

PERANCANGAN *WEBSITE VIRTUAL TOUR* TENTANG EDUKASI ETIKA KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL BAGI REMAJA

Muhamad Syahrul Musthofa¹, Muhamad Ro'is Abidin²

¹Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
muhamad.18085@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
roisabidin@unesa.ac.id

Abstrak

Dalam media sosial, seringkali etika berkomunikasi di dalam kegiatan *chatting* terabaikan karena dianggap *sepele*. Hal ini disebabkan komunikasi via media sosial tidak menghadirkan pertemuan antar lawan bicara secara langsung sehingga penggunaan kata-kata jadi lebih bebas dan tidak terbatas. Penggunaan bahasa dan kata-kata yang tepat dalam kegiatan komunikasi merupakan cerminan seseorang menghargai dan menghormati lawan bicara. Tujuan perancangan ini adalah menghasilkan perancangan berbentuk *website virtual tour* yang menjelaskan tentang etika komunikasi dalam media sosial dengan target kalangan remaja. Alasan pemilihan media berbentuk *website* karena mudah dan ringan diakses oleh perangkat *mobile* yang mayoritas digunakan kalangan remaja. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi literatur dari internet. Metode analisis data menggunakan SWOT. Metode perancangan yang digunakan yaitu *design thinking* dari Kelley & Brown yang sudah disesuaikan berdasarkan kebutuhan perancangan. Hasil perancangan ini adalah *website* berbasis *virtual tour* yang dapat diakses oleh perangkat *desktop* maupun *mobile*. Hasil perancangan dapat digunakan oleh kalangan remaja untuk belajar sekaligus mengimplementasikan etika komunikasi yang baik dan benar dalam aktivitas bermedia sosial.

Kata Kunci: Virtual Tour, Chatting, Media Sosial, 3D, Website

Abstract

In social media, the ethics of communicating in chatting activities is often neglected because it is considered trivial. This is because communication via social media does not present a direct meeting between people so that the use of words becomes more free and unlimited. The use of appropriate language and words in communication activities is a reflection of respecting other people. The purpose of this research is to produce a virtual tour website that explains the ethics of communication in social media targeting teenagers. The reason for choosing this media because it is easy and light to access by mobile devices, which are mostly used by teenagers. Methods of data collection using questionnaires and literature studies from the internet. Data analysis method using SWOT. The design method used is the design thinking method from Kelley & Brown which has been adjusted based on design requirements. The result is a virtual tour-based website that can be accessed by desktop and mobile devices. This website can be used by young people to learn and also implement about correct communication ethics in social media activities.

Keywords : Virtual Tour, Chatting, Sosial Media, 3D, Website

PENDAHULUAN

Komunikasi dalam dunia digital atau biasa disebut *chatting* adalah kegiatan berkomunikasi lewat *gadget* atau alat bantu digital yang relevan dalam bentuk teks memanfaatkan jaringan internet yang berkembang saat ini. Ide *chatting* pertama kali diinisiasi oleh John McCarthy pada tahun 1955 dan pada tahun 1959 beliau menulis sebuah memo untuk konsep *Time Sharing System* pada komputer IBM 709 di Institut Teknologi Massachusetts (MIT). Baru pada tahun 1961 desain untuk *Compatible Time Sharing System (CTSS)* dikerjakan oleh Fernando Corbato dan dua staf dari Computer Center di Institut Teknologi Massachusetts yaitu Robert Dalley dan Marjorie Merwin dan didemonstrasikan pada bulan November di tahun yang sama. Sedangkan untuk Indonesia *chatting* masuk pada tahun 1980 an dengan aplikasi yang digunakan adalah *Relay Chat*. *Relay Chat* memungkinkan pengguna melakukan komunikasi antar komputer satu dengan yang lain. *Relay Chat* ini dibuat oleh Jarkko Oikarinen saat beliau merancang server pertamanya yang bernama *tolsun.oulun.fi.jarkko* di Universitas Oulu, Finlandia (Corbató dkk, 2011).

Kegiatan *chatting* meluas dan terus berkembang di Indonesia. Menurut informasi dari *databoks.katadata.id* , Indonesia di tahun 2020 masuk pada posisi 4 sebagai negara pengguna *smartphone* terbanyak di dunia, dengan total pengguna 170,4 juta orang. Berdasarkan data oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan pada tahun 2020 ada total 90,75 % rumah tangga di Indonesia yang memiliki minimal satu nomor telepon seluler. Lalu data *We Are Social* mengungkapkan bahwa pengguna aktif dari media sosial di Indonesia pada Januari 2022 menjadi 191 juta jiwa dengan aplikasi yang paling sering digunakan adalah Whatsapp dengan total pengguna mencapai 88,7 %.

Chatting selain memiliki dampak positif juga berdampak negatif. Salah satunya etika komunikasi yang tidak terjaga

disebabkan antar individu tidak bertemu secara langsung sehingga penggunaan bahasa dan kata kata jadi lebih bebas. Ketidaksopanan dalam *chatting* bukan hanya berpengaruh di media sosial saja tapi juga dapat berpengaruh ke dalam kehidupan sehari hari dunia nyata. Menurut IDX Channel dalam laporan tahunan yang dibuat Microsoft berjudul Indeks Keberadaban Digital atau *Digital Civility Index* mengungkapkan bahwa Indonesia beradapada peringkat 4 sebagai pengguna internet paling tidak sopan se Asia Tenggara dengan skor DCI 76. DCI atau *Digital Civility Index* adalah skala yang digunakan oleh IDX Channel untuk menentukan tingkat keberadaban pengguna internet berdasarkan laporan survey yang sudah dilakukan. Semakin tinggi skala DCI menunjukkan semakin hilang tingkat kesopanan pengguna internet.

Edukasi diperlukan untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya etika komunikasi dalam media sosial. Media yang memiliki unsur *metaverse* seperti *virtual tour* bisa menjadi media edukasi yang efektif disebabkan *metaverse* menjadi hal yang populer saat ini. Dilansir dari *egsaugm.co.id* pandemic COVID-19 ini menyebabkan perusahaan teknologi raksasa berlomba-lomba untuk mengembangkan *metaverse* seperti yang diinginkan oleh konsumen. *Metaverse* saat ini juga mulai menjadi tren dan digemari oleh remaja. Dilansir dari *wartaekonomi.co.id* alasan *metaverse* begitu digemari adalah memungkinkan seseorang mengalami keadaan dunia nyata pada dunia virtual. Generasi sekarang lebih menikmati kehidupannya di dunia virtual dan adanya pengalaman di dalam teknologi digital yang tinggi.

Pada perancangan yang berjudul Perancangan *Virtual Tour* untuk Pengenalan Kampus Bagi Mahasiswa di Universitas Kristen Wira Wacana Sumba oleh Mometa dan Kalaway, pembuatan *virtual tour* dilakukan melalui proses *coding* manual dengan *javascript* sedang untuk *websitenya* masih

menggunakan *local host*. Kekurangannya adalah *website* hanya bisa diakses oleh pemilik komputer.

Lalu pada perancangan yang berjudul Perancangan *Virtual Tour* Universitas Budi Luhur Sebagai Media Penunjang Promosi oleh Mahardika menggunakan bahasa pemrograman C# pada Unity untuk membuat *virtual tour*. Hasil perancangan bukan dalam bentuk *website* melainkan sebuah aplikasi dengan format *exe*. Kekurangannya adalah *virtual tour* hanya bisa diakses oleh perangkat *desktop*.

Untuk referensi perancangan mengacu pada *virtual tour* dari Silversea Media. Proses *modeling* dan *rendering* gambar untuk kebutuhan *virtual tour* menggunakan *software* pengolah tiga dimensi Blender. Konversi dan *deploy* hasil *render* menjadi sebuah *virtual tour* menggunakan Marzipano Tool dan Netlify, lalu untuk desain tampilan *website* menggunakan Wix. Perancangan ini ditujukan kepada kalangan remaja akhir dengan rentang usia 17 sampai 25 tahun.

Rumusan masalah yang bisa diambil berdasarkan latar belakang di atas adalah 1) Bagaimana konsep dan ide dari perancangan *website virtual tour* untuk edukasi etika berkomunikasi bagi kalangan remaja ini?, 2) Bagaimana proses perancangan *website virtual tour* ini?, 3) Bagaimana hasil perancangan dari *website virtual tour* ini? Lalu untuk tujuan perancangan yang bisa disimpulkan adalah 1) Mendeskripsikan ide dan konsep perancangan *website virtual tour* untuk edukasi etika berkomunikasi di dalam media sosial, 2) Mendeskripsikan proses perancangan *website virtual tour* untuk edukasi etika berkomunikasi di dalam media sosial, 3) Menghasilkan sebuah *website virtual tour* untuk edukasi etika berkomunikasi di dalam media sosial.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka dari internet. Poin poin dari kuesioner yang akan ditujukan kepada responden antara lain mengenai usia, keaktifan dan perilaku di dalam media sosial, dan kesadaran perilaku di dalam

media sosial. Kuesioner menggunakan kuesioner tertutup dengan target adalah pengguna media sosial aktif dengan rentang umur 17 sampai 25 tahun.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan adalah SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dengan sasarannya adalah *virtual tour* dari Silversea Media sebagai kompetitor dan referensi perancangan. Untuk penjabarannya adalah sebagai berikut:

1. *Strength (Kekuatan)*

Hal yang menjadi kekuatan atau kelebihan dari *virtual tour* Silversea Media yang dapat dijadikan acuan dalam perancangan.

2. *Weakness (Kelemahan)*

Hal yang menjadi kekurangan dari *virtual tour* Silversea Media yang dihindari untuk dimasukkan ke dalam perancangan.

3. *Opportunity (Peluang)*

Peluang atau potensi dari *virtual tour* Silversea Media yang diusahakan jika memungkinkan untuk dimasukkan ke dalam perancangan.

4. *Threat (Ancaman)*

Dalam hal ini adalah fitur-fitur dari *virtual tour* Silversea Media yang tidak bisa dimasukkan ke dalam perancangan disebabkan keterbatasan pengetahuan terkait bahasa pemrograman *website*.

METODE PERANCANGAN

Perancangan *website virtual tour* ini menggunakan metode *design thinking* Kelley dan Brown. Menurut David Kelley *design thinking* diartikan sebagai pendekatan inovasi dengan manusia sebagai pusatnya yang diambil berdasarkan perangkat desainer untuk integrasi kebutuhan pengguna, kemungkinan teknologi, dan persyaratan untuk kesuksesan bisnis.

Berikut tahapan yang dibutuhkan dalam merancang produk yang baik berdasarkan *design thinking* Kelley dan Brown yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan perancangan:

1. *Empathize*

Pada tahap ini dilakukan penyebaran kuesioner dengan poin pertanyaan seputar etika berkomunikasi dalam media sosial dan mengumpulkan data dari mereka. Target pengumpulan data adalah remaja usia 17-25 tahun.

2. *Define*

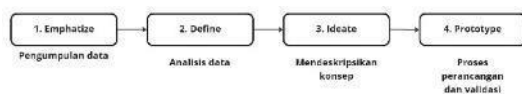
Dilakukan analisis data dengan metode SWOT. Hasil yang didapat pada tahap ini yaitu konsep ide dan gagasan yang akan dipakai dalam proses perancangan *website virtual tour*.

3. *Ideate*

Mendeskripsikan konsep ide dan gagasan dari *website virtual tour* yang akan dirancang. Ide dan gagasan tersebut ditentukan dari tahap *define* yang sudah dilakukan sebelumnya.

4. *Prototype*

Pada tahap *prototype* dilakukan proses perancangan *mockup* berdasarkan pada ide yang hal tersebut ada pada langkah *ideate*. Selain itu penulis melakukan proses validasi materi dan validasi media.



Gambar 1. *Bagan design thinking oleh Kelley & Brown yang telah disesuaikan dengan kebutuhan perancangan.*
(Sumber: Musthofa, 2022)

Pada perancangan ini *design thinking* hanya dilakukan sampai tahap *prototype* saja, tidak sampai tahap *test* disebabkan keterbatasan waktu dalam proses perancangan.

KERANGKA TEORITIK

Etika Komunikasi dalam Media Sosial

Etika adalah ilmu yang mempelajari baik buruknya perilaku, kewajiban, hak, dan tanggung jawab, baik itu secara sosial maupun moral, pada setiap individu di dalam bermasyarakat. Dilansir dari *gramedia.com*, menurut Aristoteles etika terbagi menjadi dua macam yaitu *Terminus Technicus* dan *Manner and Cutom*. *Terminus Technicus* merupakan etika sebagai ilmu yang mempelajari masalah tingkah laku individu

(manusia), sedangkan *Manner and Cutom* merupakan pengkajian etika berkaitan dengan tata cara dan adat yang melekat pada individu, serta baik dan buruk tingkah laku, perbuatan, ataupun perilakunya.

Ada banyak macam etika yang perlu diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah etika berkomunikasi. Komunikasi adalah sebuah kegiatan antar individu mengirimkan pesan kepada individu lain dengan harapan individu yang mendapat pesan akan merespon balik (*feedback*). Dilansir dari *rumusbilangan.com*, menurut Raymond S. Ross komunikasi (intensional) adalah proses memilih dan mengirimkan simbol-simbol sehingga membantu pendengar mengartikan makna yang dimaksud komunikator. Etika komunikasi yang bagus membuat individu lain mayoritas memberikan respon yang bersifat positif dan membangun juga. Sebaliknya etika komunikasi yang buruk justru memicu respon yang buruk juga. Etika komunikasi ini tidak hanya berlaku dalam dunia nyata saja tapi juga dalam media sosial. Media sosial adalah tempat virtual untuk berkomunikasi antar penggunanya. Dilansir dari *liputan6.com*, menurut Mc Graw Hill Dictionary pengertian media sosial adalah sarana orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual.

Menurut IDX Channel dalam laporan tahunan yang berjudul Indeks Keberadaban Digital atau *Digital Civility Index* mengungkapkan bahwa Indonesia sebagai negara pengguna internet paling tidak sopan peringkat 4 se Asia Tenggara dengan skor 76. Semakin tinggi skor menunjukkan tingkat kesopanan pengguna internet semakin rendah. Hal ini menunjukkan bahwa etika berkomunikasi orang Indonesia di dalam media sosial masih sangat kurang.

Elemen Desain dalam Website

Menurut *katadata.co.id* pengertian *website* adalah kumpulan dari halaman situs pada domain atau subdomain yang berada di

dalam *World Wide Web (WWW)* di internet. Sedangkan menurut Niagahoster, *website* adalah kumpulan halaman yang berisi informasi tertentu dan dapat diakses melalui internet.

Terdapat beberapa elemen penting penunjangnya adanya *website*. Dilansir dari *webdev.id* terdapat lima elemen penting yang perlu diperhatikan dalam membangun *website* yaitu:

1) *Layout*

Layout merupakan desain dasar untuk membuat tampilan sebuah halaman *website*. Pembuatan *layout* web harus mempertimbangkan letak penyusunan elemen-elemen *design* yang dapat memudahkan pembaca dalam memaknai informasi.

2) *Font*

Pemilihan *font* menjadi bagian penting agar pengguna lebih nyaman saat menikmati informasi yang disediakan oleh sebuah *website*.

3) *White Space*

Area kosong diantara elemen-elemen *website* yang disediakan agar pengguna lebih mudah dalam membaca dan mengorganisasi informasi yang disediakan *website*.

4) Warna

Warna berpengaruh terhadap mood seseorang, sehingga pemilihan warna yang tepat juga merupakan hal yang penting dalam membangun *website*.

5) Navigasi

Yaitu petunjuk untuk memudahkan pembaca dalam mencari konten yang diinginkan. Ada dua jenis navigasi, yaitu *linear* dan *hamburger*. Biasanya navigasi diletakkan di bagian atas *layout*, bisa di atas atau di bawah *header*, untuk memudahkan pengunjung *web*.

Unsur-unsur dalam Virtual Tour

Virtual tour adalah sebuah kegiatan eksplorasi tempat di dalam dunia virtual atau dunia maya. *Virtual tour* memiliki banyak keunggulan yang salah satunya pengguna dapat mengunjungi suatu tempat tanpa harus pergi secara fisik ke tempat tersebut. Memanfaatkan koneksi internet pengguna bisa berjalan ke daerah atau tempat tertentu

secara virtual melalui alat bantu seperti komputer dan *smartphone*.

Salah satu *virtual tour* yang ringan dan mudah digunakan adalah dengan sistem gambar 360. Sistem ini menghadirkan *virtual tour* dalam bentuk gambar 360 yang diambil berdasarkan *spot-spot* yang sudah ditentukan. Gambar 360 adalah gambar yang menampakkan sekeliling lingkungan dari kamera. Gambar 360 bisa dihasilkan melalui kamera jenis tertentu atau bisa dimanipulasi oleh *software* pengolah 3 D yang mendukung mode *render* tersebut. Keunggulan dari *virtual tour* berbasis *website* menggunakan gambar 360 adalah lebih ringan diakses, dikarenakan situs hanya perlu meload gambar tersebut tanpa ada proses *render realtime* dan sebagainya. Tetap saja kecepatan *load* gambar dipengaruhi oleh kecepatan transfer data dari masing masing *provider* pengguna.

Salah satu contoh bentuk *virtual tour* berbasis *website* yang menggunakan foto yang diambil secara langsung oleh kamera yang mendukung mode 360 adalah Google Street. Lalu contoh dari manipulasi dari *software* pengolah 3 D bisa merujuk pada *virtual tour* dari Silversea Media. Kedua cara pengambilan gambar 360 tersebut memiliki keunggulan masing masing, dengan gambar yang diambil secara langsung dari kamera merupakan gambaran asli dari keadaan lingkungan tersebut dalam periode itu sedangkan gambar 360 yang dihasilkan dari proses manipulasi *render* bisa lebih dikustomisasi dari bentuk model tema lingkungan, objek sampai dengan pencahayaan.

Dilihat dari inti *virtual tour* adalah berjalan-jalan atau tur pada sebuah area atau lingkungan di dalam dunia virtual, terdapat beberapa unsur yang harus ada saat membuat *virtual tour*. Unsur-unsur tersebut diantaranya:

1) Gambar 360

Gambar merupakan hal yang sangat penting dari *virtual tour* karena gambar merupakan representasi dari hal yang bisa dilihat oleh manusia di dalam *virtual tour*. Tidak bisa *virtual tour* hanya menampilkan teks

karena inti dari penyajian *virtual tour* adalah untuk merasakan pengalaman visual dunia nyata di dalam dunia virtual. Dibutuhkan gambar 360 agar pengalaman visual terasa lebih nyata. Gambar 360 adalah gambar yang menampilkan area sekelilingnya. Hal ini membuat pengunjung seperti benar-benar ada dan hidup di dalam gambar tersebut. Kesan seperti berada di dalam gambar inilah yang menjadi keunggulan dari sebuah *virtual tour*.

2) Tombol Navigasi

Biasa disebut juga *link hotspot* yang berfungsi untuk berpindah lokasi. Biasanya berbentuk tombol dengan ikon anak panah yang mengarah pada lokasi yang dituju. Alasan tombol navigasi harus ada di dalam *virtual tour* adalah karena *virtual tour* sendiri adalah kumpulan dari gambar statis yang pengguna tidak bisa berpindah dari satu gambar ke gambar lain jika tidak akses diantaranya. Kemampuan berpindah-pindah tersebut lebih mudah dilakukan oleh pengunjung jika ada tombol navigasi yang saling menghubungkan gambar satu dengan gambar yang lain.

Perkembangan Dunia Digital di Kalangan Remaja

Dahulu saat seseorang ingin berkomunikasi dengan orang lain yang jaraknya jauh, surat menyurat masih sering dilakukan. Kelemahan dari sistem surat bersurat tradisional ini cukup banyak, diantaranya waktu yang dibutuhkan untuk surat tersebut cukup lama dan tidak bisa diprediksi ketepatannya, tergantung dari keadaan pengantar surat apakah terkendala di dalam perjalanan atau tidak. Seiring berkembang terus zaman, surat menyurat mulai digantikan dengan sistem komunikasi digital yang terus berkembang dan semakin canggih. Memanfaatkan jaringan internet yang luas dan alat bantu komunikasi seperti *handphone*, berkirim pesan dari individu satu ke lainnya dalam jarak yang sangat jauh pun bisa dilakukan dengan sangat cepat. *Handphone* yang asal mula sebagai alat komunikasi bergeser menjadi alat hiburan bagi masyarakat seperti menonton video, mendengarkan musik, bersosial media, dan

lain lain. Hal ini membuat keberadaan *handphone* menjadi sesuatu yang dirasa wajib bagi masyarakat untuk hadir dalam kehidupannya. Berdasarkan informasi dari *databoks.katadata.id*, Indonesia pada tahun 2020 masuk posisi 4 sebagai masyarakat pengguna *smartphone* terbanyak di dunia, dengan total 170,4 juta orang.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Kementerian Kominfo terkait aktivitas online yang dilakukan oleh anak muda di Indonesia, penggunaan media sosial dan digital menjadi bagian yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari mereka. Studi ini menemukan bahwa 98 persen dari anak-anak dan remaja yang disurvei tahu tentang internet dan 79,5 persen diantaranya adalah pengguna internet. Hal ini menjadi bukti dunia digital sudah berkembang pesat dan menjadi salah satu gaya hidup bagi remaja di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari metode perancangan *design thinking* oleh Kelley & Brown yang telah disesuaikan dan digunakan oleh penulis, perancangan ini terbagi menjadi 4 tahap sebagai berikut:

1. *Emphatize*

Berdasarkan pada proses pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada remaja pada tanggal 6 Juli 2022, diperoleh 8 responden dengan persebaran sebagai berikut : 100% menyatakan bahwa mereka sering menggunakan media sosial, lalu untuk pertanyaan mengenai responden sudah menerapkan etika berkomunikasi yang baik di dalam media sosial, 62.5% menjawab sudah, 25% menjawab belum, 12.5% menjawab ragu. Untuk pertanyaan mengenai pentingnya etika berkomunikasi dalam media sosial, 100% menjawab penting, lalu untuk pertanyaan apakah responden sudah mengetahui etika berkomunikasi yang baik di dalam media sosial, 62.5% menjawab sudah tahu dan 37.5% menjawab kurang tahu.

Lalu berdasarkan laporan tahunan Microsoft berjudul Indeks Keberadaban Digital atau *Digital Civility Index* mengungkapkan Indonesia sebagai negara

pengguna internet paling tidak sopanperingkat 4 se Asia Tenggara. Hal ini menunjukkan bahwa etika komunikasi orang Indonesia di dalam media sosial masih sangat kurang.

Dari data diatas menjelaskan masih ada pengguna media sosial aktif yang belum mengerti etika komunikasi yang baik dalam media sosial. Hal ini menjadi dasar masalah yang dipilih dalam membuat media perancangan.

2. Define

Berdasarkan masalah yang sudah ditemukan pada tahap *ideate* sebelumnya, pada tahap *define* ini dilakukan proses pemilihan media yang sesuai dalam memberikan edukasi etika komunikasi dalam media sosial bagi remaja. *Website virtual tour* menjadi pilihan media yang akan penulis rancang dengan alasan remaja sekarang lebih suka beraktivitas dalam dunia digital disebabkan akses internet yang mudah. *Website virtual tour* juga media yang mudah dan ringan diakses oleh *smartphone* yang saat ini digunakan oleh mayoritas remaja.

Selanjutnya adalah menentukan bentuk *virtual tour* yang akan dirancang dengan tema yang dipilih adalah *futuristic*. Dari tema tersebut penulis menemukan *virtual tour* dari Silversea Media memiliki karakteristik yang sama. Referensi perancangan yang sudah didapatkan selanjutnya dilakukan analisis menggunakan metode SWOT. Adapun hasil analisis data adalah sebagai berikut:

Strength	Weakness	Opportunity	Threat
			Ada fitur yang
Tampilan visual 3 D yang menarik	Di dalam ruangan tampak sepi	Memberikan kesan keramaian	tidak bisa diterapkan karena tidak mengerti bahasa pemrograman
			web
Fitur yang disediakan lengkap			

Berdasarkan analisis data diatas, terangkum menjadi hal yang bisa dan tidak bisa diterapkan dalam perancangan. Adapun yang dapat diterapkan adalah tampilan visual 3 D dan memberikan keramaian di dalam *virtual tour*. Sedangkan fitur-fitur dalam *virtual tour*

Silversea Media seperti tombol untuk memunculkan *pop up* yang sebenarnya adalah kelebihan, tidak diterapkan ke dalam perancangan disebabkan kurangnya pemahaman mengenai bahasa pemrograman *website*.

3. Ideate

Pada tahap ini konsep *virtual tour* divisualisasikan berdasar tema *futuristic* mengacu pada Silversea Media. Konsep yang dipilih yaitu *environment* dari *virtual tour* di bentuk seperti *spacecraft*. *Spacecraft* adalah pesawat yang dibuat untuk terbang di luar angkasa. *Base mesh* dibuat terlebih dahulu berdasarkan referensi yang sudah didapatkan. *Base mesh* adalah bentuk dasar dari objek. Tujuannya untuk mempermudah dalam proses *modeling*. Adapun untuk referensi dan *basemesh* dari objek yang diperlukan adalah sebagai berikut :

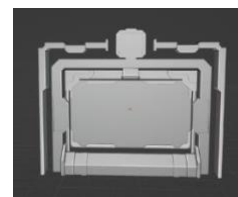
a. Screen

Dalam *spacecraft* biasanya tersedia *screen* yang berfungsi untuk menampilkan informasi tertentu atau untuk *monitoring*. Untuk *virtual tour* ini, *screen* penulis gunakan untuk menampilkan materi dari etika berkomunikasi yang baik dan benar dalam media sosial. Referensi model berasal dari Farhadimch untuk konsep bentuk *screen*.



Gambar 2. Referensi model screen.

(Sumber: Farhadimch, 2022)



Gambar 3. Base mesh model screen dari penulis.

(Sumber: Musthofa, 2022)

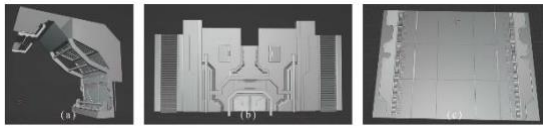
b. Spacecraft

Model dari *spacecraft* yang digunakan sebagai referensi adalah oleh Myk1985. Model

spacecraft dibagi menjadi beberapa bagian terpisah agar lebih mudah saat proses *modeling*. Beberapa bagian tersebut antara lain area pintu, dinding dan atap (jadi satu), dan lantai. Untuk *base mesh* dari dinding dan atap dibuat hanya satu bagian *modular* saja sehingga saat proses *modeling* nanti cukup di duplikat sesuai kebutuhan.



Gambar 4. Referensi model spacecraft.
(Sumber: Myk1985, 2022)



Gambar 5. (a) Base mesh dari spacecraft untuk bagian dinding dan atap, (b) area pintu, dan (c) lantai.
(Sumber: Musthofa, 2022)

e. NPC (Non Playable Character)

Yaitu karakter figuran dalam sebuah cerita atau gim. Pada perancangan ini NPC digunakan sebagai pemberi kesan ramai pada *environment virtual tour* ini. Model *ironman* digunakan sebagai referensi bentuk NPC.



Gambar 6. Desain ironman oleh David Marquez sebagai referensi.
(Sumber: Marquez, 2022)



Gambar 7. Base mesh NPC berdasarkan referensi.
(Sumber: Musthofa, 2022)

4. Prototype

4.a. Alur Perancangan

Berikut untuk bagan dari tahapan alur perancangan:

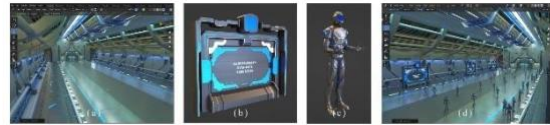


Gambar 8. Bagan alur perancangan.
(Sumber: Musthofa, 2022)

Adapun untuk detail dari setiap tahapan adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan Aset

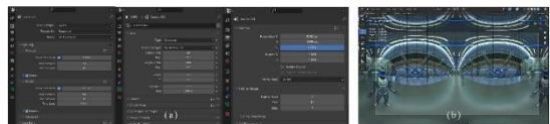
Pembuatan aset dilakukan di dalam *software* Blender. Aset dibuat berdasarkan *base mesh* yang sudah dikerjakan pada tahap *ideate*, yaitu ada *spacecraft*, *screen*, dan *NPC*. Setelah proses *modeling* aset selesai semua, selanjutnya adalah penataan aset.



Gambar 9. (a) Tampilan model spacecraft, (b) Screen, (c) NPC, (d) Tampilan semua aset setelah ditata.
(Sumber: Musthofa, 2022)

2. Render

Sebelumnya perlu dipasang kamera terlebih dahulu untuk memulai proses *render*. Kamera di atur ke mode *render Cycle*, masuk ke tab kamera dan mengatur tipe ke *Panoramic* dengan panorama tipe *Equirectangular*. Rasio dari gambar harus berukuran 2:1. Resolusi yang digunakan 8192 x 4096 piksel agar hasil *render* yang dihasilkan lebih jernih. Jika pengaturan kamera dan resolusi sudah selesai, selanjutnya proses *render* bisa dilakukan.



Gambar 10. (a) Proses pengaturan kamera dan resolusi, (b) Preview hasil render dengan kamera panoramic type equirectangular.
(Sumber: Musthofa, 2022)

3. Pembuatan Virtual Tour

Hasil *render* di unggah ke *website* Marzipano untuk dikonversi dan disusun menjadi sebuah *virtual tour*, kemudian di *export* dalam bentuk *zip file*.



Gambar 11. Menata setiap gambar menjadi virtual tour di Marzipano.
(Sumber: Musthofa, 2022)

4. Mengatur Tampilan Website

Hasil *export* dari Marzipano di ekstrak dan ada folder dengan nama *app-files*. Folder ini yang akan di *deploy* ke Netlify. Alasan menggunakan Netlify karena tersedia versi gratis dan *deploy website* mudah dilakukan. Setelah selesai, hasilnya adalah sebuah *website* dengan nama yang bisa dikustomisasi tetapi tetap ada subdomain *netlify.app* karena masih menggunakan versi gratis. Agar tampilan *website* lebih menarik maka perlu diatur di Wix. Alasan menggunakan Wix karena ada versi gratis dan pengaturan tampilan *website* mudah dilakukan. Secara tampilan *website* ini dibagi menjadi 3 bagian yaitu *landing page*, konten, dan *about us*. Pada bagian *landing page* berisi judul, sub judul, dan 2 tombol. Satu tombol bertuliskan “Mulai” akan mengarah ke halaman konten saat diklik. Lalu untuk tombol bertuliskan “Tentang kami” akan mengarah pada halaman *about us* saat diklik. Lalu bagian konten berisi *virtual tour* yang di *embed* dari *virtual tour* yang sudah di *deploy* pada Netlify sebelumnya. Untuk bagian terakhir adalah *about us*, berisi sedikit biodata perancang dan alasan pembuatan perancangan. Setelah proses mengatur tampilan *website* untuk versi *desktop* selesai, selanjutnya adalah untuk tampilan pada versi *mobile*.

4.b. Validasi

1. Validasi Materi

Validasi materi dilakukan oleh saudara Alexis dari jurusan Bahasa Indonesia Universitas Negeri Surabaya. Beliau orang yang aktif di dalam media sosial dan paham bagaimana etika berkomunikasi yang benar saat menggunakan media sosial. Hasilnya materi yang diajukan diterima dan dikatakan

cukup untuk dipublikasikan. Adapun isi dari materi adalah sebagai berikut:

- 1) Selalu gunakan kata-kata yang sopan.
- 2) Cari tahu kebenaran informasi sebelum melakukan *sharing*.
- 3) Jangan posting atau berkomentar yang mengarah pada provokasi.
- 4) Hargai pendapat orang lain. Jika merekasalah luruskan dengan cara yang sopan.
- 5) Jangan share hal-hal negatif pornografi, kekerasan, dan sebagainya.
- 6) Jaga privasi diri. Jangan menyebarkan informasi individu terlalu banyak ke media sosial.

2. Validasi Media

Validasi website dilakukan oleh saudara Panji Bagas Asmara selaku *web developer* profesional. Hasilnya adalah ada revisi dari perancangan pertama dengan saran dari validator yaitu tampilan *website* dipisah menjadi satu halaman penuh per bagiannya. Adapun untuk halaman terbagi menjadi *landingpage*, *content* yang berisi *virtual tour*, dan *about us*.

Selanjutnya ada validasi kelayakan website dengan sampel skala kecil sejumlah 5 orang tester. Tes dilakukan dengan memberikan produk kepada tester untuk diuji coba terkait kelayakan publikasi produk, kemudian tester diminta untuk mengisi kuesioner tentang kelayakan publikasi produk kepada umum. Perinciannya adalah sebagai berikut : 100% setuju terkait visual *virtual tour* yang ditampilkan sudah menarik dan pesan yang disampaikan jelas dan bisa dimengerti, lalu untuk *virtual tour* bisa dipublikasikan kepada umum 80% menjawab bisa dan 20% menjawab belum bisa dengan alasan konten pesan yang disajikan terlalu *basic* dan seperti *Powerpoint* yang disajikan dalam bentuk tiga dimensi. Kesimpulannya *virtual tour* ini layak untuk dipublikasikan.

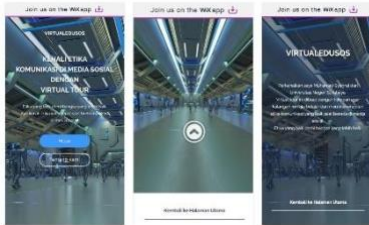
Produk Akhir Perancangan Virtual Tour

Hasil akhir perancangan adalah sebuah website *virtual tour* yang dapat diakses pada <https://mdsm928.wixsite.com/virtualedusos>.

Website terbagi dalam 3 halaman, yaitu *landing page*, *content*, dan *about us*. Tampilan *website* tersedia untuk versi *desktop* maupun *mobile*.



Gambar 12. Tampilan halaman *landing page*, *content* (*virtual tour*), dan *about us* pada versi *desktop*. (Sumber: Musthofa, 2022)



Gambar 13. Tampilan halaman *landing page*, konten (*virtual tour*) dan *about us* pada versi *mobile*. (Sumber: Musthofa, 2022)

SIMPULAN DAN SARAN

Website virtual tour ini bertujuan untuk memberikan edukasi tentang etika berkomunikasi yang baik kepada pengguna media sosial khususnya para remaja usia 17-25 tahun. Diharapkan setelah berkunjung pada *virtual tour* ini mereka paham dan mau mengimplementasikannya di dalam kehidupan bersosial media.

Produk penelitian ini dirancang dengan menggunakan metode *design thinking* Kelley & Brown karena langkah-langkah yang disajikan dalam metode ini sesuai dengan kebutuhan perancangan penulis. Hasil akhir dari penelitian ini adalah sebuah *virtual tour* berbasis *website*.

Kekurangan dari perancangan ini yaitu *website* masih menggunakan subdomain karena masih menggunakan versi gratis dari Wix dan fitur yang tersedia masih sederhana dan *basic*, juga untuk target perancangan masih terbatas pada kalangan remaja. Saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat menggunakan Wix versi berbayar untuk mendapatkan akses pengaturan dan fitur *website* yang lebih lengkap, dan untuk target penelitian bisa lebih diperluas.

REFERENSI

- Afriani, F., & Azmi, A. (2020). Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial: Analisis Pada Grup WhatsApps Mahasiswa PPKn Tahun Masuk 2016 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. *Journal of Civic Education*, 3(3), 331-338.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020. Badan Pusat Statistik, 4.
- Corbató, F., Daggett, M., Daley, R., Denning, P., Grier, D. A., Mills, R., Roach, R., & Scherr, A. (2011). Compatible Time-Sharing System (1961-1973) Fiftieth Anniversary Commemorative Overview. IEEE Computer Society, 1–5.
- Danaryati, A. (2021). “Ini Daftar Negara Paling Tak Sopan di Dunia Digital, Indonesia Peringkat ke- 4” diakses pada tanggal 4 Agustus 2022 dari <https://www.idxchannel.com/ecotainment/ini-daftar-negara-paling-tak-sopan-di-dunia-digital-indonesia-peringkat-ke-4>
- F, Syafrida Nurrachmi dan T,R.P. (2018). Etika Komunikasi Netizen Di Dalam Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Terhadap Etika Berkomunikasi Netizen Dalam Menerima Berita dan Informasi Pada Halaman Facebook E100 Radio Suara Surabaya). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Ghani, A. (2022). “Definisi Komunikasi Menurut Para Ahli” diakses pada tanggal 4 Agustus 2022 dari <https://rumusbilangan.com/definisi-komunikasi-menurut-para-ahli/>
- Kominfo. (2014). “Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet” diakses pada tanggal 22 November 2022 dari

- https://www.kominfo.go.id/content/detail/3834/siaran-pers-no-17pihkominfo22014-tentang-riset-kominfo-dan-unicef-mengenai-perilaku-anak-dan-remaja-dalam-menggunakan-internet/0/siaran_pers
- Mahardika, M.S. (2021). Perancangan Virtual Tour Universitas Budi Luhur Sebagai Media Penunjang Promosi. Universitas Budi Luhur. 1-6. <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/download/673/542/>
- Momenta, R.H., & Kalaway, R.Y. (2022). Perancangan Virtual Tour untuk Pengenalan Kampus Bagi Mahasiswa di Universitas Kristen Wira Wacana Sumba. 1-9. <https://journal.irpi.or.id/index.php/sentimas>
- Nandy. (2022) “Pengertian Etika: Macam-Macam Etika & Manfaat Etika” diakses pada tanggal 4 Agustus 2022 dari <https://www.gramedia.com/bestseller/pengertian-etika/>
- Nurfitriyani, A. (2022). “Metaverse Si Dunia Virtual yang Sangat Digemari oleh Generasi Z” diakses pada tanggal 4 Agustus 2022 dari <https://wartaekonomi.co.id/read414050/metaverse-si-dunia-virtual-yang-sangat-digemari-oleh-generasi-z>
- Nurul, L. I. (2022). “Pengertian Website Menurut Para Ahli, Beserta Jenis dan Fungsinya” diakses Pada tanggal 4 Agustus 2022 dari <https://katadata.co.id/safrezi/berita/6200a2a9697ec/pengertian-website-menurut-para-ahli-beserta-jenis-dan-fungsinya>
- Purparisa, Y. (2021). “Daftar Negara Pengguna Smartphone Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?” diakses pada tanggal 4 Agustus 2022 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/01/daftar-negara-pengguna-smartphone-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Rahman, R.A. (2022). “Metaverse: Distorsi Kehidupan Manusia Pasca Pandemi?” diakses pada tanggal 25 Desember 2022 dari <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2022/05/30/metaverse-distorsi-kehidupan-manusia-pasca-pandemi/>
- Tim Marketing. (2022). “Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya” diakses pada tanggal 4 Agustus 2022 dari <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>
- Tysara, L. (2021). “Pengertian Media Sosial adalah Laman dalam Jaringan Sosial, Ini Fungsi dan Jenis-Jenisnya” diakses pada tanggal 4 Agustus 2022 dari <https://hot.liputan6.com/read/4844021/pengertian-media-sosial-adalah-laman-dalam-jaringan-sosial-ini-fungsi-dan-jenis-jenisnya>
- WDI. (2018). “5 Elemen Penting dalam Web Design” diakses pada tanggal 4 Agustus 2022 dari <https://webdev-id.com/berita/5-elemen-penting-dalam-web-design/>
- We Are Social. (2022). “DIGITAL 2022: ANOTHER YEAR OF BUMPER GROWTH.” diakses pada tanggal 4 Agustus 2022 dari <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Wijayanti, N. N. (2021). “Apa Itu Website? Pengertian, Jenis, dan Manfaatnya!” diakses pada tanggal 4 Agustus 2022 dari <https://www.niagahoster.co.id/blog/pengertian-webs>