

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi selama beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan yang cukup signifikan untuk seluruh dunia. Teknologi tersebut dapat muncul dalam berbagai macam. Hingga saat ini, teknologi tersebut masih sangat berkembang pesat yang bertujuan memudahkan segala pekerjaan manusia. Mulai dari mencari informasi atau data, memudahkan antar individu untuk berkomunikasi, menciptakan sebuah sistem yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi. Salah satu dari perkembangan teknologi yang bisa kita temui selama ini adalah Internet. Internet adalah jaringan koneksi besar yang berfungsi untuk menyambungkan berbagai macam alat elektronik yang digunakan secara global.[1]

Pengguna Internet di Indonesia berdasarkan data Tanggal 18 Februari 2020 data dari dataportal.com yaitu 272,1 juta penduduk Indonesia terdapat 175,4 juta yang menggunakan internet. Pengguna *smartphone* memiliki jumlah hampir 2 kali lipat dari jumlah pengguna internet yaitu 338,2 juta unit. Data tersebut tercermin pada aktivitas *digital native* masyarakat yang bisa berlama-lama menggunakan media sosial dengan tujuan masing-masing. Salah satu media sosial yang mengedepankan produk visual dalam kemasan pesannya adalah Instagram yang populer disebut (ig atau insta).[2] Instagram memungkinkan terjadinya lebih interaksi yang lebih efektif, tidak hanya untuk kegunaan secara personal tetapi juga untuk tujuan bisnis. [3]

Augmented Reality (AR) merupakan teknologi yang menggabungkan benda maya dua dimensi dan ataupun tiga dimensi ke dalam sebuah lingkungan nyata lalu memproyeksikan benda – benda maya tersebut secara realitas dalam waktu nyata. [4]. *Augmented reality* adalah salah satu teknologi yang menjadi isu dan tren teknologi masa kini. Teknologi *Augmented Reality* memiliki potensi besar baik sebagai sarana edukasi maupun *entertainment*. [5]

Spark Ar adalah platform teknologi oleh Facebook Group yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan desain interaktif berupa filter yang

diakses melalui fitur *story* baik di media sosial Instagram maupun Facebook. Platform *Spark Ar* menggunakan *teknologi Augmented Reality* yang memiliki *user-interface* sederhana dan diciptakan untuk para *creator* yang ingin menciptakan karya yang interaktif dengan mudah. Penggunaan efek didominasi oleh anak muda yang senang menceritakan kegiatannya sehari-hari melalui *story* yang bersifat *temporary post*. Karena efek sangat diminati oleh anak muda, maka fitur efek lebih sering dipergunakan pada platform media sosial Instagram. [6]. Salah satu UMKM lokal berbasis media ingin memanfaatkan filter Instagram sebagai sarana pengenalan dan promosi *brand* lokal yaitu Local Brand Indonesia.

Local Brand Indonesia merupakan salah satu media informasi, edukasi, dan promosi produk lokal yang berlokasi di Jalan Assalam No 6, Depok, Kab. Sleman Yogyakarta. Promosi dan edukasi serta informasi selama ini local brand Indonesia hanya berfokus melalui *feed* dan video yang ada di media sosial Instagram. Berdasarkan Observasi dan wawancara secara langsung dengan salah satu *Owner* Local Brand Indonesia yaitu Rendi Dinata, kendala yang dihadapi oleh local brand Indonesia adalah pengenalan *brand awareness* yang lebih luas. Salah satu cara untuk meningkatkan *brand awareness* adalah dengan memanfaatkan *feed* Instagram sebagai pendekatan kepada pengikut akun local brand Indonesia, namun sering terjadi kejenuhan antara pengikut karena interaksi hanya sebatas *feed* Instagram baik dari foto, video, dan *story*. Hal ini yang mendorong penulis untuk memanfaatkan fitur filter Instagram berbasis *Augmented Reality*, pada saat ini yang sedang menjadi *trend* dikalangan anak muda, dengan tujuan untuk memperkenalkan akun local brand Indonesia kepada pengikutnya maupun pengguna Instagram lainnya

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut

1. “Bagaimana cara membuat filter Instagram berbasis AR menggunakan *Spark Ar* pada Instagram Local Brand Indonesia “.
2. “Bagaimana cara meningkatkan *brand awareness* pada local brand Indonesia,

menggunakan filter Instagram berbasis *Augmented Reality*”.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dalam pembuatan filter berbasis *Augmented Reality* dengan *Spark Ar* pada Local Brand Indonesia yaitu

1. Objek yang dimunculkan oleh kamera bersifat statis.
2. Filter bisa digunakan mulai dari Android versi 9.0 sampai dengan versi terbaru.
3. Menggunakan Aplikasi *Spark ar*.
4. Membuat *Design Asset* menggunakan Aplikasi Adobe Photoshop
5. Filter dibuat Hanya untuk meningkatkan *brand awareness* pada Local Brand Indonesia
6. Filter yang dibuat dalam penelitian ini hanya berfokus kepada fitur Instagram *stories*
7. Konsep Ar yang digunakan yaitu tebak-tebakan tentang *sneakers* brand lokal

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian ini dibuat dengan tujuan sebagai berikut

1. Membuat filter Instagram berbasis *Augmented Reality* dengan *Spark Ar* pada akun local brand indonesia
2. Untuk meningkatkan *brand awareness* Local Brand Indonesia yang lebih luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah

1. Bagi Local Brand Indonesia dapat meningkatkan *brand awareness*.
2. Bagi Masyarakat bisa lebih mengenal tentang *sneakers* buatan lokal.
3. Bagi universitas penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan bagi mahasiswa UNIVERSITAS AMIKOM khususnya jurusan Sistem informasi tentang *Augmented Reality*.

1.6 Sistem Penulisan

Agar laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti maka dibuat sistematik penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut.

BAB I Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah,

BAB II TINJAUAN PUSTAKA,

Bab ini berisikan tentang teori yang berkaitan dengan penelitian, yang akan menjadi rujukan penelitian dalam pembuatan filter.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan penjelasan metode-metode yang digunakan penulis dalam melakukan perancangan, pengumpulan data, penelitian, dan pengujian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN,

Pada bab ini berisikan tentang implementasi dan pembahasan.

BAB V PENUTUP,

Bab ini adalah bab terakhir yang berisikan kesimpulan dan s