

ISBN 978-602-52430-0-4

PROSIDING

Sinden

SEMINAR NASIONAL DESAIN & SENI

2018

“
DESAIN DAN
SENI DALAM
REVOLUSI
INDUSTRI 4.0”



**FAKULTAS DESAIN & SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Jalan Meruya Selatan No.1, Jakarta Barat, 11650
T : 021 5840 816 (Hunting), ext: 5100 F : 021 5840 015

**Prosiding
Seminar Nasional Desain & Seni
SINDEN 2018**

“Desain dan Seni dalam Revolusi Industri 4.0”

Universitas Mercu Buana
Jakarta, 8 Agustus 2018

**Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana Jakarta**

Jalan Meruya Selatan No.1, Jakarta Barat, 11650
T : 021 5840 816 (Hunting), ext: 5100 F : 021 5840 015

SINDEN 2018

“Desain dan Seni dalam Revolusi Industri 4.0”

Penanggung Jawab:

Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA
Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S

Steering Committee (Komite Pengarah) :

Prof. Dana Santoso Saroso, Ph.D (Universitas Mercu Buana)
Prof. Dr. Setiawan Sabana, MFA (Institut Teknologi Bandung)
Prof. Dr. Yasraf Amir Piliang, MA (Institut Teknologi Bandung)

Panitia Pelaksana:

Firmansyah, S.Pd, M.Sn (ketua Panitia)
Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn (Anggota)
Haryudi Rahman, S.Pd, M.Sn (Anggota)
Rizky Dinata, S.Ds, MA (Anggota)
Dena Anggita, M.Ds (Anggota)
Junaidi Salam, M.Ds (Anggota)
Diean Arjuna, S.Ds, M.Sn (Anggota)
Nina Maftukha, S.Pd, M.Sn (Anggota)
Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn (Anggota)

Reviewer (mitra bestari):

Dr. Ariani Kusumo Wardhani, M.Ds, Cs (Universitas Mercu Buana)
Dr. Andi Adriansyah, M.Eng (Universitas Mercu Buana)
Dr. Lala Palupi, S.Sn, M.Kom (Universitas Pelita Harapan)
Dr. Elda Frazia, M.Ds (Universitas Trisakti)
Waridah Mutiah, S.Ds, M.Sn (Universitas Mercu Buana)
Rifki Aswan, S.Pd, M.Sn (Universitas Mercu Buana)

Penerbit:

Fakultas Desain dan Seni Kreatif
Universitas Mercu Buana
Kampus UMB Meruya Selatan Gd. E-402 Jl. Meruya Selatan No.1 Kembangan Jakarta Barat
Telp: 021 5840 816 (Hunting), ext: 5100
Website: fdsk@mercubuana.ac.id

ISBN : 978-602-52430-0-4

KATA PENGANTAR

Era ekonomi digital menjadi wacana yang menarik perhatian dunia global saat ini. Khususnya Indonesia, hal itu juga tidak terlepas dari perhatian dunia akademisi. Ini merupakan suatu tantangan dari berbagai aspek – tidak terkecuali desain dan seni guna mewujudkan “inovasi untuk menghadapi perubahan global dan memenuhi kebutuhan sumber daya manusia yang kreatif, inovatif dan kompetitif” (Joko Widodo, 2017). Jika tidak ingin mengalami culture shock atau budaya latah atas wacana tersebut diperlukan suatu ide, konsep bahkan produk desain dan seni yang matang agar manusia Indonesia mampu turut serta dalam perayaan perubahan global. Tidak hanya sebagai penonton, tapi memiliki andil penting dalam setiap jejak pergerakannya.

Maka dari itu, Fakultas Desain & Seni Kreatif – Universitas Mercu Buana sebagai bagian dari penanggung jawab dunia pendidikan mengajak para akademisi, peneliti, desainer, dan seniman untuk turut serta berpartisipasi memaparkan setiap hasil pemikiran berupa penelitian atau penciptaan/perancangan desain dan seni melalui beberapa subtopik dibawah ini.

KETUA
Seminar Nasional Desain Dan Seni “SINDEN2018”

DAFTAR ISI

JUDUL	i
TIM PENYUSUN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv-v

SUB-TOPIK I : Desain, Seni dan Konsep Lokal-Global

REVITALISASI PRODUK CINDERAMATA IKON - IKON WISATA SEJARAH KABUPATEN SUMEDANG. Ai Juju R, Wanda Listiani, Khairul Mustaqin	2
PEMANFAATAN MATERIAL LOKAL PADA ARSITEKTUR MASA KINI DALAM PANDANGAN TEORI REGIONALISME. Velisa Yulian, Francine Alicia Sutikno, Florence Arla Viory	8
PERANCANGAN ULANG BUKU PANDUAN UNTUK ANAK PADA PAMERAN TETAP MUSEUM NASIONAL INDONESIA. Henny Hidajat	20
ANALISIS PENDEKATAN STRATEGI REPRESENTASI PADA PROSES KREASI PERUPA GENERASI Y DI BANDUNG SEBAGAI RESPON TERHADAP PERKEMBANGAN SENI RUPA GLOBAL. Kiki Rizky Soetisna Putri, Setiawan Sabana, Ira Adriati , Tjetjep Rohendi Rohidi	45
STANDARISASI BENTUK SIRKULASI UDARA BUMI (RUMAH) ADAT KAMPUNG CIKONDANG, DESA LAMAJANG. Nani Sriwardani, Savitri	60
ANALISIS MOTIF RAGAM HIAS BATIK JAWA TENGAH BERBASIS UNSUR VISUALBENTUK DAN WARNA Pratiwi Kusumowardhani	73
ANALISI MAKNA DAN NILAI FILOSOFIS PADA LOGO KEDATUAN LUWU KE - XL Rifky Aswan	92
OLDBLUE CATALOGUE. R Zulfikar Aji S	120
KAJIAN BAHAS RUPA MOTIF PERMAINAN ANAK PADA BATIK BETAWI Waridah Muthi'ah	131
DESAIN TATA LETAK SURAT KABAR SINGGALANG TAHUN 2000-AN Yayah Rukiah, Nurul Fatmi Amzy, Angga Kusuma Dawarmi	144

SUB-TOPIK II : Pendekatan Humaniora – Sosial dan Penerapannya	159
MAKNA VISUAL RUBRIK MODE PADA MAJALAH BAZZAR INDONESIA. Ariani Wardhani	160
SENI RUPA DAN APRESIATOR DALAM ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA. Didit Endriawan, Donny Trihanondo	184
SENTUHAN DESAIN”, SEBUAH UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS TEMBIKAR, DESA SELOGABUS KECAMATAN PARENGAN TUBAN R. Bambang Gatot Soebroto	192
ETNOPELAGOGI BUDAYA RUPA SEBAGAI PENDIDIKAN KARAKTER MASYARAKAT DI KAMPUNG ADAT CIKONDANG KABUPATEN BANDUNG Nia Emilda, Ai Juju Rohaeni, Wanda Listiani	220
PERSEPSI KUALITAS RUANG PAMER MUSEUM SENI : SEBUAH STUDI OBSERVASI Polniwati Salim	228
KONSEPTUAL FREELANCER : TINGKAT KETERTARIKAN DAN TINGKAT GRADASI TERHADAP KETIDAKPASTIAN DALAM KONSEP FREELANCE DI LINGKUNGAN MAHASISWA DESAIN DI INDONESIA. Tasri Jatnika, Teo Mikha Santosa, Ingrid Diana	242
GAYA URBAN ART PADA INTERIOR KANTOR DI JAKARTA Tunjung Atmadi S P	254
SUB-TOPIK III : Teknologi Industri Desain dan Seni	274
EFEKTIFITAS VIDEO 360 SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM PENGEMBANGAN TOURISM BRAND DESTINATION DI INDONESIA (STUDI KOMPARATIF VIDEO 360 DAN TV KOMERSIAL) Joachim David Magetanapuung	275
VIDEO 360 SEBAGAI ALTERNATIF MEDIA BERCERITA BARU. Niken Savitri Anggraeni	292
PERANCANGAN APLIKASI INFORMASI MULTIMEDIA TANAMAN BUAH KEBUN RAYA BOGOR DENGAN AUGMENTED REALITY Pilar Anugrah Hadi	309
SUB-TOPIK IV : Inovasi dan Pemberdayaan Desain-Seni dalam Perubahan Global	330
TRAVEL GUIDE BOOK, LETS GO AROUND TANGERANG Adnin Kurniawan	331
PERANCANGAN MURAL PADA VESPA UNTUK PROMOSI PADA BRAND JBL Aprilia Kartini Streit	338

DISTRIBUSI KARYA DESAIN BERBASIS DATA SEBAGAI PELUANG DESAINER DALAM MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0 Audit Yulardi	349
MUSEUM VIRTUAL PEREMPUAN PERUPA INDONESIA Ira Adriati, Irma Damayanti, Widi Nugroho	362
PENCIPTAAN SENI MOTIF BATIK WAYANG TOPENG JATIDUWUR JOMBANG Prayogo W Waluyo	379
PANTURA Rizky Dwi Yudha, Dhanny Rahmad	391
PERANCANGAN BUKU INFORMASI TENTANG JAMU SEBAGAI BENTUK PELESTRARIAN WARISAN BUDAYA INDONESIA Yana Erlyana	392

VIDEO 360 SEBAGAI ALTERNATIF MEDIA BERCEKITA BARU

Niken Savitri Anggraeni
Universitas Persada Indonesia YAI

Abstrak

Manusia pada dasarnya adalah makhluk yang mampu bercerita. Dibandingkan dengan hewan, manusia dikaruniai akal untuk dapat berkomunikasi dan bercerita baik secara verbal maupun non verbal. Ketertarikan manusia akan kegiatan bercerita menjadi penting karena cerita kerap digunakan sebagai upaya untuk mempererat hubungan antar manusia dan sebagai alat bersosialisasi yang efektif.

Media bercerita sebenarnya sudah ditemukan pada masa pra sejarah, dimana manusia dapat mengekspresikan pikirannya hanya melalui coretan atau cap tangan di gua-gua. Kemudian palet lempeng tanah liat atau batu pun menjadi sarana bercerita selanjutnya. Bahkan relief candi pun mengandung cerita sebagai simbolisasi jenis candi yang dibangun.

Seiring dengan perkembangan zaman, manusia kemudian mampu mengabadikan suatu peristiwa melalui ilustrasi, foto, dan dilanjutkan dengan film; berupa gambar yang bergerak sebagai sarana bercerita yang lebih menarik. Manusia menggunakan inderanya untuk merespon stimuli yang masuk. Bila stimuli itu menarik perhatiannya, akan mempermudah manusia mengolah dan mencerna informasi yang masuk.

Kehadiran Video 360 sebagai sebuah media bercerita baru, kini tengah mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan media sosial. Kehadirannya dapat mempermudah informasi yang disampaikan melalui tampilan gambar 360 derajat. Informasi yang disampaikan akhirnya tidak hanya terbatas kepada perfilman, namun dapat digunakan dalam media periklanan, sains, bahkan menggambarkan suasana dalam interior arsitektur. Perubahan gaya hidup masyarakat menjadikan Video 360 sebagai media alternatif untuk menyampaikan sebuah informasi yang efektif.

Kata Kunci : Video 360, cerita, media sosial, media alternatif, masyarakat kontemporer

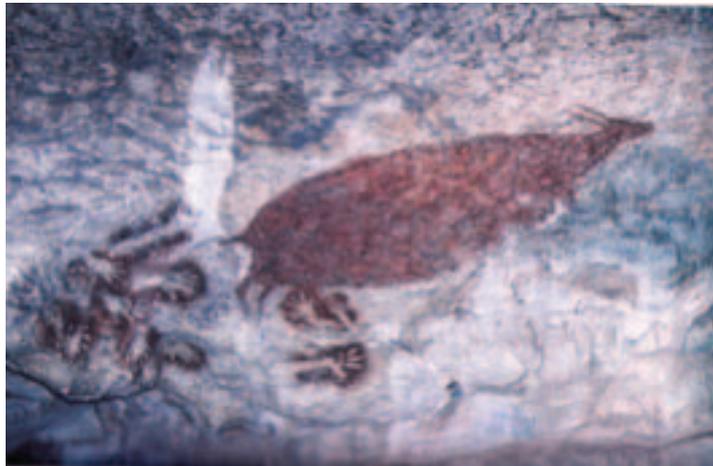
I. PENDAHULUAN

Manusia pada dasarnya merupakan makhluk yang senang bersosialisasi. Mereka menggunakan komunikasi verbal dan non verbal untuk berkomunikasi. Dalam suatu komunikasi verbal, upaya untuk membangun komunikasi yang efektif akan lebih menarik bila dalam komunikasi tersebut diselipkan informasi berupa cerita sehingga lebih mudah dipahami dengan siapa si Komunikator berkomunikasi.

Bercerita juga menjadi kebutuhan manusia untuk memenuhi kebutuhan psikologis, mengurangi stress, melontarkan gagasan, menciptakan ide kreatif, atau bahkan hanya untuk didengarkan demi kepuasan emosional.

Sejak masa pra sejarah sebenarnya sudah banyak ditemukan bukti-bukti bahwa manusia adalah makhluk yang senang bercerita. Dari penemuan arkeologis berupa lukisan gua, motif-motif karya seni, patung sampai karya arsitektur semuanya merupakan sarana berkomunikasi.

Lukisan gua misalnya, merupakan sarana berkomunikasi masyarakat pra sejarah dengan Penciptanya. Lukisan gua menjadi sarana pengharapan sekaligus media untuk berdoa agar mendapatkan hasil yang baik dalam kegiatan perburuan. Hal ini banyak dibuktikan dengan obyek lukisan yang kebanyakan adalah hewan-hewan yang diburu.



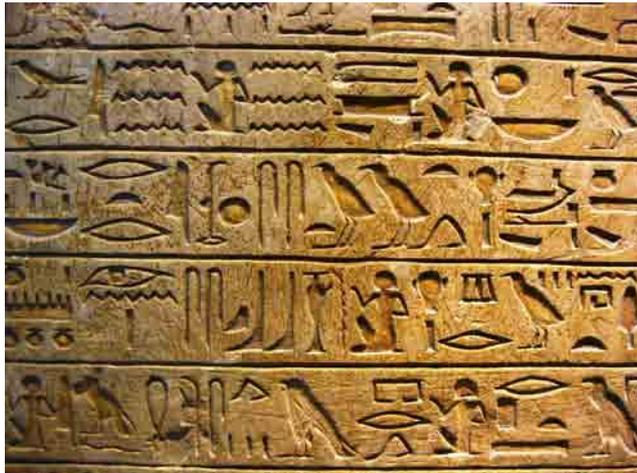
Gambar 1

Lukisan anoa di gua Leang leang, Maros, Sulawesi Selatan. Anoa pada saat itu merupakan hewan yang biasa diburu di wilayah Sulawesi Selatan

Sumber: dediniblog.wordpress.com/ Lukisan gua Leang-leang Maros, dipastikan karya seni tertua di dunia, diunduh tanggal 14 Juli 2018

Di wilayah peradaban tertua di dunia, di Mesir misalnya sudah ada tulisan Hieroglyph. Tulisan ini hanya berupa simbol-simbol yang dimengerti maknanya oleh

Bangsa Mesir kuno saat itu dan diperlukan pengetahuan yang lebih dalam untuk membaca pesan yang tertulis di dalamnya. Hieroglyph banyak ditulis pada kertas papyrus. Selain itu juga pada kuil, makam, piramid, obelisk yang banyak menceritakan tentang kehidupan sosial budaya Bangsa Mesir saat itu mulai dari kepercayaan, teknologi, sistem pemerintahan, ilmu pengetahuan, dan masih banyak lagi.



Gambar 2

Tulisan Hieroglyph

Sumber: indianoceanpolish.blogspot.com / Egyptian Hieroglyph, diunduh tanggal 14 Juli 2018

Motif-motif ragam hias yang banyak ditemukan pada beberapa wilayah memiliki makna yang berbeda-beda. Namun semua tujuannya hampir sama, selain untuk memperindah ataupun memperkuat struktur konstruksi objek, ragam hias dapat memperkuat nilai dan makna suatu kebudayaan yang berbeda satu sama lain sesuai dengan masyarakat pendukungnya, sebagai manifestasi dari sistem gagasan yang menjadi acuannya.



Gambar 3

Motif dari Toraja

Sumber: blog-senirupa.blogspot.com/ Nama dan Makna Motif Tana Toraja-SENI RUPA, diunduh tanggal 14 Juli 2018

Dalam media tiga dimensi, bangunan, patung, maupun prasasti kerap dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan komunikasi. Contohnya pada bangunan sakral seperti candi atau bangunan ibadah pada umumnya memiliki pemaknaan yang mendalam terkait dengan simbolisasi bentuk bangunan dan ragam hias yang digunakannya. Pada sebuah prasasti kerap ditemukan huruf-huruf yang merupakan pesan untuk generasi selanjutnya. Manusia pra sejarah pun sudah memanfaatkan media tiga dimensi untuk menyampaikan pesan, dengan adanya bangunan berupa obelisk, menhir, dolmen, maupun punden berundak.



Gambar 4

Relief Lalitavistara pada Candi Borobudur

Sumber: www.youtube.com/ Borobudur Temple, diunduh tanggal 14 juli 2018

Selain kebutuhan berkomunikasi, manusia merupakan makhluk yang senang berimajinasi. Manusia mampu berimajinasi menciptakan dan mempercayai cerita atau fiksi. Manusia menggunakan sistem komunikasinya tidak hanya untuk menjelaskan realitas namun juga realitas baru yang bersifat fiksi yang diimplementasikan ke dalam bentuk cerita.

Kelebihan ini membuat manusia menciptakan berbagai macam media untuk mengekspresikan imajinasinya ke dalam bentuk visual yang menarik. Manusia pun mampu menyusun narasi yang dapat dipahami dan dipercaya banyak orang. Selama semua orang percaya pada narasi / cerita yang sama, maka orang akan menuruti aturan, norma, dan nilai yang sama. Contohnya dapat dilihat dari kebudayaan tiap wilayah yang memiliki ciri khas tertentu dimana masyarakat pada suatu wilayah memiliki sistem nilai dan norma yang sama karena terikat dengan konsepsi pemikiran yang sama.

Dalam kehidupan Modern, manusia mampu membuat cerita fiksi yang diimplementasikan dalam bentuk cerita pendek, novel, maupun komik yang dapat mempengaruhi manusia untuk mempercayai informasi yang bersifat fiksi. Contoh lain, banyak masyarakat yang terpengaruh dengan cerita dalam film yang menganggap kejadian dalam film juga terjadi dalam kehidupan nyata. Ketika media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, informasi palsu pun dapat dipercayai sebagai informasi yang nyata. Pada kenyataannya, manusia tidak sanggup hidup tanpa cerita dan tanpa disadari selalu membuat cerita. (Fritz Heider & Marianne Simmel dalam An Experimental Study, 1944).

Seiring dengan perkembangan zaman, media untuk berkomunikasi dan bercerita pun mengalami perubahan. Sebuah informasi atau cerita tidak lagi ditulis pada daun, batu ataupun lempeng tanah liat, namun sudah dapat dicetak. Peristiwa Revolusi Industri tahun 1750an di Inggris mendorong terciptanya teknologi mesin cetak. Selain itu perkembangan dalam bidang tipografi turut mempermudah manusia dalam memahami informasi yang disampaikan karena menggunakan huruf dengan keterbacaan yang jelas dan digunakan secara universal.

Setelah ditemukannya internet dan media sosial, peran media cetak sebagai penyampai informasi agak teralihkan karena dinilai tidak terlalu praktis. Masyarakat lebih menyukai konten informasi yang disampaikan dalam bentuk digital.



Gambar 5

Infografis sebagai media untuk menyampaikan pesan baik cetak maupun digital yang sangat informatif dan mudah dipahami karena minim kalimat dan kaya dengan bagan atau gambar
Sumber: i.pining.com/setiap-hari-minum diunduh tanggal 14 Juli 2018

Selain media cetak, media rekam yang bergerak seperti audio visual menjadi sangat diminati karena dinilai lebih informatif dan mudah dipahami. Dalam perkembangan media sosial, format audio visual pun berubah dari bentuk konvensional menjadi bentuk digital yang memanfaatkan teknologi 360 derajat.



Gambar 6

Gambaran kota dengan Video 360
Sumber: www.roadtovr.com/Behind The Scene with littlstar, panoramic video for all diunduh tanggal 12 Juli 2018

II. LANDASAN TEORI

Definisi Komunikasi

Dalam bercerita, tanpa disadari sebenarnya manusia tengah melakukan proses komunikasi. Menurut Laswell dalam Wiryanto (2006:11) menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur, yaitu:

- Komunikator (*communicator, source, sender*)
- Pesan (*message*)
- Media (*channel, media*)
- Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
- Efek (*efek, impact, influence*)

Berdasarkan paradigma Laswell tersebut, dapat disimpulkan komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Himstreet dan Baty dalam Djoko Purwanto (2006:3), menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu system yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Komunikasi juga berarti suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak yang lain adar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya. Tujuan komunikasi yaitu menciptakan perubahan pada diri komunikan, baik perubahan opini, sikap, maupun perilaku. Ada beberapa teknik komunikasi yang digunakan untuk perubahan tersebut. Dalam bidang kajian komunikasi dikenal ada empat teknik yang biasa digunakan diantaranya informatif, persuasif, koersif, dan hubungan manusiawi (Effendy, 2000:55). Video 360 dapat digunakan untuk menyampaikan pesan maupun informasi secara informatif maupun persuasif tergantung kebutuhan penyampai pesan.

Virtual Reality (VR)

Video 360 dalam hal ini dapat menyampaikan pesan secara informatif dan persuasif tergantung dari kebutuhannya. Video 360 pada hakikatnya merupakan bagian dari *Virtual Reality*. Apakah yang dimaksud dengan *Virtual Reality*?

Virtual Reality dapat dianalogikan sebagai kenyataan yang bersifat maya. Hal-hal virtual akan terasa lebih nyata. *Virtual Reality* memungkinkan penggunanya merasa berada dalam dunia maya dan dapat berinteraksi secara fisik maupun psikologis dengan lingkungan virtual yang disimulasikan dengan teknologi komputer. Hal ini dapat

memberikan pengalaman visual yang menarik kepada penggunanya karena sensasi yang dirasakan akan berbeda ketika pengguna berada di dunia nyata.

Pelopop teknologi virtual reality ini adalah Morton Heilig, seorang sinematografer. Pada tahun 1962, Ia menciptakan sebuah sensor yang bernama Sensorama, sebuah simulator yang dapat menarik indera pengamat secara efektif sehingga seolah menarik penonton ke dalam layar. Pada tahun 1966, Ivan Sutherland dan muridnya, Bob Sproull, menciptakan Head-Mounted Display (HMD) yang disinyalir merupakan media menuju jendela virtual. HMD pertama ini sangat tidak ergonomis, ukurannya terlalu besar dan berat sehingga tidak mudah dibawa kemana-mana. Pada tahun 1977, MIT menciptakan *virtual reality* pertama yaitu Peta Bioskop Aspen yang memperlihatkan tentang simulasi kota Aspen di Colorado. Pada teknologi ini, pengguna dapat merasakan tiga musim di kota virtual tersebut yaitu musim panas, musim dingin, dan musim semi. Pada tahun 1980, *Virtual Reality* akhirnya dikembangkan oleh Jaron Lanier yang pada tahun 1985 kemudian mendirikan perusahaan VPL Riset. Perusahaan ini kemudian membuat perlengkapan penggunaan *virtual reality* dengan kacamata dan sarung tangan yang terkenal pada masa itu. Pada akhirnya *virtual reality* sering digunakan untuk berbagai macam keperluan seperti aplikasi maupun lingkungan 3 Dimensional. Michael Heim dalam buku *The Methaphysics of Virtual Reality* mengidentifikasi konsep *Virtual Reality*, yaitu, Simulasi, Interaksi, Kepalsuan, Imersi, *Tele Presence*, Seluruh Tubuh Imersi, Jaringan Komunikasi

Untuk dapat merealisasikan *virtual reality* tersebut diperlukan headset VR seperti Oculus Rift atau Samsung Gear VR. Kini konten *Virtual Reality* sudah banyak muncul dalam bentuk game maupun aplikasi yang dapat diunduh untuk keperluan *smartphone*. Konsep *virtual reality* ini pun sudah menjadi dasar pengembangan teknologi Video 360.

Ada perbedaan mendasar antara *Virtual Reality* dan *Augmented Reality*. Pada *Virtual Reality*, pengguna dihadapkan pada kondisi terputusnya kontak dengan dunia nyata dan menciptakan dunia baru secara virtual. *Augmented Reality* justru memperkaya dunia nyata dengan konten dari dunia virtual atau khayalan. Dapat disimpulkan bahwa *Augmented Reality* adalah proses penambahan konten virtual ke dalam dunia nyata. Contohnya adalah permainan games seperti Pokemon Go yang tren beberapa waktu yang lalu.



Gambar 7

Virtual Reality dalam arsitektur dimana pengamat dapat merasakan suasana ruangan yang dirancang sebelumnya.

Sumber: redshift.autodesk.com/ 4 tips for using virtual reality (VR) in architecture, diunduh tanggal 12 Juli 2018



Gambar 8

Situasi dalam game Pokemon Go, sebuah *augmented reality*

Sumber: segmentnext.com/Pokemon Go best offensive type Pokemon Guide diunduh tanggal 12 Juli 2018

Teknologi Video 360

Video 360 atau disebut juga *Virtual Reality Video 360* merupakan penemuan teknologi yang cukup canggih yang merupakan pengembangan dari *Virtual Reality*. Gaya hidup masyarakat kontemporer yang dinamis seakan membutuhkan media yang mampu memberikan informasi secara cepat dan akurat. Masyarakat kontemporer adalah masyarakat yang tidak pernah puas dengan informasi dan teknologi. Mereka terus mengembangkan teknologi agar dapat memenuhi kepuasan dan kebutuhan mereka. Kehadiran media informasi yang sudah ada tetap dianggap belum memuaskan dalam hal pemberian informasi.

Perkembangan media sosial seakan memberikan ruang bagi masyarakat untuk dapat tetap terhubung dan mendapatkan informasi dari berbagai media. Salah satu media informasi yang populer adalah Youtube dimana masyarakat dapat melihat informasi yang disajikan secara bergerak, yaitu dengan melalui video atau film. Bila biasanya video yang disajikan jangkauan sudut pandangnya terbatas, dengan penemuan video 360, jangkauan menjadi lebih luas karena pengguna dapat melihat jangkauan suasana setting video secara berputar 360 derajat. Pengguna seolah dibawa ke dalam dunia nyata karena mampu melihat ke penjuru sisi sudut pandang.

Dalam pembuatan Video 360 tidak mudah karena memerlukan keterampilan dalam mengambil dan mengedit gambar sehingga menjadi satu kesatuan. Hal pertama yang harus dimiliki adalah perlengkapan untuk membuat Video 360, diantaranya tripod, smartphone yang memiliki kamera / kamera (seperti Ricoh Theta), kemudian pengikat smartphone (seperti Gilf). Kemudian setelah gambar diperoleh kemudian diedit dengan menggunakan aplikasi yang bisa diunduh seperti Lapse It. Atau diedit dengan menggunakan software desain grafis khusus untuk editing video.



Gambar 9

Samsung Gear 360 salah satu alat untuk mengambil gambar Video 360

Sumber: [www.theverge.com/Samsung Gear 360 camera looks like an eyeball and shoots](http://www.theverge.com/Samsung-Gear-360-camera-looks-like-an-eyeball-and-shoots), diunduh tanggal 11 Juli 2018



Gambar 10

Editing dalam Video 360 dimana gambar harus digabungkan agar terlihat menjadi satu kesatuan
Sumber: www.roadtovr.com/ 10 Samsung Gear Panoramas from Immersive Media 360 diunduh tanggal 14 Juli 2018

Video 360 sebagai sarana bercerita

Film merupakan gambar bergerak yang juga merupakan media komunikasi sosial yang terbentuk dari penggabungan dua indera; indera penglihatan dan pendengaran. Film memiliki inti atau tema sebuah cerita yang banyak mengungkapkan imajinasi maupun realitas sosial yang terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Film sendiri memiliki sejarah yang sangat panjang. Penemuan yang paling berpengaruh bagi perkembangan film adalah penemuan kamera Obscura tahun 1250. Selanjutnya pada tahun 1895, dikenal sebagai tahun dimana awal adanya sebuah sinema karena pada pertama kalinya film cerita dipertunjukkan di muka umum.

Perubahan dalam industri perfilman jelas nampak pada teknologi yang digunakan. Jika pada awalnya, film berupa gambar hitam putih, bisu, dan sangat cepat kemudian berkembang menjadi gambar berwarna dan dengan segala efek-efek yang membuat film lebih dramatis.

Video 360 merupakan pengembangan teknologi film yang mampu bergerak memutar 360 derajat, sebuah media *virtual reality* yang mampu membawa penontonnya seolah berada dalam situasi yang berbeda dari sebenarnya. Ibaratnya, Video 360 merupakan mesin teleportasi atau mesin pembuat mimpi yang mampu mempengaruhi penontonnya.

Kehadiran Video 360 adalah sebuah tantangan baru dalam dunia bercerita. Dengan bergerak memutar 360 derajat, pengamat akan mampu melihat suasana pada lingkungan film tersebut dibuat. Hal ini akan menimbulkan efek-efek dramatis terhadap

pengamat dalam menangkap pesan dalam gambar yang membuat seakan-akan pengamat berada dalam suasana tersebut.

Tujuan bercerita dan berkomunikasi dalam Video 360 adalah untuk hiburan, bujuk rayu, dan memberi tahu. Video 360 untuk hiburan diaplikasikan pada format film, contohnya film horror. Tujuan untuk bujuk rayu umumnya diaplikasikan untuk promosi produk. Sedangkan tujuan memberi tahu diaplikasikan sebagai informasi sesuatu.

Prinsip pembuatan Video 360 pada dasarnya hampir serupa dengan pembuatan film pada umumnya. Ada beberapa elemen penting dalam pembuatan sebuah cerita yaitu :

□ Karakter

Karakter merupakan suatu penokohan yang terlibat dalam sebuah cerita, yang mempengaruhi segenap pikiran, perilaku, budi pekerti, dan tabiat yang dimiliki manusia atau makhluk hidup lainnya.

□ Setting

Merupakan tempat / lokasi dimana cerita itu terjadi. Dalam sebuah karya sastra, setting yang dalam Bahasa Indonesia dipadankan dengan "latar" merupakan bagian yang tak dapat terpisahkan. Setting berguna untuk memperkuat tema, menuntun watak tokoh, dan membangun suasana cerita. (mruhulesin.wordpress.com)

□ Plot

Merupakan struktur rangkaian kejadian dalam cerita yang disusun sebagai urutan bagian-bagian dalam keseluruhan fiksi. Dengan demikian, plot merupakan perpaduan unsur-unsur yang membangun cerita sehingga menjadi kerangka utama cerita. Plot merupakan kerangka dasar yang amat penting.

□ Konflik

Merupakan titik permasalahan cerita. Sebuah cerita tanpa konflik akan menyebabkan cerita berjalan dengan datar dan membosankan. Konflik sendiri merupakan salah satu unsur intrinsik sebuah cerita. Konflik muncul dalam alur cerita dan muncul karena perkembangan konflik antar tokoh dalam cerita, misalnya antara tokoh antagonis dan protagonis.

□ Resolusi

Merupakan istilah yang digunakan untuk menyatakan jumlah titik atau pixel yang digunakan untuk menampilkan suatu gambar. Resolusi yang semakin tinggi berarti semakin banyak pixel yang digunakan untuk menyusun suatu gambar dapat menjadi lebih jelas dan tajam (id.wikipedia.org)

□ Sudut pandang (Point of View)

Sudut pandang adalah cara pengarang menempatkan dirinya terhadap cerita atau dari sudut mana pengarang memandang ceritanya sehingga cerita tersebut lebih hidup dan tersampaikan dengan baik. Bisa dari sudut pandang orang pertama maupun sudut pandang orang ketiga. Teknik bercerita ini akan membuat "rasa" yang berbeda pada alur dan cara penyampaian cerita.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar focus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Penelitian kualitatif bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelas, dan berakhir dengan suatu "teori". Penelitian kualitatif menekankan pada kedalaman data. Semakin dalam dan detail data yang didapatkan maka semakin baik kualitas penelitiannya. Adapun ciri-ciri penelitian kualitatif adalah :

1. Bersifat deskriptif analitis, terlihat dari caranya mengumpulkan dan merekap data sejelas-jelasnya.
2. Bersifat induktif, yaitu penelitian dimulai dari data atau fenomena yang ada di lapangan yang kemudian memunculkan teori.
3. Menggunakan teori yang sudah ada sebagai pedoman dan pendukung, karena meskipun berangkat dari data namun tetap saja teori digunakan sebagai fokus pembatas dari objek penelitian.
4. Berfokus pada makna yang terdapat dalam suatu fenomena yang diteliti, yang dapat digali dari persepsi objek penelitian.
5. Mengutamakan akan pentingnya proses penelitian yang berjalan, bukan semata mengacu pada hasil yang ingin dicapai.

Untuk mempermudah fokus penelitian, maka pendekatan yang dilakukan adalah menggunakan jenis penelitian metode Studi Kasus. Penelitian ini meneliti sebuah studi kasus atau fenomena tertentu yang ada dalam masyarakat untuk mempelajari latar belakang, keadaan, dan interaksi yang terjadi. Studi kasus dilakukan pada suatu kesatuan

sistem yang bisa berupa suatu objek, kegiatan, peristiwa, atau sekelompok individu yang ada pada keadaan atau kondisi tertentu.

IV. PEMBAHASAN

Video 360 sebagai alternatif media bercerita baru dalam kehidupan masyarakat kontemporer

Kemajuan teknologi informasi saat ini mempengaruhi pola hidup masyarakat. Sejak ditemukannya media sosial, dunia seolah-olah mengalami percepatan, menjadi tanpa batas, tidak ada sekat dan informasi dapat leluasa diperoleh. Virilio sebagaimana dikutip dalam *Dunia Yang Berlari* (Piliang, 56) menyatakan bahwa manusia kontemporer sangat menggantungkan diri pada kecepatan berlari; bila ia terlalu lambat, ia akan mati. Hal ini menjelaskan bahwa manusia kontemporer hidup dalam keadaan yang serba cepat. Penemuan internet sebagai sarana komunikasi telah mempermudah bahkan mempercepat kegiatan manusia, apalagi kemudian internet dapat merambah berbagai media seperti komputer, laptop, telepon seluler, dan berbagai media lain. Hanya dalam beberapa dekade, pertumbuhan media digital, perkembangan internet dan berbagai perlengkapan mobile yang lain telah dikombinasikan makna luas dari media massa dalam berbagai bentuk (Bolter and Grusin 2000; Lister et al. 2009). Perkembangan teknologi informasi dan digital yang membangun apa yang disebut narasi digital (*digital narrative*), telah memungkinkan diatasinya hambatan-hambatan ruang oleh waktu, dalam pengertian bahwa durasi waktu yang dihabiskan untuk mencapai sebuah jarak tertentu di dalam ruang cenderung semakin dimampatkan sehingga ruang kini "dikalahkan" oleh waktu. (Piliang, 56).

Media sosial merupakan media baru (*new media*) karena berhubungan dengan dunia digital. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam bukunya yang berjudul *Users of the world, unite! The challengers and opportunities of Social Media* bahwa media social merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. (id.m.wikipedia.org).

Media sosial telah menyebabkan percepatan dalam kehidupan masyarakat. Berbagai macam kegiatan, dari bersosialisasi, berbelanja, pendidikan, bisnis, hiburan, semua dapat dilakukan dengan online di media sosial. Hal ini turut didukung pula oleh

harga telepon seluler pintar yang cukup terjangkau di Indonesia. Hampir semua orang di Indonesia memiliki *smartphone* yang menemani aktivitas mereka sehari-hari.

Berdasarkan data dari Okezone tahun 2015, Media sosial saat ini telah mengubah tatanan hidup masyarakat global. Sebanyak 79% masyarakat modern menggunakan sosial media. Tercatat pengguna *smartphone* di Indonesia mencapai 55 juta orang sedangkan penetrasi pertumbuhannya mencapai 37,1%. Pada tahun 2016 diperkirakan ada 65,2 juta pengguna *smartphone*, sedangkan tahun 2017 ada 74,9 juta pengguna. Pada tahun 2018 dan 2019 terus tumbuh mulai dari 83,5 juta hingga 92 juta pengguna telepon genggam di Indonesia.

Indonesia merupakan pengguna *smartphone* nomor 5 terbesar di dunia. Berdasarkan penelitian, secara rata-rata pengguna *smartphone* menghabiskan waktu 129 menit per hari untuk menggunakan *smartphone* dengan rata-rata penggunaan data 197MB/hari. Rata-rata pengguna *smartphone* di Indonesia mengkonsumsi data sekitar 249MB/hari yang dapat dikatakan "penggila data". Menurut data survey, 14% pengguna *smartphone* adalah wanita yang menggunakan *smartphone* untuk eksis di jejaring sosial, dan *chatting*. Dari tahun ke tahun pertumbuhan pengguna *smartphone* di Indonesia mencapai 33% sejak 2013. Pertumbuhan pesat di pasar *smartphone* Indonesia ini didorong oleh penduduk dengan usia dibawah 30 tahun; sekitar 61% dari seluruh pengguna.

Media sosial telah menghapus batasan-batasan dalam berkomunikasi dan bersosialisasi. Dalam media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, semua pelaku dapat saling terhubung kapanpun dan dimanapun. Aktivitas komunikasi dan bercerita menjadi lebih intens dan mudah. Masyarakat dapat memperoleh informasi dan membagikannya pada saat yang bersamaan.

Kemudahan dalam bersosialisasi melalui media sosial turut mempengaruhi perilaku manusia saat ini. Manusia menjadi terbiasa dengan kecepatan dalam memperoleh informasi sehingga dalam penyajian informasi mereka membutuhkan informasi yang menarik dan informatif. Hal ini dapat dipenuhi dengan memanfaatkan gambar dan teks yang singkat.

Kemajuan media sosial membuat masyarakat seolah terhubung satu sama lain memungkinkan munculnya perilaku yang tidak ada sebelumnya. Perilaku narsistik berkembang dalam kehidupan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari maraknya status atau foto-foto yang diunggah ke media sosial yang banyak menampilkan kehidupan maupun pemikiran individu masa kini.

Dalam kehidupan masyarakat kontemporer dimana mereka selalu menuntut percepatan dan kebaruan, kehadiran Video 360 dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, misalnya keperluan untuk periklanan, rancang arsitektur, hiburan, berita, dan masih banyak lagi. Pada dasarnya manusia selalu tertarik dengan hal-hal baru. Sesuatu yang baru dapat merangsang stimuli pengamat untuk terlibat dalam dunia dalam video 360. Mereka dapat memanfaatkan teknologi Video 360 untuk bercerita, menyampaikan informasi, atau bahkan hanya untuk pamer di media sosial.

Di masa mendatang peranan Video 360 akan semakin diperlukan karena terkait dengan pola penyampaian informasinya yang menarik. Video 360 menjadi alternatif media untuk bercerita serta menyampaikan informasi. Manusia kontemporer saat ini banyak mengonsumsi tanda dan makna untuk menampilkan citra diri mereka menjadi ajang aktualisasi diri.

Kehadiran Youtube sangat memudahkan masyarakat kontemporer untuk eksis dan menampilkan citra dirinya. Selain itu media ini juga kerap dimanfaatkan untuk keperluan bisnis. Video 360 dalam hal ini dapat diunggah di media sosial termasuk Youtube dimana di masa mendatang dapat dimanfaatkan untuk keperluan ini demi menarik atensi pengamat.

V. KESIMPULAN

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa manusia selalu melakukan kegiatan bercerita baik disadari maupun tidak. Media bercerita pun mengalami perkembangan dari masa ke masa, tidak hanya berupa media dua dimensional namun juga merambah ke media tiga dimensional seperti prasasti, patung, dan lain sebagainya. Media bercerita pun mengalami perkembangan, mulai dari berupa foto, komik, sampai akhirnya format audio visual dimana manusia dapat menonton gambar bergerak. Tidak hanya sampai disitu, teknologi terus berkembang dan akhirnya ditemukan *Virtual Reality* dan *Augmented Reality* yang mampu banyak dimanfaatkan untuk keperluan film, IPTEK, arsitektur, sampai game. Kemudian sebagai pengembangan dari konsep *Virtual Reality* muncul teknologi Video 360 dimana pengguna dapat melihat film secara 360 derajat sehingga informasi yang disampaikan lebih dapat disampaikan secara informatif. Video 360 memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasinya, salah satunya adalah Youtube dimana pemanfaatan teknologi ini kedepannya tidak lagi sebatas untuk film, arsitektur,

IPTEK, maupun game namun dapat dimanfaatkan sebagai ajang pameran, eksis, dan bahkan keperluan bisnis masyarakat kontemporer mengingat mereka tidak dapat lepas dari perangkat seluler dan media sosial. Kehadiran Video 360 makin membuka batasan-batasan dan sekat-sekat informasi sehingga mampu menarik atensi pengamat dalam menyerap informasi yang disampaikan. Video 360 menjadi alternatif baru dalam menyampaikan pesan komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bucher, John (2018), *Storytelling for Virtual Reality; Methods and Principles for Crafting Immersive Narratives*, Routledge, New York
- Piliang, Yasraf Amir (2017), *Dunia Yang Berlari*, CV.Cantrik Pustaka, Yogyakarta
- _____ (1998), *Dunia Yang Dilipat*, Penerbit Mizan, Bandung
- Sunaryo, Aryo (2009), *Ornamen Nusantara*, Effhar Offset Semarang
- Tumminello, Wendy (2005), *Exploring Storyboarding*, Delmar Learning, Canada
- Thompson, Kristin (2003), *Film History; An Introduction*, McGraw Hill, New York

WEBSITE

- www.okezone.com/ Pengguna Smartphone di Indonesia mencapai 55 juta orang, 20 September 2015, diunduh 20 Juni 2016
- <http://tekno.liputan6.com/> pengguna smartphone di Indonesia rakus konsumsi data, diunduh 20 Juni 2016



Sinden

SEMINAR NASIONAL DESAIN & SENI

2018



**DESAIN DAN
SENI DALAM
REVOLUSI
INDUSTRI 4.0**



**FAKULTAS DESAIN & SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Jalan Meruya Selatan No.1, Jakarta Barat, 11650
T : 021 5840 816 (Hunting), ext: 5100 F : 021 5840 015

ISBN 978-602-52430-0-4

