

Penggunaan Fitur *Augmented Reality* (AR) dalam Perancangan Interior Tematik pada Jakarta Aquarium

Kris Renaldo¹, Muhammad Nashir Setiawan*², Andrey Caesar Effendi³

^{1,2}Prodi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara, Jakarta

³Prodi Arsitektur, Fakultas Seni, Desain dan Humaniora, Universitas Matana, Tangerang
kris.615170130@stu.untar.ac.id, nashirs@fsrd.untar.ac.id, andrey.efendi@matanauniversity.ac.id

*Pen.Korespondensi

Abstract — Adanya peningkatan jumlah pengunjung setiap tahun pada tempat wisata, khususnya wisata buatan, membuat daya tarik pengunjung sebagai salah satu prioritas guna meningkatkan pemasaran wisata buatan. Daya tarik pengunjung dapat ditingkatkan melalui kreasi guna membentuk visitor experience yang memuaskan. Kreasi tersebut dapat diwujudkan melalui perancangan interior dengan diterapkannya interior tematik untuk mengoptimalkan pengalaman pengunjung selama berada di wisata buatan. Salah satu kreasi tersebut diimplementasikan dengan perancangan interior tematik pada Jakarta Aquarium guna meningkatkan visitor experience pada pengunjung. Kreasi juga dapat diimplementasikan dengan menggunakan augmented reality (AR) guna meningkatkan pengalaman pengunjung melalui teknologi tersebut. Melihat kurangnya perpaduan antara tema dan konsep di dalam desain Jakarta Aquarium pada saat ini, maka penulis memberikan alternatif rancangan konsep desain dengan satu alur kesatuan tema dan konsep. Tujuan dari perancangan ulang ini adalah agar pengunjung dapat merasakan seolah berada didalam alur jalan cerita yang nantinya akan di tuangkan ke dalam desain interior Jakarta Aquarium. Selain itu, perancangan ini juga ditujukan untuk meningkatkan efektivitas fungsi utama pada Jakarta Aquarium sendiri yaitu sebagai tempat konservasi, edukasi, dan rekreasi yang menarik. Maka dari itu, tema dalam perancangan ini adalah "Adventure of The Pearl of The Sea". Hal ini mendorong pemilihan konsep bertualang, yang juga terus bergerak, menjelajah dari satu tempat ke tempat lain. Memberikan kesan pengunjung sedang bertualang di dalam Jakarta Aquarium untuk berekreasi dan belajar (edutainment).

Kata kunci: Augmented Reality; Interior Tematik; Perancangan

I. PENDAHULUAN

Sebagai salah satu penunjang perekonomian di Indonesia, sektor pariwisata berperan secara signifikan ditinjau dari peningkatan pengunjung pada setiap tahunnya (Mudrikah et al., 2014). Melihat adanya perkembangan yang signifikan di dalam sektor pariwisata, wisata buatan yang merupakan salah satu daya tarik rekreasi pun mulai bermunculan di area perkotaan, khususnya di area ibukota. Jakarta merupakan salah satu kota sibuk yang dipenuhi dengan banyak pusat perbelanjaan (*mall*) di dalamnya, hal ini

pun mendorong adanya persaingan antar *mall* yang saling berkompetisi dalam mengedepankan inovasinya masing-masing. Salah satu strategi untuk mengedepankan inovasi adalah dengan menyediakan *tenant* yang bersifat unik dan menarik, keunikan tersebut dapat diinovasikan melalui penggabungan antara unsur rekreasi dengan objek wisata buatan. Salah satu implementasi dari inovasi tersebut, adalah dengan dibukanya Jakarta Aquarium di dalam *mall* NEO SOHO yang merupakan salah satu *aquarium indoor* terbesar di Indonesia yang terletak

di dalam salah satu pusat perbelanjaan (*mall*) di tengah ibukota.

Terdapat beberapa strategi guna meningkatkan daya tarik tempat wisata. Kepuasan pengunjung merupakan faktor penting dalam peningkatan pemasaran pada tempat wisata. Salah satu unsur yang memengaruhi kepuasan pengunjung adalah *visitor experience*. Kata *experience* dapat direferensikan sebagai kunjungan, perjalanan, atau atraksi. *Visitor experience* dipengaruhi oleh aktivitas, lingkungan secara fisik, penyedia layanan, dan elemen terkait lainnya (Packer & Ballantyne, 2016). Maka dari itu, lingkungan secara fisik pun dapat dirancang dengan beragam kreasi untuk menawarkan pengalaman tertentu terhadap pengunjung (Packer & Ballantyne, 2016).

Salah satu strategi untuk meningkatkan daya tarik pengunjung adalah dengan penggunaan *augmented reality*. *Augmented reality* merupakan teknologi yang dapat memproyeksikan obyek virtual ke dalam dunia nyata. Maka dari itu, hasil yang diperoleh berupa adanya objek virtual dan objek nyata yang tampak berdampingan (Azuma dalam Akçayır & Akçayır, 2017). Dengan adanya *augmented reality*, maka pengunjung mendapatkan sensasi menyerupai pengalaman yang dialaminya ketika bertemu obyek virtual

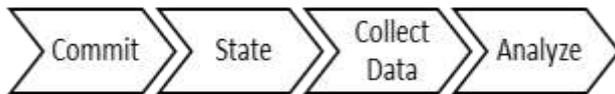
tersebut secara langsung (Akçayır & Akçayır, 2017).

Augmented reality juga memiliki manfaat dari segi pembelajaran atau edukasi. Dengan adanya *augmented reality* yang cenderung bersifat interaktif, pengunjung pun terpicu untuk menggunakan imajinasinya untuk memvisualisasikan keadaan bawah laut (Mustaqim, 2016).

Melihat kurangnya kesatuan antara tema dan konsep di dalam desain Jakarta *Aquarium* yang sekarang, sehingga dalam perancangan ulang Jakarta *Aquarium* ini, penulis memberikan alternatif rancangan konsep desain dengan satu alur kesatuan tema dan konsep. Perancangan desain interior Jakarta *Aquarium* ini pun dilakukan dengan tujuan untuk menonjolkan keunikannya secara interior sehingga *visitor experience* pun dapat dirasakan secara optimal oleh para pengunjung dengan menggunakan *augmented reality*. Membuat pengunjung dapat merasakan seolah berada didalam alur jalan cerita yang nantinya akan di tuangkan ke dalam desain interior Jakarta *Aquarium*. Hal ini juga serta bertujuan untuk meningkatkan efektivitas fungsi utama daripada Jakarta *Aquarium* sendiri yaitu sebagai tempat konservasi, edukasi, dan rekreasi yang menarik.

II. METODE

Menurut Kilmer (2014) menyatakan bahwa, tahapan pola pikir perancangan yang dilakukan seorang desainer pada tahap analisis adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Analysis (Sumber: Rosemary Kilmer, 2014)

(a) *Commit*, merupakan tahap menerima dan berkomitmen akan sebuah proyek. Pada tahap ini perancang mengajukan surat izin survei kepada pihak Jakarta *Aquarium* dan surat pernyataan kepada pihak Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara (FSRD UNTAR) untuk menjadikan Jakarta *Aquarium* sebagai objek perancangan tugas akhir.

(b) *State*, merupakan tahap mendefinisikan masalah. Pada tahap ini perancang membuat latar belakang perancangan.

(c) *Collect*, Merupakan tahap mengumpulkan fakta-fakta dan data lapangan yang ada. Pada tahap ini perancang melakukan survei lapangan dan mendapatkan beberapa data-data fisik yang dibutuhkan. Selain itu, perancang juga mengumpulkan data non-fisik dan

literatur yang sesuai, melalui media internet dan buku.

(d) *Analyze*, merupakan tahap menganalisa masalah dari data dan fakta yang telah dikumpulkan. Pada tahap ini perancang membuat konsep untuk merumuskan permasalahan yang terjadi dan solusi desain yang dibutuhkan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mendesain Jakarta *Aquarium*, penulis menitikberatkan pada pentingnya *ambience* dan pengalaman bertualang yang dirasakan di dalam area Jakarta *Aquarium* sesuai dengan wahana yang ditampilkan.

Pengertian dari kata *ambience* itu sendiri dalam Bahasa Indonesia memiliki arti: “suasana”. Menurut KBBI (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*), suasana memiliki pengertian: “keadaan sekitar sesuatu atau dalam lingkungan sesuatu.” Sedangkan bertualang dalam KBBI didefinisikan sebagai: “mengembara ke mana-mana (tidak tentu tempat tinggalnya); berkeliaran; selalu pergi ke mana-mana.”

Pemilihan konsep ini didasari dari aktivitas pengunjung di dalam Jakarta *Aquarium* yang terus berpindah dan cenderung tidak menetap. Hal ini mendorong pemilihan konsep bertualang, yang juga terus bergerak, menjelajah dari

satu tempat ke tempat lain. Memberikan kesan pengunjung sedang bertualang di dalam Jakarta *Aquarium* untuk berekreasi dan belajar (*edutainment*).

Konsep petulangan ini kemudian dituangkan ke dalam area interior Jakarta *Aquarium* dengan membuat suasana dan kesan dramatis, dengan menggelapkan sebagian besar ruang dan hanya menyorot area *display*, sehingga pengunjung akan merasakan suasana berkelana layaknya kunang-kunang yang mencari sumber cahaya, dan berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya mengejar keindahan alam di sekitar laut dan seisinya. Konsep ini kemudian dapat dikembangkan menjadi beberapa serangkaian tema. Maka dari itu, penggambaran tema keseluruhannya menggunakan tema "*Adventure to the Pearl of The Sea*", yang dimana menggambarkan para pengunjung yang berkelana dari tema pesisir pantai hingga ke tema akhir "*The Pearl of The Sea*". Pengunjung seolah sedang bertualang mengejar keindahan di sekitar laut, dan di akhir perjalanannya para pengelana menemukan harta di dalam laut (yang digambarkan sebagai mutiara). *Pearl* itu sendiri dalam Bahasa Indonesia berarti mutiara. Mutiara ini sendiri disimboliskan sebagai ikan-ikan di laut yang bersinar dan merupakan harta paling berharga di laut.

Tema keseluruhan yang dipilih, kemudian menciptakan sebuah alur cerita. Alur cerita ini pun dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu:

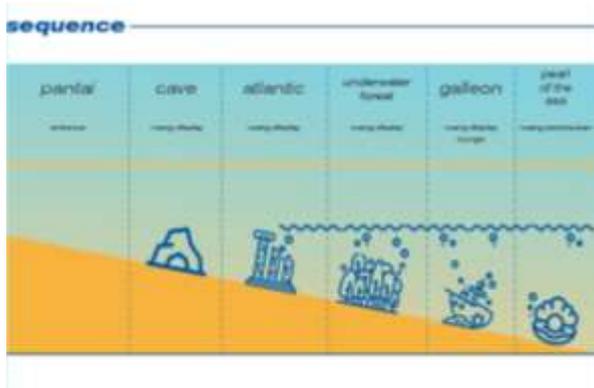
A. Area *Entrance* – Pantai

Area *entrance* di desain menggunakan konsep nuansa pantai, yang diibaratkan sebagai tempat awal mula pengunjung untuk mulai menjelajah seluruh biota laut didalamnya. Memberikan kesan kepada pengunjung sebagai tempat dimana petulangan akan dimulai dari pinggir pesisir pantai, sebelum masuk ke bawah laut.

B. Area *Display* – Dasar Laut

Area *display* di desain dengan menggunakan konsep bawah laut dengan tema '*Atlantic*'. *Atlantic* atau biasa disebut *Atlantis*, merupakan sebuah mitos legenda kuno yang diangkat oleh Plato, disebutkan bahwa *Atlantis* merupakan sebuah pulau yang sangat besar yang berisi sebuah kerajaan megah, berjaya dan hampir sempurna. Namun tenggelam dan tidak pernah ditemukan karena adanya bencana alam.

Pada area *display*, ruangan akan di desain menyerupai kerajaan didalam laut, yang dikelilingi biota laut disekelilingnya, sehingga pengunjung dapat merasakan nuansa seolah berada di dasar laut.



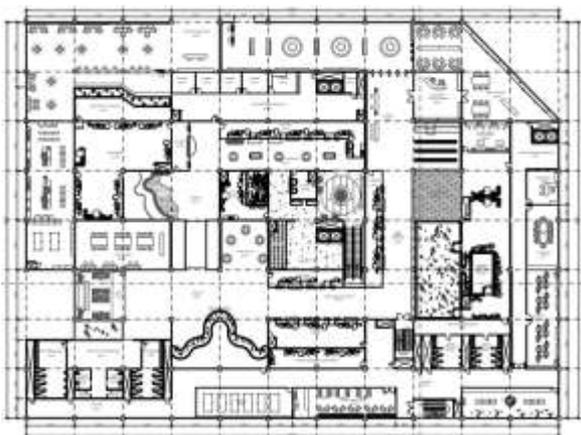
Gambar 2. Alur Konsep Cerita Keseluruhan (Sumber: Dokumen Pribadi, 2020)

Suasana yang diciptakan di dalam ruangan ini menggambarkan ruang yang interaktif dan bernuansa kerajaan Atlantis dibawah laut.

A. Layout



Gambar 3. Layout LGM Jakarta Aquarium (Sumber: Penulis, 2020)



Gambar 4. Layout LG Jakarta Aquarium (Sumber: Penulis, 2020)

B. Area Lobby

Pada gambar 5 berikut ini dapat dilihat suasana interior area lobby:



Gambar 5. Perspektif Lobby Jakarta Aquarium Alur Cerita "Pantai" (Sumber: Penulis, 2020)

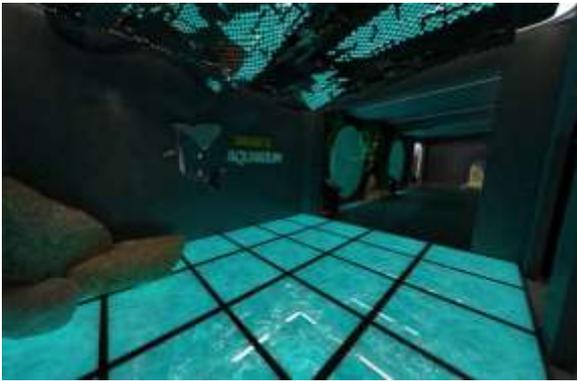
Suasana natural terlihat dari pemilihan warna plada area lobby yang didominasi oleh warna coklat. Demikian juga dengan penerapan 'cerita pantai' yang ditunjukkan pada gambar 6 berikut ini:



Gambar 6. Perspektif Lobby Jakarta Aquarium Alur Cerita "Pantai" (Sumber: Penulis, 2020)

C. Ruang Introduksi

Pada ruang Introduksi, tema yang diterapkan adalah alur cerita "cave" sebagaimana terlihat pada gambar 7 berikut ini:



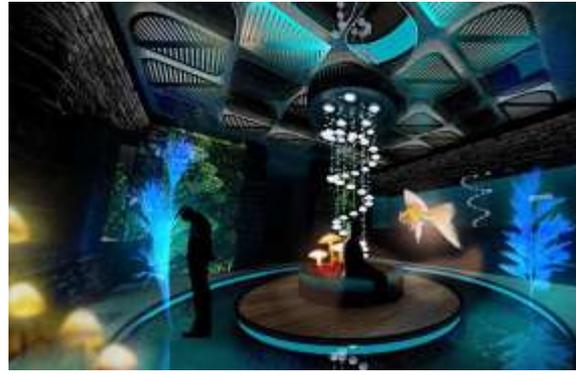
Gambar 7. Perspektif R. Introduksi Alur Cerita "Cave"
(Sumber: Penulis, 2020)

D. Ruang Display

Tema yang berbeda diterapkan untuk ruang Display, yaitu tema Atlantis sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 8 berikut ini:



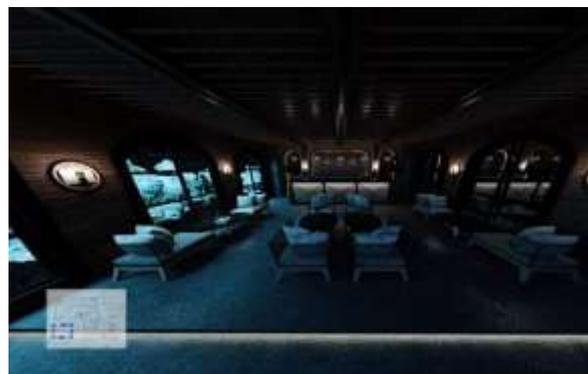
Gambar 8. Perspektif R. Display Alur Cerita "Atlantis"
(Sumber: Penulis, 2020)



Gambar 9. Perspektif R. Display Alur Cerita "Underwater Forest"
(Sumber: Penulis, 2020)

E. Ruang Lounge

Pada ruang Introduksi, tema yang diterapkan adalah alur cerita "cave" sebagaimana terlihat pada gambar 7 berikut ini:

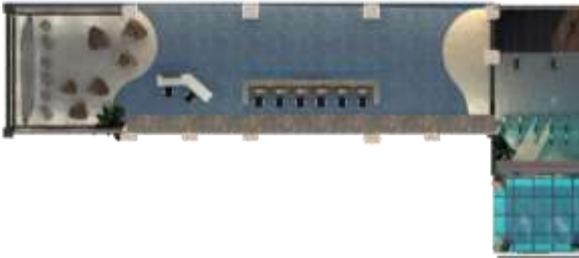


Gambar 10. Perspektif R. Lounge Alur Cerita "Galleon"
(sumber: Penulis, 2020)



Gambar 11. Perspektif R. Lounge Alur Cerita "Pearl of The Sea" (Sumber: Penulis, 2020)

F. Aksonometri



Gambar 12. Lobby Alur Cerita "Pantai" (Sumber: Penulis, 2020)

IV. SIMPULAN

Penerapan konsep tematik pada Jakarta Aquarium dengan tema "Adventure to The Pearl of The Sea" memberikan sensasi bagi pengunjung untuk merasakan pengalaman di bawah laut secara langsung. Penyusunan konsep ini dirancang berdasarkan tujuan untuk membuat Pengalaman para pengunjung yang berkelana dari tema pesisir pantai hingga ke tema akhir "The Pearl of The Sea".

Pengunjung seolah sedang betualang mengejar keindahan di sekitar laut, dan di akhir perjalanannya para pengelana menemukan harta di dalam laut (yang digambarkan sebagai mutiara).

Konsep ini pun diperkuat dengan teknologi *augmented reality*. Dengan digunakannya teknologi *augmented reality*, maka pengunjung dapat menyaksikan dimensi obyek virtual yang terlihat secara nyata. Obyek virtual tersebut dirancang dalam bentuk tanaman maupun biota laut.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak Jakarta Aquarium yang telah membantu dan memberikan data untuk keberhasilan penelitian ini, dan juga penulis haturkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berperan untuk membantu dan

memberikan saran sehingga perancangan interior serta penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Visitor Studies, 19(2), 128–143. doi:10.1080/10645578.2016.1144023

DAFTAR PUSTAKA

Akçayır, M., & Akçayır, G. (2017). *Advantages and challenges associated with augmented reality for education: A systematic review of the literature. Educational Research Review*, 20, 1–11. doi:10.1016/j.edurev.2016.11.002

Kilmer, R., & Kilmer, W. O. (2014). *Designing interiors*. John Wiley & Sons.

Mudrikah, A. (2014). *Kontribusi sektor pariwisata terhadap GDP Indonesia tahun 2004-2009. Economics Development Analysis Journal*, 3(2).

Mustaqim, I. (2016). *Pemanfaatan Augmented Reality Sebagai Media Pembelajaran. Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 13(2), 174-183.

Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). *Conceptualizing the Visitor Experience: A Review of Literature and Development of a Multifaceted Model*.