

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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 penggalian 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. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang ruang pameran digital dalam media *virtual reality* sebagai upaya menyediakan ruang pameran interaktif.

C. Tujuan dan Manfaat Perencanaan

1. Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang ada di atas dapat diketahui tujuan perancangan ruang pameran digital dalam media *virtual reality* adalah sebagai berikut:

- a. Mempermudah desainer, seniman dalam upaya berpameran.
- b. Memperluas jangkauan sehingga dapat menjangkau daerah yang sebelumnya tidak terjangkau.
- c. Menjadi solusi berpameran di kala pandemi dan situasi normal.

2. Manfaat

Manfaat Ruang Pamer Digital dalam Media Virtual Reality Sebagai Upaya Menyediakan Ruang Pamer Interaktif.

- a. Manfaat untuk *Skateholder*
 - 1) Menunjang produktifitas kaum kreatif.
 - 2) Meminimalisir dana produksi dalam penyelenggaraan pameran.

b. Manfaat untuk Perancangan (Desainer)

- 1) Sebagai sebuah aktivitas berkarya desain dan menerapkan keilmuan yang selama ini dipelajari.
- 2) Perancangan ruang pameran digital dalam media *virtual reality* sebagai upaya menyediakan ruang pameran interaktif untuk Prodi Desain Komunikasi Visual di Institut Seni Indonesia Padang Panjang diharapkan menjadi panduan bagi perancang-perancang ruang pameran digital yang akan datang.
- 3) Sebagai kontribusi bagi desainer dalam memberikan solusi kreatif kepada para pelaku seni terutama seni rupa.

c. Manfaat bagi Masyarakat

- 1) Dapat menikmati atau menghadiri pameran secara online tanpa harus mengeluarkan biaya tinggi.
- 2) Dapat meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap karya seni.

D. Tinjauan Karya

Sebelum kita merancang Ruang Pameran Digital dalam Media *Virtual Reality* agar bisa mencitrakan atau menemukan perbedaan serta nilai kebaruan dalam karya yang ingin diciptakan. Oleh sebab itu, perlu hendaknya kita melakukan perbandingan karya yang akan kita garap dengan karya yang telah ada. Berikut ini beberapa karya yang akan dijadikan sebagai karya pembandingan.

1. Artstep

Situs web yang khusus menaungi karya seni fotografi dan lukisan, banyak digunakan oleh para profesional dan komunitas.



Gambar 1

Contoh Ruang Pamer Digital

(Sumber : <https://www.google.com/search?q=Artstep&sxsrfr=>)



Gambar 2

Contoh Ruang Pamer Digital

(Sumber : <https://www.google.com/search?q=Artstep&sxsrfr=>)



Gambar 3

Contoh Ruang Pamer Digital

(Sumber : <https://www.google.com/search?q=Artstep&sxsrfr=>)

2. *V2Iartspace*

Slogan “*Interactive 3D Virtual Tours*”, *V2Iartspace.com* rutin menyajikan pameran fotografi dan fotografi 3D dengan konsep 360 derajat. Situs web ini punya visi memfasilitasi pengunjung yang mau menyaksikan *touring photography exhibition*. Situs web ini juga menerapkan sistem kontrak *partnership* bagi komunitas dan individu yang ingin mengadakan pameran melalui situs web ini.

3. *Exhibbit*

Exhibbit dibentuk pada 2009, situs web ini memfasilitasi para kurator untuk tetap bisa menampilkan karyanya saat masa pandemi. Regulasi serta prosedur untuk menjadi kurator dalam *Exhibbit.com* juga terkesan mudah bagi para pemula yang ingin belajar serta membuat portofolio hasil karya seni mereka di situs web.



Gambar 4

Contoh Ruang Pamer Digital

(Sumber : <https://www.google.com/search?q=Artstep&sxsrif=>)



Gambar 5

Contoh Ruang Pamer Digital

(Sumber : <https://www.google.com/search?q=Artstep&sxsrf=>)

Berbeda dengan ruangan yang akan dirancang, ruang pameran digital dalam media *virtual reality* sebagai upaya menyediakan ruang pameran interaktif, dalam perancangan virtual gallery ini nantinya para pengunjung akan disuguhkan dengan pengalaman yang berbeda dengan galeri virtual lainnya, yaitu pengunjung akan merasakan sensasi yang berbeda menggunakan media *virtual reality* dan *point of view*.

E. Landasan Teori

1. Seni Rupa

Seni rupa merupakan cabang seni yang membentuk karya seni dan bisa ditangkap oleh mata serta dirasakan dengan rabaan. Kesan yang diberikan oleh seni rupa merupakan hasil olahan dari konsep garis, bidang, bentuk, volume, warna, tekstur, dan pencahayaan dengan acuan estetika. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nilai keindahan pada karya seni rupa mengandalkan kekuatan visual.

2. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah cabang ilmu desain yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media dengan memanfaatkan elemen-elemen visual ataupun rupa untuk menyampaikan pesan untuk tujuan tertentu (tujuan informasi ataupun tujuan persuasi yaitu mempengaruhi perilaku). Yang menarik dari sini adalah seorang sarjana DKV harus bisa mengolah pesan tersebut secara efektif, informatif dan komunikatif.

Banyak hal-hal mendasar yang dipelajari di program studi DKV. Mengembangkan bentuk bahasa visual (bermain gambar), mengolah pesan (bermain kata) keduanya untuk tujuan sosial maupun komersial, dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada kelompok lainnya. Visual berwujud kreatif dan inovatif, sementara inti pesan harus komunikatif, efisien dan efektif saling mendukung agar tersampaikan dengan baik pada sasaran.

Cakupan pekerjaan desain komunikasi sangat luas, antara lain: mulai dari label produk/ makanan, desain logo yang mencitrakan sebuah lembaga/ perusahaan (*branding*), paket promosi dan kampanye sebuah program, hingga membuat iklan di media massa, dsb.

Berbeda dengan seni murni (dalam hal ini seni grafis) yang karya seninya dibuat sebagai ungkapan ekspresi sang seniman, maka karya seni yang dihasilkan oleh seorang desainer komunikasi visual lebih ditekankan dengan konsep yang bermaksud-tujuan dan ditujukan untuk khalayak yang disasar (*target audience*).

3. *Virtual Reality*

Menurut M. Mihelj et al. (2014), *virtual reality* dipahami sebagai simulasi komputer interaktif yang dapat mempengaruhi indra pengguna bahkan menggantikan satu atau lebih indra manusia, sehingga pengguna larut kedalam lingkungan simulasi (*virtual environment*). *Virtual Reality (VR)* secara bahasa berarti keadaan nyata/ ide yang “dimasukkan” ke dalam dunia maya atau memvirtualkan objek nyata/ ide yang tetap memperhitungkan sifat-sifat fisiknya. Oleh karena itu harus dibedakan dengan animasi 3D, yang terdapat pada film dan game, karena tidak memperhitungkan data dan kondisi fisik dari objek-objek yang berada di dalamnya (lingkungan virtual). Sebuah VR pasti memperhitungkan aspek ergonomis dan antropometri. Ini adalah *added value* sebuah VR.

Ergonomis berarti barang yang divirtualkan harus cocok dengan anatomi tubuh manusia ketika digunakan seperti kita menggunakan barang-barang yang biasa berada di sekitar kita, sedangkan antropometri berarti di dalam virtualisasi tersebut diperhitungkan ukuran fisik dari gerakan manusia terhadap semua objek virtual di sekelilingnya. Dua hal tersebut merupakan aspek analisis yang menjadi pembeda VR terhadap games, aspek lainnya adalah fungsionalitas.

Di sisi ini komponennya adalah *reachability*, *touchability*, dan *accessability*. *Reachability* berarti objek di dalam dunia virtual dapat dijangkau, dipegang, dapat berinteraksi dengan user. *Touchability* berarti objek dapat dirasakan, objek yang kita pegang atau sentuh memiliki berat ataupun kontur permukaan, dan *accessability* berarti objek dalam dunia virtual memiliki

perilaku sama dengan objek dalam dunia nyata, misalkan bila dalam tubuh manusia terdapat 25 derajat kebebasan maka dalam dunia virtual pun harus sama.

Virtual Reality merujuk pada pemakaian komputer untuk mensimulasikan sebuah pengalaman dengan cara yang sama dengan realita. Pada jenis-jenis VR yang paling sering dipakai, seseorang memakai sarung tangan, earphone, dan goggles yang disambungkan dengan komputer. Rangsangan berubah sesuai dengan gerakan orang itu, misalnya menggelenggelengkan kepala atau gerakan-gerakan lainnya. VR mencakup interaktivitas dan multidimensi yang beroperasi pada level yang sangat tinggi. Sistem VR yang canggih dapat menjadi jawara dalam komunikasi, sebuah format yang di dalamnya kita dapat berbagi pengalaman dengan orang lain.

Kejadian ini adalah topik film *Strange Days*, yang dibintangi Fiennes yang berperan sebagai seorang pemasok klip-klip VR selundupan yang diambil langsung dari otak seseorang dan dapat dimainkan oleh orang lain. Secara sederhana, *Virtual Reality* adalah pemunculan gambar-gambar tiga dimensi yang di bangkitkan komputer, yang terlihat nyata dengan bantuan sejumlah peralatan tertentu. Ciri terpentingnya adalah dengan menggunakan perangkat yang dirancang untuk tujuan tertentu.

4. 3D Modeling

3D modeling dari suatu objek dapat di lihat sebagai proses lengkap yang dimulai dari mendapatkan data dan berakhir dengan sebuah model 3D yang interaktif dalam sebuah komputer. Kadang pemodelan 3D hanya diartikan

sebagai proses konversi sebuah ukuran yang terbayang–bayang menjadi jaring-jaring yang berbentuk segitiga (*mesh*) atau permukaan yang memiliki *texture*, walaupun hal tersebut harus menggambarkan proses yang kompleks dari rekonstruksi sebuah objek. Pemodelan 3D dibutuhkan di banyak bidang seperti *inspection, navigation, object identification, visualization* dan *animation*. Membuat sebuah model 3D yang lengkap, detail, akurat dan realistis dari sebuah gambar masih merupakan hal yang sulit, terutama untuk model yang besar dan kompleks. Secara umum pemodelan 3D terdiri dari beberapa proses, antara lain desain, pengukuran secara 3D, kerangka dan pemodelan, pemberian tekstur dan visualisasi (Remondino et al, 2006).

5. Animasi

Animasi adalah seni membuat benda mati tampak bergerak. Sedangkan melansir dari Studio Binder, animasi adalah metode manipulasi gambar agar muncul sebagai gambar bergerak. Melalui perencanaan yang tepat serta mendalam, maka alur pergerakan animasi akan menarik untuk dinikmati. Orang yang membuat animasi adalah dikenal dengan sebutan animator. Ada banyak rumah produksi atau perusahaan yang membuat karya atau film animasi dengan kualitas yang sangat baik seperti *Walt Disney, DreamWorks, Pixar*, dan lain sebagainya.

Dalam animasi tradisional, sebuah struktur dibuat menjadi gambaran atau dilukis dengan tangan pada lembaran seluloid transparan untuk difoto dan dipamerkan pada film. Saat ini, sebagian besar animasi dibuat dengan gambar yang dihasilkan komputer (CGI).

Animasi komputer dapat berupa animasi 3D yang sangat detail atau 2D yang dapat digunakan untuk mengatur bandwidth atau rendering. Metode pembuatan animasi lainnya menerapkan teknik stop motion pada objek 2 dan 3 dimensi seperti potongan kertas, boneka, atau tanah liat. Sebab mata kita hanya dapat menangkap gambar selama 1/16 detik, ketika beberapa gambar muncul secara berurutan dengan cepat, otak akan menggabungkannya menjadi satu gambar yang bergerak. Itulah yang mendasari terciptanya animasi.

6. *Audio Visual*

Audio dalam kamus bahasa Indonesia artinya bersifat dapat didengar, sedangkan visual artinya dapat dilihat dengan mata, sedangkan audiovisual bersifat dapat dilihat dan didengar. Dari uraian yang sudah dipaparkan bisa kita tarik kesimpulan bahwa media audiovisual adalah teknologi atau alat pengantar pesan yang bersifat suara dan gambar (sesuatu yang dapat dipandang). Sedangkan, Menurut Djamara (2006: 124), media audiovisual adalah media yang mampu merangsang indra penglihatan dan indra pendengaran secara bersama-sama, karena media ini mempunyai unsur suara dan unsur gambar. Media audiovisual pada hakikatnya adalah suatu representasi (penyajian) realitas, terutama melalui pengindraan, penglihatan dan pendengaran yang bertujuan untuk mempertunjukkan pengalaman-pengalaman pendidikan yang nyata kepada siswa. Cara ini dianggap lebih tepat, cepat, dan mudah dibandingkan dengan melalui pembicaraan, pemikiran, dan cerita mengenai pengalaman pendidikan. (Ishak Abdullah, 2013: 82)

a. Macam-Macam Media Audio Visual

Media audio visual dibagi dalam:

- 1) Audio visual murni, yaitu baik unsur suara maupun unsur gambar berasal dari satu sumber seperti video kaset.
- 2) Audio visual tidak murni, yaitu unsur suara dan unsur gambarnya berasal dari sumber yang berbeda. Misalnya film bingkai suara yang unsur gambarnya berasal dari slides proyektor dan unsur suaranya berasal dari tape recorder.

b. Proses Produksi Audio Visual

Menurut Suyanto (2005:171), untuk memproduksi iklan televisi harus melalui 3 tahap, yaitu tahap pra produksi, tahap produksi dan pasca produksi. Masing-masing tahap tersebut secara dramatis akan mempengaruhi biaya dan kualitas. Hal tersebut menjadi acuan dalam perancangan produk audio visual.

7. UI

User Interface adalah tampilan visual sebuah produk yang menjembatani sistem dengan pengguna (*user*). Tampilan UI dapat berupa bentuk, warna, dan tulisan yang didesain semenarik mungkin. Secara sederhana, UI adalah bagaimana tampilan sebuah produk dilihat oleh pengguna.

Analoginya bisa dijelaskan seperti ini. Misalnya Anda mengunjungi sebuah rumah, Anda pasti akan melihat tampilan rumah tersebut, bukan? Anda bisa melihat halaman depan rumah, letak pintu utama, dan jendela. Nah, tampilan rumah yang Anda lihat itu adalah user interface atau UI.

Tampilan UI ini diterapkan pada sistem operasi, aplikasi, website, maupun blog. Sebagai contoh, Anda pasti pernah melihat tampilan menu-menu aplikasi pada smartphone Anda, bukan? Jika Anda membuka aplikasi *Google Play Store*, Jadi, tampilan UI dirancang dengan desain beberapa aspek, mulai dari layout, gambar logo, pemilihan warna yang sesuai, *typography* yang mudah dibaca dan hal lainnya untuk mempercantik tampilan. semua elemen yang memperindah tampilan tersebut termasuk dalam elemen UI. Tidak hanya UI pada aplikasi, tampilan UI pada sebuah halaman website harus menarik. Berikut contoh halaman UI pada halaman website di desktop dan mobile gadget.

Tidak hanya harus menarik, tampilan UI juga harus disesuaikan dengan berbagai perangkat agar pengguna mudah dan nyaman menggunakan websitenya. Jika Anda ingin membuat desain tampilan web, kami menyediakan artikel panduan lengkap cara mendesain web dengan mudah yang bisa Anda baca.

8. UX

User experience adalah bagaimana pengalaman pengguna dalam berinteraksi/menggunakan produk digital Anda. Pengalaman ini dilihat dari betapa mudahnya pengguna untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan dari produk tersebut. Dengan kata lain, user experience produk yang bagus tidak akan menyulitkan pengguna untuk mencapai tujuan mereka. Entah itu dari desain UI yang *friendly*, produk yang ringan untuk diakses, menu yang tidak berbelit-belit, dan lain sebagainya.

Sebaliknya, *user experience* yang buruk membuat pengguna frustrasi karena kesulitan untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Kalau sudah begini, ada

banyak efek buruk yang bisa terjadi kepada Anda. Kami akan menjelaskan efek-efek buruk tersebut dengan lengkap tepat di bawah ini. Namun sebelum itu, berikut kami berikan contoh perbandingan *user experience*.

Berdasarkan contoh di atas, aplikasi mana yang kemungkinan besar lebih dipilih pengguna? Tentu aplikasi A, bukan? Kenapa? Karena pengalaman yang pengguna rasakan saat menggunakan aplikasi A itu lebih nyaman dan menyenangkan daripada menggunakan aplikasi B.

9. Ruang Pameran

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, ruang artinya tempat, sela-sela antara dua (deret) tiang atau sela-sela antara empat tiang (di bawah kolong rumah), rumah itu mempunyai empat buah atau rongga yg berbatas atau terlingkung oleh bidang. Pamer artinya pertunjukan (hasil karya seni, barang hasil produksi, dsb), atau suatu kegiatan penyajian karya untuk dikomunikasikan sehingga dapat diapresiasi oleh masyarakat luas. Jadi Ruang Pameran adalah tempat yang terlingkung oleh bidang dan digunakan sebagai sarana penyajian karya untuk dikomunikasikan sehingga dapat diapresiasi oleh masyarakat luas.

10. Interaktif

Interaktif adalah sebuah komunikasi dua arah yang mana berupa saling melakukan aksi hingga memiliki hubungan timbal balik yang aktif antar orang yang melakukan komunikasi. Komunikasi yang aktif akan membuat interaksi semakin mudah.

11. Warna

Warna adalah spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih). Identitas suatu warna ditentukan panjang gelombang cahaya tersebut. Sebagai contoh warna biru memiliki panjang gelombang 460 nanometer.

Panjang gelombang warna yang masih bisa ditangkap mata manusia berkisar antara 380-780 nanometer. Dalam peralatan optis, warna bisa pula berarti interpretasi otak terhadap campuran tiga warna primer cahaya: merah, hijau, biru yang digabungkan dalam komposisi tertentu. Misalnya pencampuran 100% merah, 0% hijau, dan 100% biru akan menghasilkan interpretasi warna magenta.

Dalam seni rupa, warna bisa berarti pantulan tertentu dari cahaya yang dipengaruhi oleh pigmen yang terdapat di permukaan benda. Misalnya pencampuran pigmen magenta dan cyan dengan proporsi tepat dan disinari cahaya putih sempurna akan menghasilkan sensasi mirip warna merah.

Setiap warna mampu memberikan kesan dan identitas tertentu sesuai kondisi sosial pengamatnya. Misalnya warna putih akan memberi kesan suci dan dingin di daerah barat karena berasosiasi dengan salju. Sementara di kebanyakan negara timur warna putih memberi kesan kematian dan sangat menakutkan karena berasosiasi dengan kain kafan (meskipun secara teoretis sebenarnya putih bukanlah warna).

Di dalam ilmu warna, hitam dianggap sebagai ketidakhadiran seluruh jenis gelombang warna. Sementara putih dianggap sebagai representasi kehadiran seluruh gelombang warna dengan proporsi seimbang. Secara ilmiah, keduanya bukanlah warna, meskipun bisa dihadirkan dalam bentuk pigmen.

12. Layout

Layout adalah suatu penentuan tata letak desain pada elemen tertentu sehingga menghasilkan visual yang menarik. Sementara, secara sederhana pengertian layout adalah desain tata letak. Sedangkan menurut tokoh desain, Suriyanto Rustan (2009), layout adalah tata letak dari elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibuat. Tujuan utama dari layout adalah untuk menyajikan elemen gambar dan teks dengan cara yang sederhana, menarik, mudah dibaca, dan membuatnya lebih mudah bagi pembaca untuk menerima informasi yang disajikan.

Ografi adalah seni atau teknik menyusun huruf dan teks dengan cara yang dapat membuatnya dapat terbaca, jelas dan menarik secara visual bagi pembacanya. Secara umum *typografi* adalah seni memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga akan menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Misalnya, dengan menggunakan *typeface* dan gaya font yang berbeda, menyesuaikan ukuran, jarak antara huruf dan kata, dan lain-lain.

13. Typografi

Tipografi menjadi salah satu bagian penting dari desain. Pasalnya kata-kata yang sama sekalipun tetap dapat menyampaikan pesan dan kesan yang berbeda tergantung pada desainnya. Lihat saja berbagai contoh penggunaan tipografi yang bisa kamu temukan dalam *logo, poster, brosur, website*, buku atau apa pun itu yang melibatkan unsur teks.

Menurut Wikipedia definisi Tipografi adalah sebagai berikut :

“Tata huruf merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin”.

Darmadi mengemukakan bahwa:

“Tipografi adalah sebuah karya seni penggunaan jenis huruf. Yang adalah sebuah karya seni yang cukup rumit, apalagi kerumitannya ditambah dengan medium design web yang terbatas tetapi juga adalah suatu elemen yang sangat penting dalam komunikasi dengan para pengunjung”.

Sudiana mengemukakan bahwa:

“Tipografi dapat memiliki pengertian luas, yang meliputi penataan dan pola halaman, atau juga setiap barang cetak. Pengertian yang lebih sempit juga hanya meliputi pemilihan, penataan, dan berbagai hal yang bertalian pengaturan baris-baris susunan huruf (typeset), tidak termasuk ilustrasi dan unsur lain bukan huruf pada halaman cetak”.

Roy Brewer mengemukakan bahwa:

“Tipografi dapat memiliki pengertian luas yang meliputi sebuah penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak. Salam pengertian lebih sempit hanya meliputi pemilihan, penataan dan berbagai hal berkaitan pengaturan baris-baris susun huruf (typeset), tidak termasuk pada ilustrasi dan unsur-unsur lain bukan susun huruf pada pada halaman cetak”.

Selanjutnya berdasarkan definisi di atas, tipografi mempunyai tujuan agar pembaca mendapatkan kemudahan dan kenyamanan, baik itu dalam hal melihat kejelasan bentuk huruf (*legibility*) maupun keterbacaan (*readability*).

Kejelasan bentuk huruf (*legibility*) adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu karakter / rupa huruf / tulisan tanpa harus bersusah payah. Hal ini bisa ditentukan oleh:

- Kerumitan desain huruf, seperti penggunaan siripan, kontras goresan, dan sebagainya.
- Penggunaan warna

- Frekuensi pengamat menemui huruf tersebut dalam kehidupan sehari-hari

Keterbacaan (*readability*) adalah tingkat kenyamanan / kemudahan suatu susunan huruf saat dibaca, yang dipengaruhi oleh

- Jenis huruf
- Ukuran
- Pengaturan, termasuk di dalamnya alur, spasi, kerning, perataan, dan sebagainya
- Kontras warna terhadap latar belakang

F. Metode Penciptaan

1. Persiapan

a. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk menemukan solusi dari masalah ini .Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survey, observasi, wawancara, dokumentasi, dan dilengkapi dengan studi pustaka. Data dari informasi terdiri dari 2 kelompok yaitu: pengunjung dengan menggunakan teknik wawancara dan kedua seniman atau pekerja kreatif .

1) 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.

Setelah melakukan observasi , ditemukan fakta-fakta yang menjadi masalah bagi perupa maupun masyarakat umum. Seperti kurangnya fasilitas untuk berpameran secara regular, dan masih minimnya pengetahuan dan pengalaman perupa dan masyarakat umum tentang berpameran menggunakan media *virtual reality*. Sehingga dibutuhkan sebuah ruang pameran digital yang dapat menjangkau banyak orang dan dapat menutupi berbagai kekurangan dalam berpameran secara regular.

2) Wawancara

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

3) Kepustakaan

Perancang mengambil dari buku referensi maupun sumber-sumber yang lain dari internet yang memuat topik sesuai dengan kepentingan perancangan karya desain sebagai landasan teori. Hal ini bertujuan untuk menyempurnakan perancangan skripsi karya ini, sehingga dapat menambah wawasan perancang dalam proses penggarapan Media Informasi Tentang Binatang di Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan Bukittinggi.

4) 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 media pendukung lainnya yang dibutuhkan untuk keperluan perancangan.



Gambar 6

Wawancara Dengan Pegiat Seni

(Sumber : <https://www.google.com/search?q=Artstep&sxsrif=>)

Gambar di atas merupakan sesi wawancara bersama desainer desainer muda mengenai pandangan terhadap pameran.

b. Metode Analisa Data

Dalam perancangan ruang pameran digital dalam media *virtual reality* sebagai upaya menyediakan ruang pameran interaktif , terdapat adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan strategi perancangan. Maka dari itu, di perlukan suatu analisis untuk meningkatkan perancangan ini.

1) Analisis Target Audience

Perancangan yang dilakukan berdasarkan pertimbangan *target audience* yang ingin dituju.

a) Segmentasi Geografis

Merupakan penentuan pembagian menjadi unit unit geografis yang berbeda, misalnya wilayah, negara, negara bagian, propinsi,

kota, dan kepulauan. Dalam perancangan ruang pameran digital secara umum mencakup wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dimanapun berada.

b) *Segmentasi Demografis*

Dikelompokkan berdasarkan variabel-variabel seperti: jenis kelamin, pendidikan, jumlah penduduk, usia, ukuran keluarga, pekerjaan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial.

Target audience dikelompokkan menjadi target utama dan target pendukung, yang dapat dijabarkan:

- **Jenis Kelamin** : Laki-laki dan perempuan.
- **Usia** : 18 sampai 60 Tahun.
- **Pekerjaan** : Perupa, desainer, seniman digital, masyarakat pecinta Seni.
- **Pendidikan** : SMP – Perkuliahan.
- **Strata Sosial** : Kalangan sosial kelas menengah.

c) *Psikografis*

i. Sikap

Target audiencenya memiliki karakter seperti :

- Jiwa sosial tinggi
- Menyukai sesuatu hal-hal baru

ii. Gaya hidup

- Pengunjung memiliki ketertarikan untuk mengunjungi pameran

- Memiliki pekerjaan yang relatif seperti pekerja kreatif yang beresangkutan dengan senirupa
- Mengikuti trend pameran dengan perkembangan zaman.

iii. *Behaviour*

- Jiwa bersosial tinggi
- Saling menghormati
- Berprilaku ramah
- Menyukai hal baru

2) **Analisis Objek**

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 yang tepat dengan menggunakan Metode analisis S.W.O.T.

a) *Strength* (kekuatan)

Kelebihan yang yang akan dihadirkan dengan adanya ruang pameran digital adalah:

- Akan menjadi *platform* pameran virtual interkatif pertama di Sumatera Barat, yang di rancang dengan berbagai fitur interaktif yang akan membawa target audience betah berlama lama dalam menyaksikan pameran virtual

- Dirancang menggunakan teknologi yang mumpuni sehingga cocok dengan cepatnya perkembangan teknologi.

b) *Weakneses* /Kelemahan

- Masih kurang nya pengetahuan masyarakat akan sebuah pameran menggunakan media virtual rality
- Pameran ini dirancang menggunakan teknologi yang mumpuni sehingga tidak semua orang dapat menikmati pameran ini sepenuhnya

c) *Opportunity* /Kesempatan

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

d) *Threat* /Ancaman

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

2. Perancangan

a. Strategi verbal

Pesan verbal yang akan disampaikan kepada target audience adalah informasi tentang karya kelas malam Dkv, mulai dari audivisual,

ilustrasi, fotografi, tato, hingga karya seniman ternama di Indonesia dengan menggunakan teknologi Virtual Reality

b. Strategi Visual

Pengguna teknologi Virtual Reality akan berada di sebuah simulasi Perkotaan hadir dengan 5 kelompok kelas malam ; ; pushink, TTM, Storylens, Anidi, dan Club type dan seniman muralis *Herzven* dengan informasi yang akan diterima oleh pengguna yang akan terlihat nyata melalui teknologi Virtual Reality

3. Perwujudan

a. Media Utama

Media utama adalah media atau bidang yang paling diutamakan atau yang paling pokok sebagai solusi untuk memberikan alternatif berpameran yang membantu segala keterbatasan ruang biaya dan juga yang mampu mengikuti perkembangan zaman yang dinamis . Media utama harus mampu mencakup hal yang terpenting dalam perancangan sebuah media komunikasi visual.

Media utama yang dipilih dalam " ruang pameran digital dalam media virtual reality sebagai upaya menyediakan ruang pameran interaktif " adalah sebuah aplikasi digital. Aplikasi digital adalah bagian dari multimedia yang akan menerapkan teknologi Virtual Reality, yang mana di dalam aplikasi ini perancang akan membawa pengunjung kedalam sebuah realitas maya sebuah pameran , yang unik, *futuristic*, interaktif , dan mampu menjadi solusi keterbatasan sebuah ruang pameran offline.

b. Media Pendukung

Selain dari media utama juga dibuat media pendukung dalam" ruang pameran digital dalam media virtual reality sebagai upaya menyediakan ruang pameran interaktif, tujuannya adalah untuk mendukung media utama dalam memperkenalkan dan mempromosikan fasilitas yang ada di dalam ruang pameran digital interaktif ini. Dengan adanya media pendukung akan memberikan manfaat lebih, dan melengkapi perancangn ini.

1) Poster

Poster bertujuan untuk mempromosikan keunggulan dan fitur-fitur kepada pengunjung ruang pameran digital yang akan di rancang ini.

2) Jejaring Sosial

Jejaring sosial dapat dilihat dari handphone, laptop, dan lainnya. Ruang pameran ini nantinya akan disebarakan melalui Youtube, Instagram , Tiktok.

3) Website

Website adalah alat pendukung promosi, dengan membuat tampilan user interface Pameran virtual.

4) Sticker

Sticker dapat ditempelkan dimana saja. Penyebaran *sticker* dapat diberikan secara gratis baik ketika beroperasi maupun ketika sedang berpameran.

5) *Branded Merchandise*

Media ini dipilih karena dianggap efektif dalam memperkenalkan ruang pameran digital.

4. Penyajian Karya

Bentuk penyajian karya adalah pameran *online* dan *offline*. Pada pameran skripsi karya akan menampilkan media-media utama dan pendukung yang digunakan ruang pameran digital dalam media virtual reality sebagai upaya menyediakan ruang pameran interaktif.

Media aplikasi pameran virtual akan ditampilkan selama pameran berlangsung. Media promosi pendukung juga ditampilkan pada pameran. Media Cetak berupa poster akan proyeksikan menggunakan proyektor, website, konsep perancangam. *Branded Merchandise* berupa *t-shirt* dan *sticker* akan ditata sedemikian rupa sehingga terlihat jelas dan rapi saat pameran berlangsung.