

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

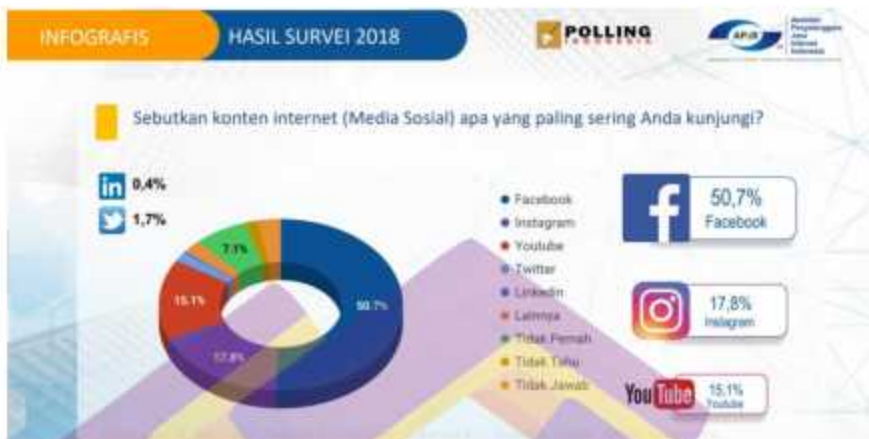
Toko online adalah sebuah wadah dimana para penjual dapat mempromosikan dagangan nya lewat media sosial salah satu nya adalah Nayla Helma Collection. Keraguan para konsumen terhadap produk yang sudah di posting oleh Admin di media sosial instagram Nayla helma Collection menjadi pertimbangan untuk membuat augmented reality fitur fitting pada toko online Nayla Helma Collection. Berdasarkan observasi dan wawancara saya kepada owner Nayla Helma Collection, didukung dengan adanya internet, proses jual-beli sekarang dapat dilakukan secara *real time* oleh konsumen yang jauh dan penjual tanpa harus berkunjung ke tempatnya atau dapat disebut sebagai belanja daring/online shop. Namun, dibalik kelebihan yang didapat ada beberapa kekurangan salah satunya adalah konsumen terpaksa meraba-raba informasi dan seperti apa barang yang ingin dibeli lewat informasi yang di unggah oleh penjual.

Beberapa opsi lain muncul , dengan penjual memberikan foto & video produk yang akan dijual kepada konsumen untuk mengurangi rasa curiga dan cemas barang tidak sesuai. Namun masih saja banyak konsumen yang kecewa karna ukuran dan warna kurang sesuai ketika di coba ke badan mereka. Agar pelanggan mampu membayangkan produk Topi yang akan dibeli itu sesuai dengan keinginan mereka baik dari segi warna maupun ukuran , oleh karena itu perlu adanya inovasi pada strategi pemasaran dengan menggunakan virtual fitting.

Hasil dari view yang sudah di posting di instastory media Instagram berjumlah 118 view pada Objek Topi dan 110 view pada Objek Kaca Mata dalam waktu kurun kurang dari 24 jam.

Dikutip dari jurnal yang dikaji oleh Difa Danaswari, (2015) yang berjudul “*INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE SHOP DAN ISTILAH-ISTILAH DALAM ONLINE SHOP*” Instagram mampu memenuhi kebutuhan kognitif dari penjual produk kepada calon pembeli di online shop, kebutuhan yang dimaksud yaitu kebutuhan akan pengetahuan tentang barang yang ditawarkan atau produk yang dijual. Melalui Instagram, pemilik online shop dan calon pembeli mendapatkan pengetahuan antara lain mengenai bagaimana menjual produk mereka secara online di media yang sedang populer, cara berbisnis online, penggunaan Instagram sebagai media sharing *lifestyle*, dan branding produk secara visual. Selain itu pemilik online shop juga bisa mendapatkan pengetahuan dari sesama pemilik online shop lain melalui akun tertentu. Di luar kegiatan jual beli, Instagram juga bisa sebagai media menambah pengetahuan lain. Pengguna Instagram kerap kali mengunggah foto-foto yang berbau jurnalisme online (Instagram sebagai media untuk *citizen journalism*) sehingga informasi terkini bisa menyebar dengan cepat dengan mencari lewat fitur *hashtag*. [1]

Menurut data dan statistika APJII ( Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada 2020 , konten internet sosial media yang paling banyak di kunjungi



**Gambar 1.1** Konten Internet Sosial Media Yang Paling Banyak Di Kunjungi adalah Facebook dan Instagram , dengan presentase Facebook 50,7% dan Instagram 17,8% pengguna.[2]

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Instagram dan Facebook dapat menjadi media promosi yang efektif.

Maka dengan permasalahan diatas penulis menemukan solusi dengan menggunakan *Augmented Reality (AR)* agar konsumen dapat melakukan *Fitting Virtual* dalam bentuk 3 dimensi interaktif berbasis Instagram filter, sehingga dapat mengurangi rasa kecewa pada konsumen, dan penjual pun dapat meningkatkan pangsa pasar. Dikutip dari jurnal yang dikaji oleh Ilmawan Mustaqim, S.Pd.T., M.T. , Nanang Kurniawan, (2017) yang berjudul "*PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS AUGMENTED REALITY*" *Augmented Reality* memiliki kelebihan sebagai berikut : 1) Lebih interaktif, 2) Efektif dalam penggunaan, 3) Dapat diimplementasikan secara luas dalam berbagai media, 4) Modeling objek yang yang sederhana, karena hanya menampilkan beberapa obyek,

5) Pembuatan yang tidak memakan terlalu banyak biaya, 6) Mudah untuk dioperasikan.[3].

Berdasarkan uraian tersebut, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Perancangan Augmented Reality Sebagai Fitur Fitting Virtual Pada Toko Online Nayla Helma Collection”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah : bagaimana membuat fitur Virtual Fitting aksesoris Topi berbasis Augmented Reality pada filter Instagram ?

### **1.3 Batasan Masalah**

Dari rumusan masalah yang disebutkan di atas, untuk mencapai sasaran dan tujuan yang diharapkan dan karena keterbatasan penelitian maka masalah dibatasi. Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aplikasi Virtual Fitting berbasis Augmented Reality ini hanya dapat menampilkan aksesoris Topi pada filter Instagram.
2. Objek pada filter Instagram ini hanya 2 macam yaitu Topi dan Kacamata
3. Media yang digunakan untuk *testing* Virtual Fitting adalah Instagram.
4. Perangkat lunak yang digunakan adalah Spark AR, Blender dan Adobe Photoshop.
5. Filter ini dapat digunakan di segala jenis *smartphone* yang mendukung Instagram.

6. Resolusi filter optimal 1080 piksel dengan lebar 566 piksel hingga tinggi 1350 piksel.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk membuat Virtual Fitting yang berbasis *Augmented Reality* pada filter Instagram. Dan juga agar konsumen dapat *priview* produk secara virtual sebelum melakukan transaksi.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari pembuatan penelitian ini adalah :

- a. Bagi Pengguna atau pelanggan: Pelanggan mampu melakukan *priview* produk sebelum melakukan transaksi , sehingga membuat tingkat kepercayaan pada produk yang akan dibeli meningkat. Dan meningkatkan rasa aman dan nyaman tidak tertipu oleh foto saja.
- b. Bagi Pihak lain : Sebagai tambahan referensi dan informasi untuk pengkajian topik dengan pembahasan yang sama.
- c. Bagi Penulis : Untuk meningkatkan pengetahuan & pengalaman sebagai bekal dalam dunia kerja.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Pada penelitian ini, software yang akan digunakan untuk uji coba adalah fitur filter pada aplikasi Instagram. Selanjutnya pada bagian ini akan dijelaskan secara detail tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian. Secara garis besar,

tahapan yang dilakukan terdiri dari pengumpulan data, perancangan, implementasi, dan uji coba.

### 1.6.1 Metode Pengumpulan Data

#### a. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.[4]

Maka dari pengertian diatas peneliti melakukan metode pengumpulan data dengan cara datang secara langsung ke naya helma collection dan melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan objek dapat dijadikan data penelitian. Sehingga sistem akan berjalan sesuai yang direncanakan.

#### b. Metode Wawancara

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yakni wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara jenis ini disusun dengan rapi dan ketat.[5] Pedoman wawancara yang digunakan berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan kepada administrator, *owner* dan konsumen.

#### c. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku-buku referensi dan tutorial yang

membahas tentang *Virtual Fitting* dan *Augmented Reality*. Buku-buku tersebut dianggap sebagai sumber data yang akan diolah dan dianalisis seperti banyak dilakukan oleh ahli sejarah, sastra dan bahasa.[6]

### **1.6.2 Tahap perancangan**

Tahap perancangan adalah tahap merancang keseluruhan objek yang akan dibuat dalam fitur.

### **1.6.3 Tahap Implementasi**

Tahap implementasi adalah tahap untuk mengimplementasikan semua objek yang sudah dirancang.

### **1.6.4 Tahap Uji Coba**

Tahap uji coba adalah tahap pengujian sistem agar terbebas dari *bug* (kesalahan).

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Metode penulisan laporan dan sistematika laporan didasarkan untuk mempermudah dalam penyusunan laporan. Adapun sistematika penulisan pada laporan “Perancangan *Augmented Reality* Sebagai fitur *Fitting Virtual* Pada Toko Online *Nayla Helma Collection*” adalah sebagai berikut :

## 1. BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan laporan.

## 2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab landasan teori menjelaskan dasar-dasar teori dalam pembuatan skripsi “Perancangan *Augmented Reality* Sebagai Fitur Fitting Virtual Pada Toko Online Nayla Helma Collection” beserta pengembang (pembahasan) dan menjelaskan definisi secara keilmuan yang dibahas mendetail. Berupa bahasan dari referensi yang dijadikan rujukan, definisi-definisi atau model yang berkaitan dengan ilmu atau masalah yang diteliti. Pada bab ini juga dituliskan *tools/software* yang digunakan untuk pembuatan sistem informasi berbasis website atau untuk keperluan penelitian.

## 3. BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab analisis dan perancangan sistem berisi tinjauan umum serta menguraikan tentang gambaran umum produk. Selanjutnya dalam bab ini juga diuraikan tentang analisis terhadap permasalahan yang terdapat pada kasus yang diteliti, analisis kebutuhan sistem, perancangan sistem dan pengembangan sistem.

## 4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab implementasi dan pembahasan berisi paparan hasil-hasil dari tahapan penelitian, dari tahap analisis, desain, implementasi desain, hasil testing dan implementasinya.



## 5. BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dan saran. Menyimpulkan apa yang telah diperoleh dari kasus penelitian. Sedangkan saran mengemukakan penggunaan dan pengembangan terhadap obyek penelitian yang dibuat agar dapat disempurnakan dan bermanfaat.

