

Implementasi Metaverse Untuk Jagad Creative Sebagai Media Promosi Digital

Rickman Roedavan¹, Bambang Pudjoatmodjo²

^{1,2}Program Studi Teknologi Rekayasa Multimedia, Telkom University, Bandung, Indonesia
Email: rikman@telkomuniversity.ac.id¹, bpudjoatmodjo@telkomuniversity.ac.id²

Received 3 Agustus 2022 / Revised 15 Agustus 2022/ Accepted 20 Agustus 2022

ABSTRAK

PT. Jagad Kreatif Nusantara atau Jagad Creative merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang informatika. Dalam perkembangannya, Jagad Creative juga merambah ke bidang desain dan multimedia interaktif. Sebagai langkah awal dalam membangun kepercayaan calon klien, Jagad Creative membutuhkan kantor virtual sebagai alat promosi digital sekaligus tempat berinteraksi dengan calon klien. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu Jagad Creative mengembangkan sebuah metaverse yang diberi nama Jagadverse. Metaverse merupakan salah satu solusi alternatif dalam melakukan promosi produk dan interaksi digital dalam suatu perusahaan.

Kata Kunci: *Metaverse, Multimedia Interaktif, Kantor Virtual*

ABSTRACT

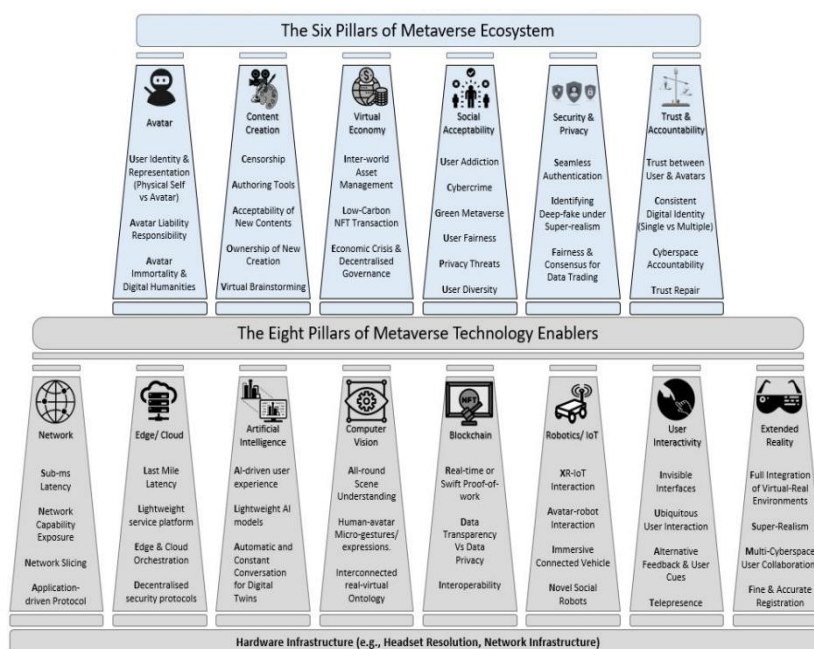
PT. Jagad Kreatif Nusantara, or Jagad Creative, is a company engaged in the field of informatics. Moreover, PT. Jagad Kreatif Nusantara is also targeting the areas of interactive multimedia and design. As a first step in building the trust of potential clients, Jagad Creative requires a virtual office as a digital promotional tool and a place to interact with potential clients. So that in this community service activity, the team will develop a metaverse for the Creative Universe, which is named Jagadverse. Metaverse is an alternative solution in promoting a company's products and its digital interactions.

Keywords: *Metaverse, Interactive Multimedia, Virtual Office*

1. PENDAHULUAN

Metaverse merupakan terminologi yang diambil dari novel *Snow Crash* karya Neal Stephenson (1992). *Metaverse* berasal dari dua kata yaitu *Meta* (melampaui) dan *Universe* (semesta). Dalam novelnya *Metaverse* adalah sebuah Dunia Virtual tempat karakter utama melakukan aktivitas secara digital. *Metaverse* sendiri merupakan ranah penelitian baru yang merupakan kelanjutan dari basis keilmuan multimedia interaktif, khususnya pada bidang *Extended Reality* (XR) [1].

Secara umum terdapat 2 komponen besar *Metaverse* yaitu *Metaverse Technology Enablers* dan *Metaverse Ecosystem* [2] seperti terlihat pada Gambar 1. *Metaverse Technology Enablers* merupakan komponen teknologi hardware dan jaringan komunikasi yang berfungsi untuk membangun infrastruktur *Metaverse* yang terdiri dari *Network*, *Cloud*, *AI*, *Computer Vision*, *Blockchain*, *Robotics/IoT*, *User Interacvitiy* dan *Extended Reality*. Sementara *Metaverse Ecosystem* merupakan visualisasi digital dalam dunia virtual yang meliputi *Avatar*, *Content Creation*, *Virtual Economy*, *Social Acceptability*, *Security* dan *Accountability*.



Gambar 1. Komponen Metaverse

Metaverse merupakan bidang keilmuan baru yang sampai saat ini masih diteliti dan terus dikembangkan. *Metaverse* merupakan sebuah produk yang sangat kompleks. Saat ini belum ada 1 produk metaverse yang meliputi keseluruhan 14 komponen tersebut. Meski demikian opini publik terhadap bentuk kasar dan visualisasi dari sebuah produk metaverse sudah cukup bagi pelaku industri kreatif untuk membangun, atau berkolaborasi dalam membangun produk multimedia interaktif yang diklaim sebagai "*metaverse*".

PT. Jagad Kreatif Nusantara atau Jagad Creative adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa informatika. Lokasinya di Jl. Saturnus Tengah no.18, Manjahlega, Kecamatan Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat. Jagad Creative memiliki visi untuk menghasilkan sebuah produk digital kreatif sesuai kebutuhan konsumen baik personal maupun instansi perusahaan. Reputasi Jagad Creative Nusantara sudah baik di dunia industri kreatif khususnya pada bidang desain, percetakan, web dan

aplikasi. Namun Jagad Creative belum mampu memenuhi kebutuhan akan produk berbasis metaverse dimana kebutuhan tersebut cukup tinggi.

Jagad Creative melihat peluang tren "metaverse" sebagai suatu cara untuk meningkatkan jumlah *leads* dan klien potensial. Untuk itu, Jagad Creative membutuhkan suatu etalase digital untuk dapat meyakinkan klien jika Jagad Creative telah memiliki kemampuan untuk membangun produk berbasis "metaverse" yang dalam prakteknya nanti akan bersinergi dengan Universitas Telkom. Atas dasar inilah, kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan. Kegiatan pengabdian masyarakat yang mengangkat judul "Jagadverse" ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah kantor virtual Jagad Creative yang berfungsi sebagai media interaksi dan promosi digital terhadap adopsi teknologi metaverse di lingkungan Jagad Creative.

2. METODOLOGI

Metode yang dilakukan untuk mengembangkan Jagadverse adalah dengan menerapkan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang terdiri dari 5 tahap yaitu *Initialization*, *Blueprint Design*, *Assets Preparation*, *Product Development* dan *Testing & Validation* [3]. Berikut uraiannya:

2.1. Fase Initialization

Fase ini bertujuan untuk menentukan produk akhir *metaverse* yang akan dikembangkan. Fokus utama dalam pembangunan Jagadverse adalah mengembangkan versi digital dari kantor Jagad Creative sebagai pondasi awal *metaverse*. Adapun kegiatan yang dilakukan pada fase ini diantaranya adalah melakukan dokumentasi terhadap ruang luar dan ruang dalam kantor Jagad Creative yang akan dibuat versi digitalnya. Ruang kantor Jagad Creative dapat dilihat pada Gambar 2.



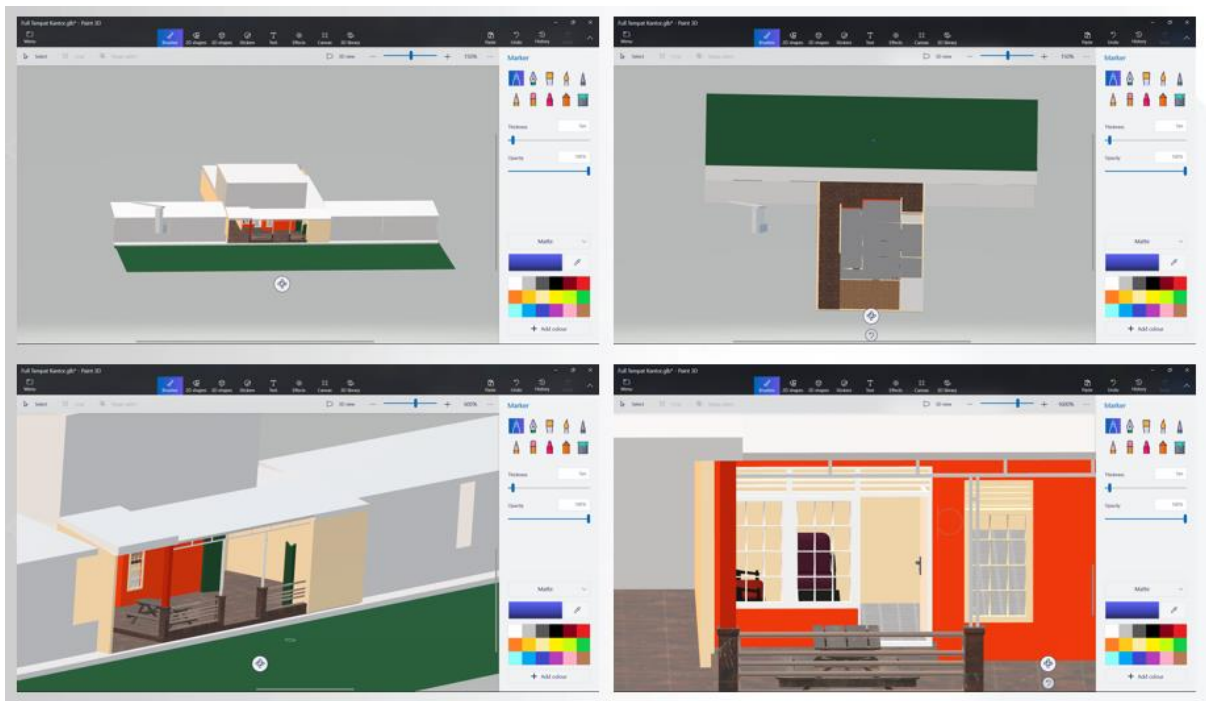
Gambar 2. Ruang kantor Jagad Creative

2.2. Fase *Blueprint Design*

Fase ini bertujuan untuk membangun rancangan desain dari *metaverse* yang akan dibuat. Dalam kasus pengembangan Jagadverse, tim akan menggunakan platform Mozilla Hubs. Platform ini sudah memiliki memiliki bentuk mekanik dan interaksi yang standar seperti pergerakan karakter, *multiplayer* dan *chat*. Sehingga fase ini sepenuhnya akan disesuaikan dengan *user interface* dan *user experience* yang dimiliki oleh Mozilla Hubs.

2.3. Fase *Assets Preparation*

Fase ini bertujuan untuk membangun asset-asset yang nantinya akan digunakan dalam kantor virtual Jagadverse. Asset ini dibangun dengan menggunakan aplikasi blender. Sebagai kegiatan pengabdian abdimas tahap perdana, tidak seluruh ruangan dan komponen kantor Jagad Creative dibuat versi digitalnya. Hanya komponen-komponen utama saja yang dibuat terlebih dahulu seperti ruang rapat besar, meja, kursi dan perangkat kerja. Pengembangan ruang kantor virtual dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pengembangan ruang kantor virtual

2.4. Fase *Product Development*

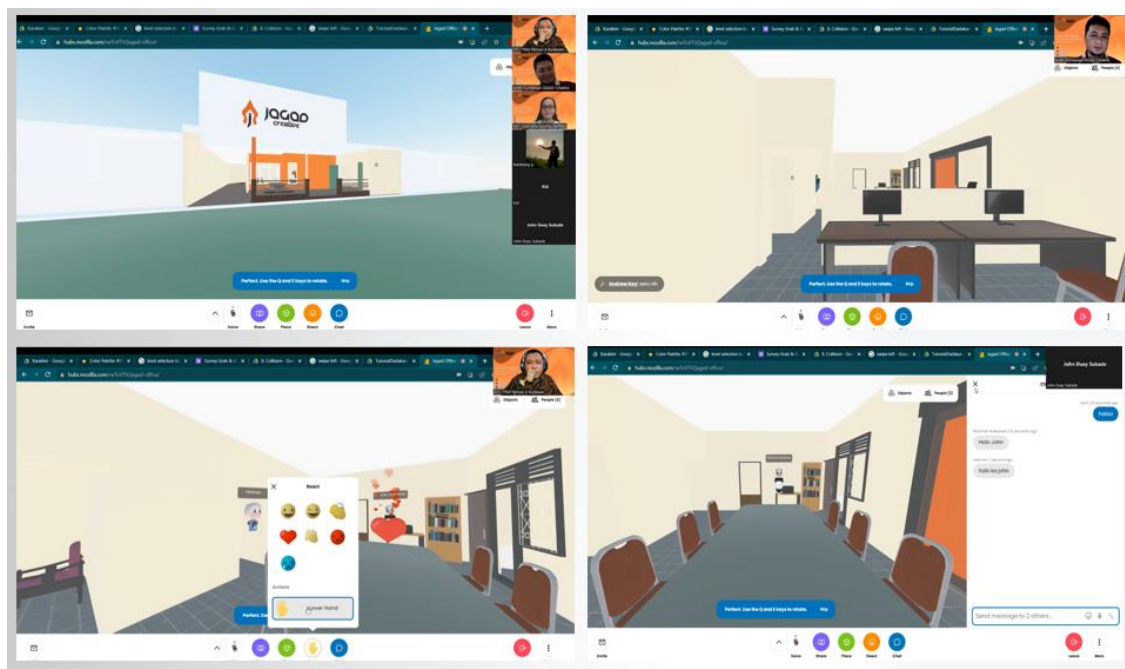
Fase ini bertujuan untuk melakukan integrasi seluruh aset virtual kantor Jagad Creative di platform Mozilla Hubs. Proses integrasi dilakukan menggunakan aplikasi Spoke yang berfungsi sebagai editor 3D online pada platform Mozilla Hubs.

2.5. Fase *Testing & Validation*

Fase ini bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap proses integrasi asset 3D pada platform Mozilla Hubs. Proses pengujian dilakukan oleh internal tim dengan cara memasuki kantor virtual Jagadverse bersama-sama dan melakukan interaksi digital sesuai dengan fitur-fitur standar Mozilla Hubs.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kantor jagad virtual yang telah dikembangkan terdiri dari 1 buah gedung yang memiliki 4 ruangan yaitu ruang tamu, ruang rapat, ruang kerja 1 dan ruang kerja 2, seperti terlihat pada Gambar 4. Sosialisasi kegiatan ini dilakukan secara online melalui aplikasi zoom yang terdiri dari 2 sesi. Sesi pertama adalah sesi presentasi formal yang berkaitan dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan sesi kedua adalah sesi informal dimana seluruh peserta secara bersama-sama masuk ke dalam Jagadverse.



Gambar 4. Hasil pengembangan Jagadverse

4. KESIMPULAN

Metaverse merupakan bentuk produk multimedia interaktif yang masih baru dan terus diteliti serta dikembangkan. Di kalangan pelaku industri kreatif, terminologi “*metaverse*” dapat menjadi suatu “*buzz word*” yang efektif dalam meningkatkan reputasi, peluang usaha, dan promosi produk digital. Jagadverse yang telah berhasil dikembangkan mungkin masih sangat jauh dari definisi *metaverse* berdasarkan kaidah keilmuan, namun visualisasi Jagadverse sudah lebih dari cukup untuk membantu Jagad Creative dalam melakukan promosi digital dan bersaing di bidang industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Krotoski, Aleks. (2022). *A beginner's guide to the metaverse: What it is, how you can access it and more*. URL: <https://www.sciencefocus.com/future-technology/metaverse/>
- [2] Lee, Lik-Hang & Braud, Tristan & Zhou, Pengyuan & Wang, Lin & Xu, Dianlei & Lin, Zijun & Kumar, Abhishek & Bermejo, Carlos & Hui, Pan. (2021). *All One Needs to Know about Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda*. 10.13140/RG.2.2.11200.05124/8.
- [3] Roedavan, Rickman, Pudjoatmodjo, Bambang, Sujana, Aprianti. (2022). *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*. 10.13140/RG.2.2.16273.92006