

Edukasi Peran Hak Asasi Manusia di Era Digital Lewat *Filter Augmented Reality (AR) Instagram*

Roman Aqviryoso¹, Anung Rachman², Asmoro Nurhadi Panindias^{3*}

^{1,2,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,

Institut Seni Indonesia Surakarta

Jln. Ring Road, Mojosongo, Kec. Jebres, Kota Surakarta.

[1romanavi@std.isi-ska.ac.id](mailto:romanavi@std.isi-ska.ac.id), [2anung@isi-ska.ac.id](mailto:anung@isi-ska.ac.id), [3asmoro@instansi.or.id](mailto:asmoro@instansi.or.id)

Abstrak

Hak Asasi Manusia merupakan hak paling dasar yang dimiliki oleh setiap individu di seluruh dunia. Di era digital Hak Asasi Manusia bisa juga disebut dengan Hak Digital (digital rights) yang merupakan hak asasi manusia yang menjamin setiap warga negaranya dapat mengakses, menggunakan, membuat, dan menyebarkan media digital. Namun dibalik peranan Hak Asasi Manusia terdapat juga kekurangan dimana rasa saling menghormati dan kurangnya pemahaman tentang Digital Rights yang sebenarnya sangat penting bagi masyarakat dalam bermedia sosial di internet. Sehingga dengan demikian tujuan dari filter yang bertemakan Peran Hak Asasi Manusia di era digital, adalah sebagai pengingat, gerakan dukungan, maupun sebagai simbolisasi bahwa Hak Asasi Manusia tetap hadir di era digital sekalipun. Dengan metode Visual Storytelling untuk menyampaikan pesan, filosofi, maupun cerita melalui filter AR Instagram. Sehingga dengan menggunakan metode Visual storytelling diharapkan pesan yang ingin disampaikan mengenai pentingnya Hak Asasi Manusia melalui filter AR Instagram dapat menjadi lebih mudah di terima, dan dipahami audience. Dengan demikian penggunaan metode Visual storytelling sangat cocok untuk menciptakan sebuah karya filter AR Instagram, yang dalam fungsi utamanya adalah menyampaikan pesan kepada audiens secara luas, atau iklan masyarakat tentang pentingnya Hak Asasi Manusia. Sehingga dengan menggunakan metode Visual storytelling diharapkan pesan yang ingin disampaikan mengenai pentingnya Hak Asasi Manusia melalui filter AR Instagram dapat menjadi lebih mudah di terima, dan dipahami audience. Karena pada dasarnya, dalam pembelajaran melalui media visual dapat memudahkan audience menyerap, mengatur, dan mengolah informasi yang pada akhirnya akan mempengaruhi prestasi dan belajar audience.

Kata kunci— *Augmented Reality, Media Edukasi, Hak Asasi Manusia*

Abstract

Human rights are the most basic rights owned by every individual around the world. In the digital era, human rights can also be called digital rights, which are human rights that guarantee that every citizen can access, use, create, and disseminate digital media. However, behind the role of Human Rights, there are also shortcomings where mutual respect and lack of understanding about Digital Rights are very important for the community on media social on the internet. Thus, the purpose of the filter with the theme of the role of human rights in the digital era is as a reminder, a support movement, or a symbol that human rights are still present even in the digital era. With the Visual Storytelling method to convey messages, philosophies, or stories through Instagram's AR filters. So that by using the visual storytelling method, it is hoped that the message to be conveyed about the importance of human rights. Through Instagram's AR filter, it can be more easily accepted and understood by the audience. Thus the use of the Visual storytelling method is very suitable for creating an Instagram AR filter work, the main thing of which is conveying messages to a broad audience, or public advertisements about the

importance of Human Rights. So that by using the visual storytelling method, it is hoped that the message to be conveyed about the importance of human rights through the AR Instagram filter can be more easily accepted and understood by the audience. Because basically. Learning through visual media can make it easier for the audience to absorb, organize, and process information which will ultimately affect the achievement and learning of the audience.

Keywords— *Augmented Reality, Educational Media, Human Rights*

1. PENDAHULUAN

Hak Asasi Manusia (HAM) merupakan hak paling dasar yang dimiliki oleh setiap individu di seluruh dunia. Bisa dikatakan bahwa HAM merupakan hak mutlak yang diberikan oleh Tuhan Yang Maha Esa kepada masing-masing manusia. Karena bersifat mutlak, artinya HAM harus ada dan tidak dapat diganggu gugat oleh siapapun. Di era digital, HAM bisa juga disebut dengan Hak Digital (*digital rights*) yang merupakan hak asasi manusia yang menjamin setiap warga negaranya dapat mengakses, menggunakan, membuat, dan menyebarkan media digital. Pengguna media digital memiliki hak bersuara, hak menikmati, dan hak menggunakan sebebas-bebasnya selama tidak melanggar aturan, karena terdapat jutaan pengguna yang mengakses internet secara bersamaan, membuat dinamika bermedia sosial menjadi rumit untuk di prediksi oleh manusia itu sendiri, membuat para *user* harus selalu memikirkan sebab dan akibat dalam *posting* ataupun berkomentar di media sosial pengguna lain agar tidak terjadi kesalahpahaman yang tidak diinginkan.

Faktanya dalam bermedia sosial terdapat kebebasan berpendapat dan kebebasan berekspresi, yang mana kebebasan tersebut merupakan bagian dari hak mendasar dalam kehidupan yang dijamin dan dilindungi oleh negara. Dalam hal ini hak digital haruslah menjadi suatu hal yang wajib dipahami oleh setiap pengguna media sosial, karena setiap pengguna atau *user* memiliki hak nya masing-masing dalam berpendapat ataupun berekspresi dan harus menghormati hak orang lain yang juga berpendapat maupun berekspresi di media sosial. Kebebasan berpendapat merupakan salah satu hak asasi yang dimiliki oleh setiap warga negara dan merupakan hak konstitusional yang dijamin oleh negara. Negara Indonesia sebagai negara hukum dan demokrasi berwenang mengatur dan melindungi pelaksanaan HAM. Hal ini dijamin dalam perubahan keempat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 pada Pasal 28E ayat 3 (Nasution, 2020). Sebagai negara demokrasi, Indonesia telah menjamin kemerdekaan mengemukakan pendapat di muka umum melalui berbagai peraturan perundang-undangan. Kebebasan berpendapat (*freedom of speech*) secara harfiah, menurut kamus Bahasa Indonesia, kata “bebas” sehingga kebebasan berpendapat merupakan suatu kemerdekaan bagi seseorang untuk mengeluarkan ide atau gagasan tentang sesuatu. Namun terkadang pelanggaran hak bermedia sosial juga tidak dapat terhindarkan, kalimat hinaan di kolom komentar, berita hoaks yang merugikan individu, hingga konten-konten negatif yang beredar di internet sering dijumpai. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya rasa saling menghormati antar sesama dalam bermedia sosial, maupun kebutuhan suatu konten negatif milik seseorang yang tidak bertanggung jawab.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode Visual Storytelling

Dalam pembuatan karya *filter* AR Instagram, penulis menggunakan metode *visual storytelling* untuk menyampaikan pesan, filosofi, maupun cerita melalui *filter* AR Instagram. Visual

storytelling sendiri adalah metode atau suatu cara dalam melakukan pembelajaran interaktif yang menarik, karena dalam praktiknya metode visual *storytelling* menggunakan cerita yang dipadukan dengan bentuk visual yang unik. Model ini berkembang setelah masuknya era teknologi. Yang kemudian memadukan gambar dan cerita sehingga menarik perhatian *audience* khususnya anak-anak untuk mendengarkan cerita tersebut (Kamza et al., 2021).

Penggunaan metode visual *storytelling* diharapkan pesan yang ingin disampaikan mengenai pentingnya Hak Asasi Manusia melalui *filter* AR Instagram dapat menjadi lebih mudah diterima, dan dipahami *audience*. Pada dasarnya, dalam pembelajaran melalui media visual dapat memudahkan *audience* menyerap, mengatur, dan mengolah informasi yang pada akhirnya akan mempengaruhi prestasi dan belajar *audience*. Penggunaan metode visual juga membantu audiens dalam memusatkan perhatian maupun konsentrasi terhadap pesan yang ingin disampaikan (Rambe & Yarni, 2019). Dengan demikian penggunaan metode visual *storytelling* sangat cocok untuk menciptakan sebuah karya *filter* AR Instagram, yang dalam fungsi utamanya adalah menyampaikan pesan kepada audiens secara luas, atau iklan masyarakat tentang pentingnya Hak Asasi Manusia. Dengan demikian *filter* AR Instagram dengan tema Hak Asasi Manusia dapat disampaikan dengan lebih efektif melalui visual *storytelling* yang menarik, karena *filter* AR Instagram juga merupakan salah satu cara dalam menggambarkan tentang kebebasan berekspresi, sehingga dampak negatif bermedia sosial dapat diminimalisir setidaknya memberikan pemahaman bahwa keberadaan Hak Asasi Manusia juga hadir di era digital sekalipun (Julianja, 2018).

2.2. Meter Periklanan Digital

Media sosial merupakan saluran periklanan yang efektif dan juga populer, dengan banyaknya fitur di dalamnya iklan dapat di tonton dan sampai pada layer *audience* setiap harinya. Media sosial sendiri memiliki persnya sendiri dalam kehidupan manusia, seperti halnya mengobrol dengan teman jauh, berhubungan dengan banyak orang di seluruh dunia, sampai sharing kegiatan yang sedang kita lakukan maupun melihat kegiatan orang lain yang terhubung internet. Dalam media sosial, tidak hanya kegiatan bersosialisasi saja, namun para konsumen menggunakan fitur semacam itu untuk kegiatan lain seperti bisnis maupun jaringan,

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya penggunaan media sosial sudah menjadi kebutuhan khalayak ramai, mulai dari bersosialisasi sampai kebutuhan bisnis itu sendiri, sehingga dengan memanfaatkan media sosial sebagai media beriklan, pengiklan dapat menjangkau *audience* dengan target tertentu dengan lebih mudah, sesuai dengan target *audience* di setiap *platform*, seperti Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, dan Pinterest dan lainnya, yang mana di semua *platform* tersebut pengiklan dapat menentukan maupun menemukan audiens yang cocok bahkan tertarik dengan produk atau layanan perusahaan pengiklan. Adapun beberapa format iklan yang dapat disalurkan ke dalam media sosial seperti iklan foto dan video, iklan belanja, iklan utama, iklan pesan dan lainnya. Apapun industri yang dijalankan, pengiklan dapat memilih *platform* maupun jenis iklan yang cocok dengan *audience* yang ditargetkan.

2.3. Project

Project yang di buat adalah *filter* AR Instagram dengan bentuk topeng menyerupai wajah Munir, atau sosok aktivis HAM di Indonesia, dengan menambahkan beberapa kata dalam bentuk tulisan di sekitaran wajah topeng sebagai pesan atau motivasi tentang HAM di era digital yang ingin disampaikan kepada audiens. Munir atau dengan nama lengkap Munir Said Thalib merupakan salah satu aktivis HAM di Indonesia, yang tewas pada tahun 2004 silam akibat racun arsenik, dimana hal tersebut merupakan salah satu pelanggaran HAM tentang hak untuk hidup, hak untuk tidak disiksa, dan hak untuk memperoleh

perlindungan dikesampingkan. Pada dasarnya HAM merupakan hak yang melekat pada diri manusia yang wajib dilindungi dan dijunjung tinggi oleh negara, hukum, pemerintah dan setiap orang (Sulistyo & Leksono, 2020).



Gambar 1. Perbandingan Munir dan *basic* topeng Munir

Dengan menggunakan wajah Munir yang merupakan aktivis HAM Indonesia sebagai dasar pembuatan topeng, maka terbentuklah topeng seperti gambar, topeng tersebut masih pada tahap awal atau *basic design* yang nantinya akan diperjelas dengan beberapa shading maupun *lining art*, supaya menjadikan visual dari topeng tersebut lebih menarik. Tidak hanya dari segi visual yang diusahakan akan tampil semenarik mungkin, topeng dengan bentuk wajah Munir juga akan ditambahkan berbagai kalimat atau kata motivasi yang diharapkan bisa mencapai hati *audience* agar mengenal tentang pentingnya HAM di dunia digital sekalipun.

2.4. Spark AR Studio

Spark AR Studio merupakan *software* yang memungkinkan pengguna untuk membuat *filter* wajah dan efek khusus yang dapat digunakan pada media sosial facebook dan Instagram. *Software* Spark AR Studio pertama kali diluncurkan pada bulan Mei 2018 sebagai *software* untuk merek maupun para selebriti, tokoh masyarakat dan berbagai tokoh penting lainnya. Spark AR Studio sangat cocok digunakan untuk membuat *filter* wajah di *platform* Instagram maupun facebook, karena penggunaannya yang mudah, penyesuaian yang bagus, juga memiliki fitur yang komplit dalam pembuatan *filter* ataupun efek itu sendiri (Uji et al., 2020).

Dengan demikian penggunaan Spark AR Studio sangat membantu dalam pembuatan karya *filter* AR Instagram yang akan dibuat. Photoshop digunakan sebagai *software* utama untuk membuat sketsa *filter* sampai proses desain topeng, dan Spark AR Studio sebagai alat utama dalam mengaplikasikan desain topeng dalam bentuk *filter*. Hal yang menarik dan menjadi keunggulan dari Spark AR Studio adalah fitur penyederhanaan pembuatan *filter* maupun efek AR untuk facebook maupun Instagram. Fitur tersebut memungkinkan pengguna dapat memulai *project* ataupun pembuatan efek dengan menggunakan *template* yang sudah ada, sehingga pengguna hanya berperan mengubah dan menyatukan beberapa bagian sesuai dengan apa yang ingin coba dibuat.

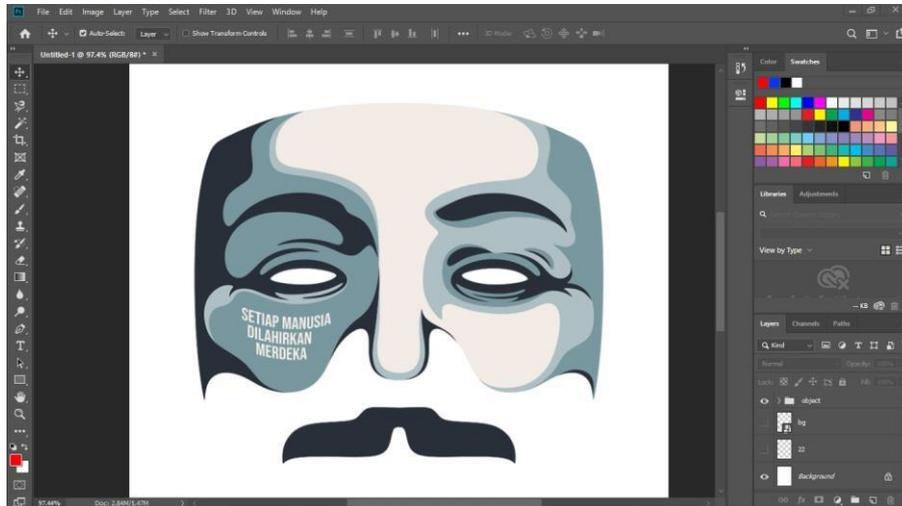
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Augmented Reality Instagram

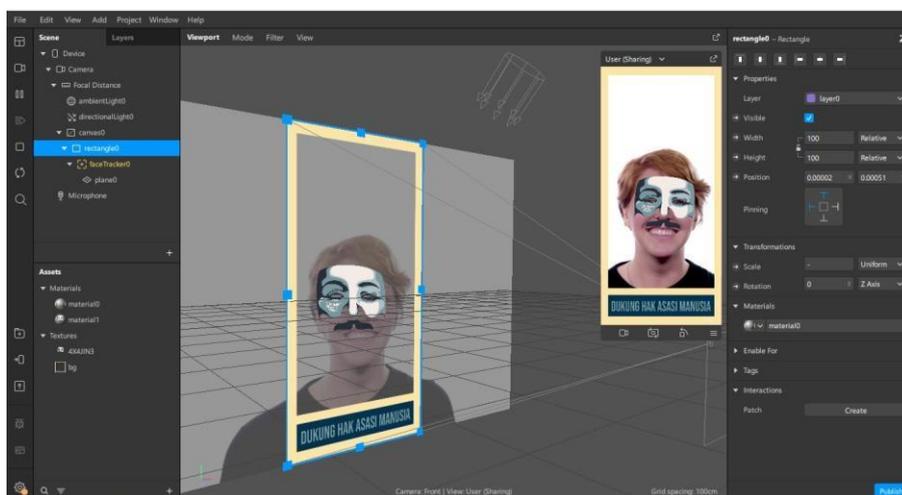
3.1.1 Teknik pembuatan

Dalam proses pembuatan *filter* AR Instagram dengan tema Peran Hak Asasi Manusia di era digital, *software* yang digunakan adalah Corel draw, Adobe Photoshop, dan Spark AR, dimana proses pembuatan *filter* AR Instagram tersebut dibuat dengan metode *Multimedia*

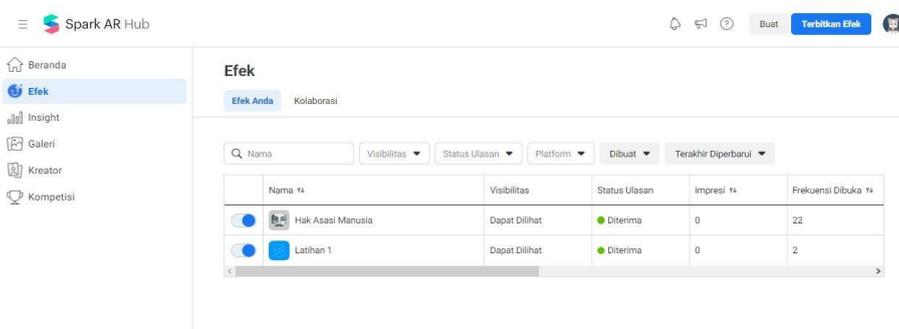
Development Life Cycle (MDLC). Waktu yang dibutuhkan sekitar 1 minggu mulai dari proses *sketch* ulang bentuk *object*, modeling topeng sampai dengan hasil jadi atau publikasi.



Gambar 2. Proses modeling topeng Munir dengan Adobe Photoshop



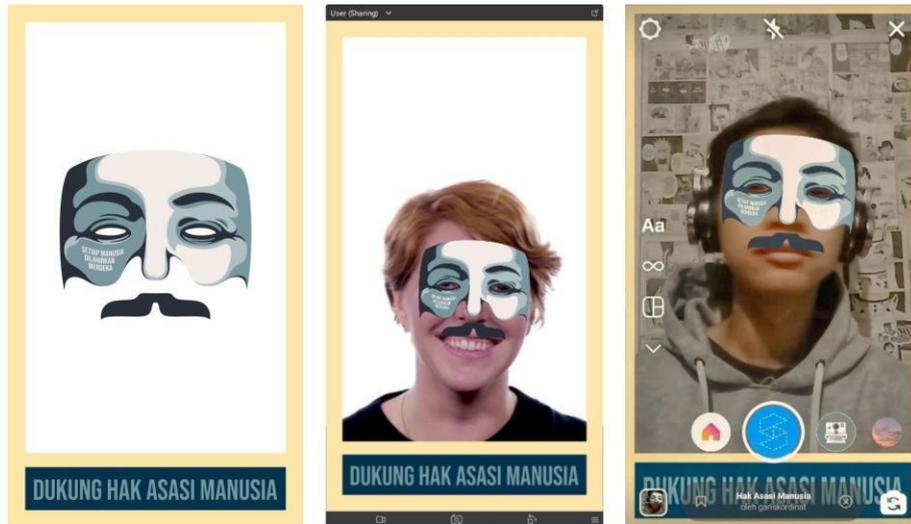
Gambar 3. Proses pembuatan *filter* instagram dengan Spark AR Studio



Gambar 4. Publikasi *filter* instagram dengan tema HAM

3.1.2 Tampilan Augmented Reality Instagram

Tampilan utama atau *object* utama yang akan dilihat pertama kali oleh pengguna dari *filter* AR Instagram dengan tema Peran Hak Asasi Manusia di era digital, adalah sebuah topeng dengan *basic* wajah seorang aktivis HAM Indonesia yaitu Munir, dimana wajah bagian kanan topeng bertuliskan “setiap manusia dilahirkan merdeka”. Sebuah *frame* bertuliskan dukungan akan HAM di era digital, dan *filter color grading* berwarna klasik atau *vintage*.

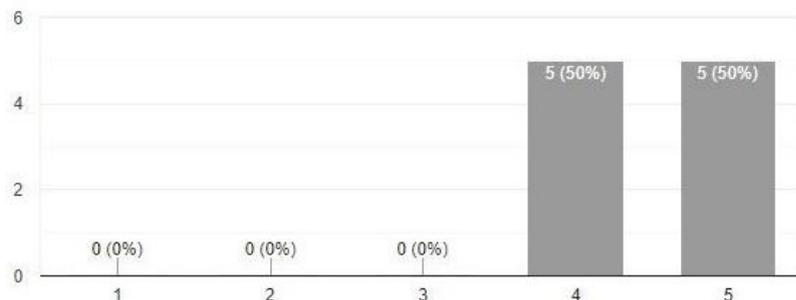


Gambar 5. Tampilan *filter* AR di instagram dengan tema HAM

3.2 Analisis Augmented Reality Instagram

3.2.1 Kesesuaian Tema

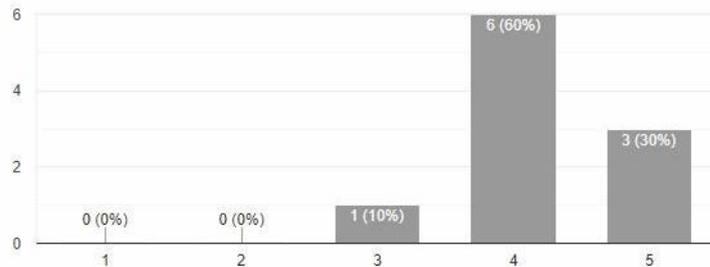
Dalam visual *filter* AR Instagram dengan tema Peran Hak Asasi Manusia di era digital, menampilkan beberapa komponen yang mampu menghadirkan peranan HAM di era digital itu sendiri, lewat *object* topeng, tipografi yang kuat, maupun *color grading* dari *filter* AR Instagram tersebut. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, kesesuaian karya *filter* AR Instagram yang di buat dengan tema Peran Hak Asasi Manusia di era digital mendapat hasil yang cukup baik, dengan menggunakan *polling* skala linier yang dimulai dari angka 1 yang berarti ‘tidak sesuai’ sampai angka 5 yang berarti ‘sangat sesuai’. Berdasarkan gambar 6 dapat disimpulkan bahwa eksekusi dalam pembuatan hingga publikasi *filter* AR Instagram cukup mendapatkan hasil seperti yang diharapkan.



Gambar 6. Grafik hasil survei tentang kesesuaian karya dengan tema peran Hak Asasi Manusia di era digital

3.2.2 Maksud dan Tujuan Filter

Tujuan dari *filter* yang bertemakan Peran Hak Asasi Manusia di era digital adalah sebagai pengingat atau gerakan dukungan, maupun sebagai simbolisasi bahwa HAM tetap hadir di era digital sekalipun. Berdasarkan hasil survei dengan menggunakan *polling* skala linier yang dimulai dari angka 1 yang berarti ‘tidak dapat dipahami’ sampai angka 5 yang berarti ‘dapat dipahami’, tentang maksud dan tujuan *filter* yang dapat dilihat pada gambar 7, dapat disimpulkan bahwa pengguna dapat memahami dengan cukup baik.



Gambar 7. Grafik pemahaman audiens tentang maksud dan tujuan karya

3.2.3 Pengujian filter AR

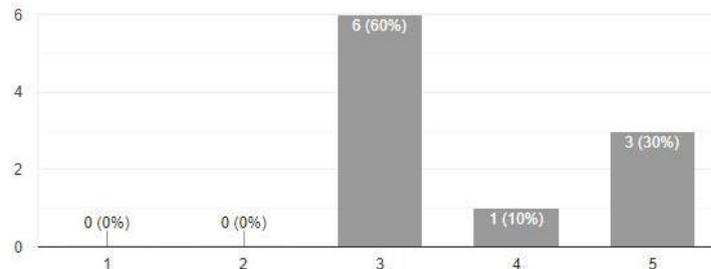
Sebelum publikasi *filter* AR Instagram, dilakukan pengujian untuk mengetahui berbagai aspek yang dapat memungkinkan *filter* dapat berjalan dengan baik maupun sebaliknya. Berikut hasil pengujian yang telah dilakukan :

Tabel 1. Pengujian *Filter* AR Instagram

No.	Pengujian AR	Keterangan
1.	Pengujian jarak	a. Jarak 100 cm : tulisan di wajah tidak terlihat b. Jarak 30 cm : jarak yang sempurna untuk penggunaan <i>filter</i> c. Jarak 5 cm : bagian <i>frame</i> tertutup topeng
2.	Pengujian <i>color grading</i>	a. Di saat siang hari, <i>filter</i> warna klasik yang ingin ditampilkan terlihat dengan sempurna. b. Saat sore hari, warna klasik yang ingin disampaikan terlihat lebih terang. c. Di malam hari dengan tambahan lampu warna terlihat lebih mencolok dari saat siang.
3.	Pengujian topeng	a. Bagian mata pengguna tidak terlihat di topeng bila wajah terlalu menunduk. b. Bagian mata pengguna tidak terlihat di topeng bila wajah terlalu mendongak. c. Bagian topeng terlihat gepeng ketika wajah menghadap samping.

3.2.4 Ketertarikan Pengguna Terhadap Filter AR

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan mengenai tingkat ketertarikan pengguna terhadap *filter* yang mereka gunakan, menggunakan *polling* skala linier yang dimulai dari angka 1 yang berarti ‘tidak tertarik’ sampai angka 5 yang berarti ‘tertarik’ terhadap *filter* AR bertemakan Peran Hak Asasi Manusia di era digital, mendapatkan hasil yang cukup baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa masih ada harapan akan *filter* AR Instagram yang dibuat akan disukai orang-orang, dan dapat memberikan kesadaran tentang Hak Asasi Manusia di era digital.



Gambar 8. Grafik ketertarikan pengguna terhadap *filter* AR bertemakan Peran Hak Asasi Manusia di era digital

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang dicapai dari penelitian dan uraian mengenai pembahasan *filter* AR Instagram dengan tema Peran Hak Asasi Manusia di era digital. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa peran HAM sangatlah penting didapatkan setiap individu, dimana di era digital sendiri kesadaran akan HAM lebih dikenal dengan *Digital Rights*, yang memberikan peluang untuk semua orang berpendapat haruslah tetap terjaga seperti sebagaimana mestinya. Pembuatan *filter* AR Instagram dengan tema Peran Hak Asasi Manusia di era digital diharapkan mampu menjaga peranan Hak Asasi Manusia itu sendiri baik di era digitalisasi saat ini, dimana dari hasil penelitian tentang grafik ketertarikan *filter* AR Instagram dengan tema Peran Hak Asasi Manusia di era digital sendiri cukup baik dan mendapatkan respon positif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur untuk tuhan yang maha esa, atas segala kenikmatan dan kekuatan yang telah diberikannya kepada hambanya, sehingga penelitian yang dilakukan dapat berjalan dan selesai dengan baik. Penulis mengucapkan banyak terimakasih dari hati yang terdalam, pada keluarga yang telah memberikan dukungan secara fisik maupun mental untuk segala kegiatan baik yang penulis lakukan, juga kepada teman-teman yang sudah meluangkan waktu untuk menguji hasil dari *filter* AR Instagram dengan tema Peran Hak Asasi Manusia di era digital yang sudah penulis buat. Dengan demikian semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Nasution, L. (2020). Hak Kebebasan Berpendapat dan Berekspresi dalam Ruang Publik di Era Digital. *Adalah*, 4(3), 37–48. <https://doi.org/10.15408/adalah.v4i3.16200>
- Julianja, S. (2018). Pembatasan Kebebasan Berkespresi dalam Bermedia Sosial: Evaluasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Perspektif Hak Asasi Manusia. *Padjadjaran Law Review*, 6. <https://apjii.or.id/survei2017>
- Kamza, M., Husaini, & Ayu, I. L. (2021). Jurnal Basicedu. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 4120–

4126. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1347>
- Rambe, M. S., & Yarni, N. (2019). Pengaruh Gaya Belajar Visual, Auditorial, Dan Kinestetik Terhadap Prestasi Belajar Siswa Sma Dian Andalas Padang. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(2), 291–296. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v2i2.486>
- Sulistyo, H., & Leksono, T. M. (2020). Prinsip-Prinsip Hak Asasi Manusia Dalam Penyelesaian Perkara Pidana Yang Terkait Dengan Permasalahan – Permasalahan Politik Di Indonesia. *Dinamika Hukum & Masyarakat*, 1(2), 7.
- Uji, A., Secara, C. M., & Di, V. (2020). *The Use Of Augmented Reality In a Virtual Make-Up Trial Application*. 6(2), 4077–4088.