

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Augmented Reality* semakin populer sebagai teknik untuk memvisualisasikan penggunaan pakaian. Idealnya, ini memungkinkan pengguna untuk mencoba berbagai pakaian, sepatu, dan aksesoris secara virtual, hanya dengan kamera dan aplikasi yang sesuai dengan cakupan berbagai pilihan *fashion* [1]. Konsumen modern mencari produk yang dipersonalisasi, mereka cenderung mencari elemen desain yang mencerminkan selera mereka sendiri dan membedakan diri mereka dari orang lain, mengevaluasi apakah desain cocok dengan penggunaannya sangat penting dalam produk *fashion* [2].

Promosi adalah salah satu kegiatan pemasaran yang berpengaruh terhadap peningkatan penjualan atau minat beli masyarakat jika promosi mampu memberikan serta memenuhi fungsi dasar dari promosi, memperkenalkan dan menimbulkan rasa percaya maka hal tersebut akan lebih meningkatkan minat beli. Promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan [3]. Terdapat banyak metode yang digunakan untuk menawarkan produk, contoh paling sederhana yaitu dengan cara menawarkan produk melalui media sosial dan brosur. Pada beberapa kasus cara ini dianggap efektif karena dengan media sosial, *update* informasi tentang produk dapat

dilakukan secara cepat [4], tetapi metode tersebut hanya menampilkan gambar produk, calon konsumen tidak bisa mencoba produk yang ditawarkan apakah desain tersebut sesuai dengan selera mereka, maka dibuatlah augmented reality yang memungkinkan calon konsumen dapat mencoba produk sepatu secara virtual.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pemilik toko sepatu Amga Shoes kegiatan promosi dilakukan menggunakan media sosial seperti *whatsapp*, yang dimana tidak memberikan detail wujud dari produk kepada calon konsumen. Berfokus pada *Augmented Reality* untuk mevisualisasikan model sepatu kepada calon konsumen, diharapkan menjadi media alternatif dalam berpromosi dan pengenalan produk, dimana calon konsumen dapat mencoba secara virtual model sepatu. *Augmented Reality* ini berbasis android karena operasi sistem android menyediakan *platform* yang *open source* yaitu, mempermudah dalam pembuatan aplikasi, promosi pun akan menjadi fleksibel karena hanya membutuhkan ponsel pintar yang ber operasi android dan jaringan internet tanpa dibutuhkannya perangkat lain seperti laptop.

Dengan begitu, pembuatan *Augmented Reality* sebagai media untuk memvisualisasikan produk sepatu berbasis android dengan marker yang mengenali kaki pengguna dan mengambil 3D model dari bentuk sepatu yang dipromosikan, dapat dijadikan salah satu alternatif dalam berpromosi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah Bagaimana pembuatan *Augmented Reality* berbasis

android yang berfungsi untuk memvisualisasikan produk sepatu toko "Amga Shoes" ?

### 1.3 Batasan Masalah

Beberapa batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Produk yang dibuat *augmented reality* hanya 1 model sepatu.
2. Objek penelitian adalah toko "Amga Shoes".
3. Software yang digunakan yaitu Lens Studio, Snapchat, Blender.
4. Pengujian sistem dilakukan oleh responden.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Pembuatan *Augmented Reality* yang berfungsi untuk memvisualisasikan produk toko "Amga Shoes" yang kemudian dilakukan pengujian oleh pengguna.

### 1.5 Manfaat Penelitian

- Manfaat Praktis

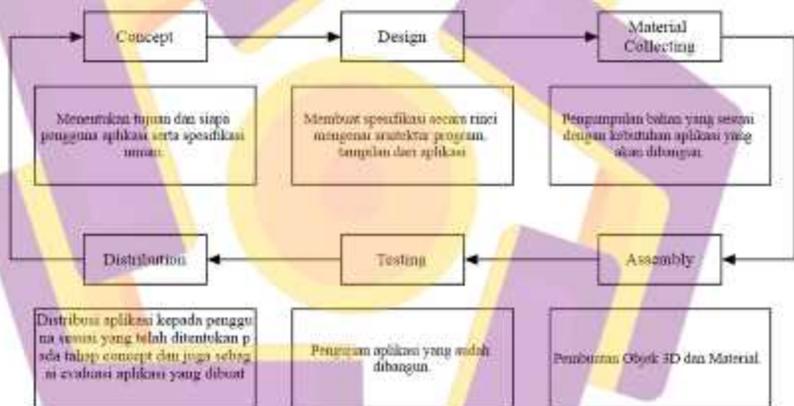
Hasil penelitian ini diharapkan dapat difungsikan sebagai media alternatif promosi untuk memvisualisasikan produk toko amga shoes kepada calon konsumen.

- Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan menambah model sepatu atau produk *fashion* yang lain.

## 1.6 Metode Penelitian

Pengembangan metode *Augmented Reality* ini dilakukan berdasarkan enam tahap, yaitu concept (pengonsepan), design (perancangan), material collecting (pengumpulan bahan), assembly (pembuatan), testing (pengujian), dan distribution (pendistribusian). Menurut Luther yang dikutip dalam [5], keenam tahap ini tidak harus berurutan dalam praktiknya, tahap-tahap tersebut dapat saling bertukar posisi. Meskipun begitu, tahap concept memang harus menjadi hal yang pertama kali dikerjakan.



Gambar 1.1 Tahapan MDLC

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

- Wawancara

Melakukan wawancara dengan pemilik toko amga shoes untuk mengetahui situasi dan kondisi kegiatan promosi yang digunakan

serta kendala yang dihadapi dalam metode promosi yang telah dilakukan.

- Studi Literatur

Data yang diperoleh dari buku atau literatur dan sumber data yang digunakan dalam pembuatan *system* ini, dan juga pengumpulan data yang ada hubungannya dengan penelitian perpustakaan (*Library Research*).

### 1.6.2 Metode Pengembangan

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam pembuatan *Augmented Reality* adalah Metode pengembangan *Multimedia Development Live Cycle* (MDLC) dengan rincian sebagai berikut.

1. *Concept*

Dalam tahapan ini ada beberapa tahap yang perlu diperhatikan, antara lain:

- Menentukan tujuan pembuatan *Augmented Reality* yaitu sebagai media alternatif promosi produk toko Amga Shoes.
- Menentukan ukuran *Augmented Reality*.
- *Augmented Reality* ini berjalan dan dioperasikan pada perangkat bersistem operasi android.

2. *Design*

Pada tahapan ini dibuat spesifikasi sistem secara rinci dalam sebuah perancangan aplikasi. Di mana pembuatannya disesuaikan

berdasarkan pada :

Perancangan *Unified Modelling Language* (UML).

- *Use Case Diagram*
- *Activity Diagram*

### 3. *Material Collecting*

Pada tahapan ini, pengumpulan semua bahan atau aset yang akan dijadikan *Augmented Reality* seperti teks dan gambar.

### 4. *Assembly*

Tahap *assembly* (pembuatan) adalah tahap dimana semua objek atau bahan multimedia dibuat. Pembuatan aplikasi didasarkan pada Desain UML. Semua objek atau material dibuat dan digabungkan menjadi satu aplikasi yang utuh. Dalam tahapan ini digunakan *software* seperti Blender.

### 5. *Testing*

Tahap Pengujian (*Testing*) dilakukan menggunakan pengujian *Black Box Testing*.

Pengujian black box merupakan tes fungsionalitas dari aplikasi yang dibuat.

Pengujian black box berusaha menemukan :

- Fungsi - fungsi yang salah atau hilang.
- Kesalahan tampilan aplikasi.
- Kesalahan inisialisasi dan tujuan akhir

## 6. *Distribution*

Setelah tahap testing sesuai yang diharapkan, maka software dalam format yang sudah dikompresi (rar) didistribusikan kepada pihak toko amga shoes dalam bentuk soft copy dan dimasukkan ke dalam *Flash Drive*.

### 1.7 **Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

- **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, metode pengumpulan data, metode perancangan, metode testing, sistematika penulisan.

- **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi kajian pustaka, dasar teori, judul dan gambar tabel serta tentang kumpulan teori yang sudah ada, digunakan sebagai dasar penelitian dan mendukung pembuatan naskah.

- **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode yang digunakan seperti alat dan bahan penelitian serta alur penelitian.

- **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil dan pembahasan penelitian.

- **BAB V PENUTUP**

Bab ini terdapat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.