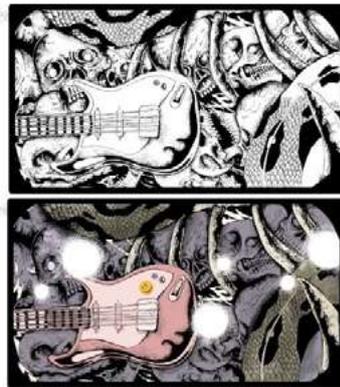
Proses ini bertujuan untuk memilih karya karya apa saja yang akan di pajang didalam ruang pameran virtual ini, dengan kebanyakana karya didominasi oleh karya karya temen temen kelas malam, mulai dari anidi, pushing, tattoo, dan beberapa kelas malam lainnya

1. *Pushink*

Pushink adalah kelas malam yang berfokus kepada ilustrasi.



Gambar 31. Karya Ariq Alhani
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 32. Karya Ariq Alhani
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 33. Karya Artallah Farhan Ihsan
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



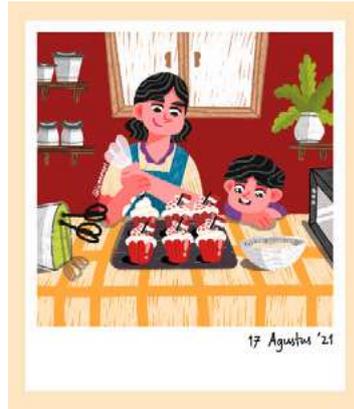
Gambar 34. Karya Azkal dan Opal
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 35. Karya Dicky Rahmat Illahi
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



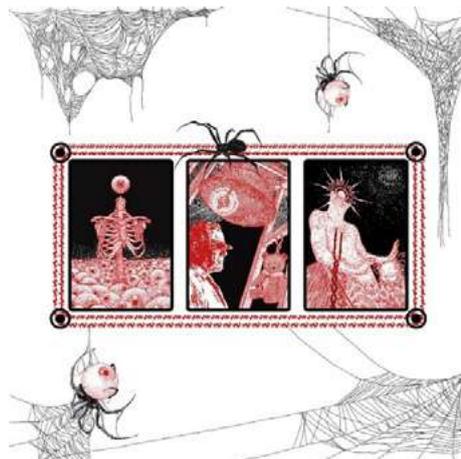
Gambar 36. Karya Heni Wahyuni Firman
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



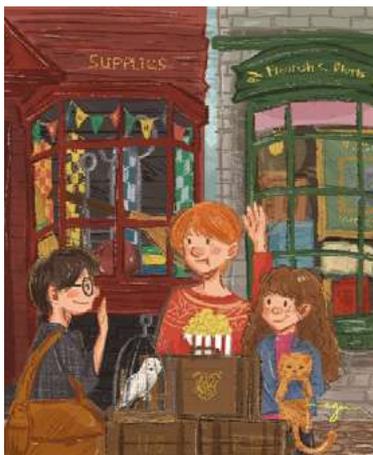
Gambar 37. Karya Ichsan Nul Hakim
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 38. Karya Nur Alfi Laili Marhen
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 39. Karya Prima Ridho Furqani
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]



Gambar 40. Karya Vega Zuhra Hanifa
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]

Hasil Karya

1. Media Utama

Media utama adalah media atau bidang yang paling diutamakan atau yang paling pokok sebagai solusi untuk memberikan informasi tentang hewan kepada pengunjung. Media utama harus mampu mencakup hal yang terpenting dalam perancangan sebuah aplikasi pameran virtual. Aplikasi Virtual Reality digunakan sebagai media utama. Aplikasi ini yang akan disaksikan melalui kacamata Virtual yang nantinya akan membawa pengunjung ke dalam sebuah simulasi digital. Simulasi adalah meragakan sesuatu dalam bentuk tiruan yang mirip dengan keadaan yang sesungguhnya.

a. Aplikasi digital

Aplikasi pameran virtual reality dengan pengalaman bermain game di dunia futuristik, dan didalamnya disuguhkan pengalaman melihat pameran secara virtual reality.



Gambar 41. Final bentuk aplikasi Utama
[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]

b. Virtual Reality



Gambar 42. Kacamata Virtual Reality
[Dicapture oleh: Genta Noverda Putra, 2022]

c. Proses pendistribusian karya

Setelah Ruang pameran digital ini dikembangkan lebih lanjut, ruang pameran ini akan di sebar melalui platform platform penyedia aplikasi yang mana nanti semua orang dapat menjangkau aplikasi ini dan di pakai sesuai kebutuhan pameran.

Berikut media pendistribusian karya digital ini.

1) *Website*

Website diharapkan dapat menjangkau banyak orang, sehingga audience dapat menikmati secara online.

2) *App Store*

Melalui apstore ini audiens dapat mendownload aplikasi pameran virtual ini sehingga dapat digunakan secara *offline* maupun *online*.

2. Media Pendukung

Selain dari media utama juga dibuat media pendukung dalam perancangan aplikasi pameran virtual, tujuannya adalah untuk mendukung media utama dalam memperkenalkan kepada audiens. Dengan adanya media pendukung akan memberikan manfaat lebih, baik dalam memperkenalkan pameran virtual maupun untuk menjangkau langsung target audiens. Dalam perancangan ini, perancang memilih beberapa media pendukung sebagai berikut:

a. *Projection Poster*

Poster dibuat dengan tema *cyberpunk* agar lebih menarik. Jika dipajang di bot pameran virtual akan menambah kesan futuristiknya.



Gambar 43. Poster 2 item
[Sumber: Genta noverda putra, 2022]

b. *Media sosial Instagram*

Promosi dapat diakses melalui jejaring sosial di Instagram dari bahasa yang dibuat menarik dan informatif agar lebih sampai ke target audiens.



Gambar 44. *Feed Instagram*
[Sumber Oleh: Genta Noverda Putra, 2022]

c. *Web Desain*

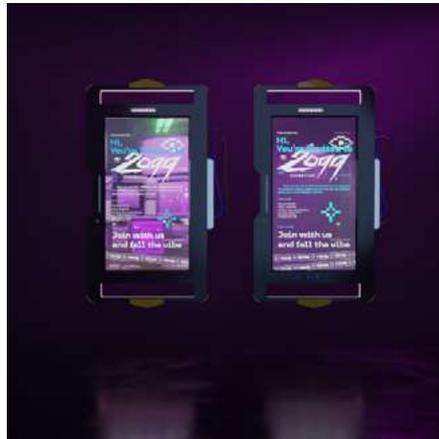
Web desain dirancang sebagai media informasi yang lebih lengkap mengenai 2099. Desain yang dirancang untuk menunjang promosi 2099, merancang landing page dengan penerapan desain yang satu kesatuan dengan media promosi lainnya agar terciptanya media promosi yang selaras.



Gambar 45. *Landing Page*
[Sumber Oleh Genta Noverda Putra, 2022]

d. Social Media Invitation

Social Invitation media, dirancang untuk mengundang para audiens lewat social media dan diharapkan dapat menjangkau lebih luas.



Gambar 46. Invitation
[Sumber Oleh Genta Noverda Putra, 2022]

e. User Controller Guide

User controller guide dirancang untuk memandu para audiens dalam penggunaan Controller di dalam ruang pameran virtual.



Gambar 47. *Controller Guide*
[Sumber Oleh Genta Noverda Putra, 2022]

f. Merchandise

Perancangan *Merchandise* berupa buah tangan, seperti *t-shirt*, sticker.

1) *T-shirt*

Melalui *t-shirt*, orang yang melihat seseorang yang memakainya pun pasti akan penasaran dengan Pameran Virtual Reality.



Gambar 48. T-shirt

[Sumber: Genta Noverda Putra, 2022]

2) Stiker

Stiker dapat ditempelkan dimana saja. Penyebaran sticker dapat diberikan secara gratis sebagai kenang-kenangan.



Gambar 49. Stiker

[Sumber: Genta Noverda, 2022]

D. KESIMPULAN

Dalam merancang ruang pameran digital dalam media *virtual reality* sebagai upaya menyediakan ruang pameran interaktif, ditemukan masih kurangnya fasilitas berpameran secara offline di Sumatera Barat, masih minimnya minat masyarakat kepada sebuah pameran, dan besarnya biaya pameran secara offline. Setelah melakukan kajian dan analisis data dan pada akhirnya perancang menyimpulkan bahwa salah satu yang tepat untuk memberikan solusi kepada masyarakat dan para pekerja kreatif adalah dengan merancang ruang pameran digital dalam media *virtual reality*. Dengan teknik 3D yang ditampilkan melalui teknologi Virtual Reality untuk menghadirkan suasana berpameran yang berbeda serta meningkatkan potensi para pekerja kreatif karena akan lebih mudah untuk berpameran, sehingga karya mereka akan lebih terexpose lebih jauh, selain itu teknologi Virtual Reality ini dapat memberikan informasi yang terbaru, komunikatif dan menarik kepada pengunjung pameran virtual. Dengan adanya ruang pameran ini, diharapkan nantinya bisa meningkatkan kualitas pekerja seni maupun pekerja kreatif di Sumatera Barat, dan juga diharapkan meningkatkan minat masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alqahtani, Asmaa Saeed., Lamya Foad Daghestani., & Lamiaa Fattouh Ibrahim. 2017. Environments and System Types of Virtual reality Technology in STEM: A Survey. (*IJACSA*) *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*. 8(6): 77-89
- Athian, M. R. 2018. Pola Pameran Temporer di Ruang Publik (Studi Kasus di Rumah Dinas Bupati Batang 2017). *Jurnal Imajinasi*, 12(1):25–36. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi%0APOLA>
- Bahar, Yudi Nugraha. 2014. Aplikasi Teknologi Virtual Realty Bagi Pelestarian Bangunan Arsitektur. *Jurnal Desain Konstruksi*. 13(2): 34-45
- Binanto, I. 2010. *Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Dernie, D. 2006. *Exhibition Design*. London: Laurence King Publishing.
- Fadinie, W., Arifin, H., & Wijaya, D. W. 2016. Perbandingan Penilaian Visual Analog Scale dari Injeksi Subkutan Morfin 10 mg dan Bupivakain 0,5% pada Pasien Pascabedah Sesar dengan Anestesi Spinal. *Jurnal Anestesi Perioperatif*. 4(2): 117– 123.
- Fitriah, M. 2018. *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Sleman: Deepublish.
- Irawan, R. P., & Supriyanto. 2018. Galeri Fotografi di Kota Batam Dengan Pendekatan Arsitektur Metafora. *Sigma Teknika*. 1(1): 94-106.
- Prakoso, B. P. 2018. *Galeri Seni Rupa Desain di Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Rachmat, G., & Safitri, R. 2017. Tata Cahaya dalam Pameran Seni Rupa: Cahaya Memperkuat Informasi Yang Disampaikan Perupa. *Jurnal ATRAT*. 5(1).
- Sihite, B., Samopa, F., & Sani, N. A. 2013. Pembuatan Aplikasi 3D Viewer Mobile dengan Menggunakan Teknologi Virtual reality (study kasus: Perobekan Bendera di Hotel Majapahit). *Teknik POMITS*. 2(2): 397-400.