

**IMPLEMENTASI TEKNIK *TARGET TRACK AR (AUGMENTED
REALITY)* PADA DESAIN T-SHIRT SEBAGAI MEDIA
PROMOSI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Teknologi Informasi



Disusun oleh

Ridho Sachsena Mughtar
17.82.0090

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023**

**IMPLEMENTASI TEKNIK *TARGET TRACK AR (AUGMENTED
REALITY)* PADA DESAIN T-SHIRT SEBAGAI MEDIA
PROMOSI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Teknologi Informasi



Disusun oleh

Ridho Sachsen Mughtar
17.82.0090

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI TEKNIK *TARGET TRACK* AR (*AUGMENTED REALITY*)
PADA DESAIN *T-SHIRT* SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

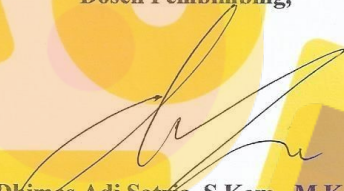
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ridho Sachsena Muchtar

17.82.0090

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal **05 Agustus 2023**

Dosen Pembimbing,



Dhimas Adi Satria, S.Kom., M.Kom
NIK. 190302427

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
IMPLEMENTASI TEKNIK *TARGET TRACK AR (AUGMENTED REALITY)*
PADA DESAIN *T-SHIRT* SEBAGAI MEDIA PROMOSI

yang disusun dan diajukan oleh

Ridho Sachsena Muchtar

17.82.0090

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Agustus 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Bayu Setiaji, S.Kom
NIK. 190302216

Bernadhed, M.Kom
NIK. 190302243

Dhimas Adi Satria, S.Kom., M.Kom
NIK. 190302427



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 23 Agustus 2023

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER



Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom., Ph.D
NIK. 190302096

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Ridho Sachsena Muchtar
NIM : 17.82.0090

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

IMPLEMENTASI TEKNIK TARGET TRACK AR (AUGMENTED REALITY) PADA DESAIN T-SHIRT SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Dosen Pembimbing : Dhimas Adi Satria, S.Kom., M.Kom

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta,
Yang Menyatakan,



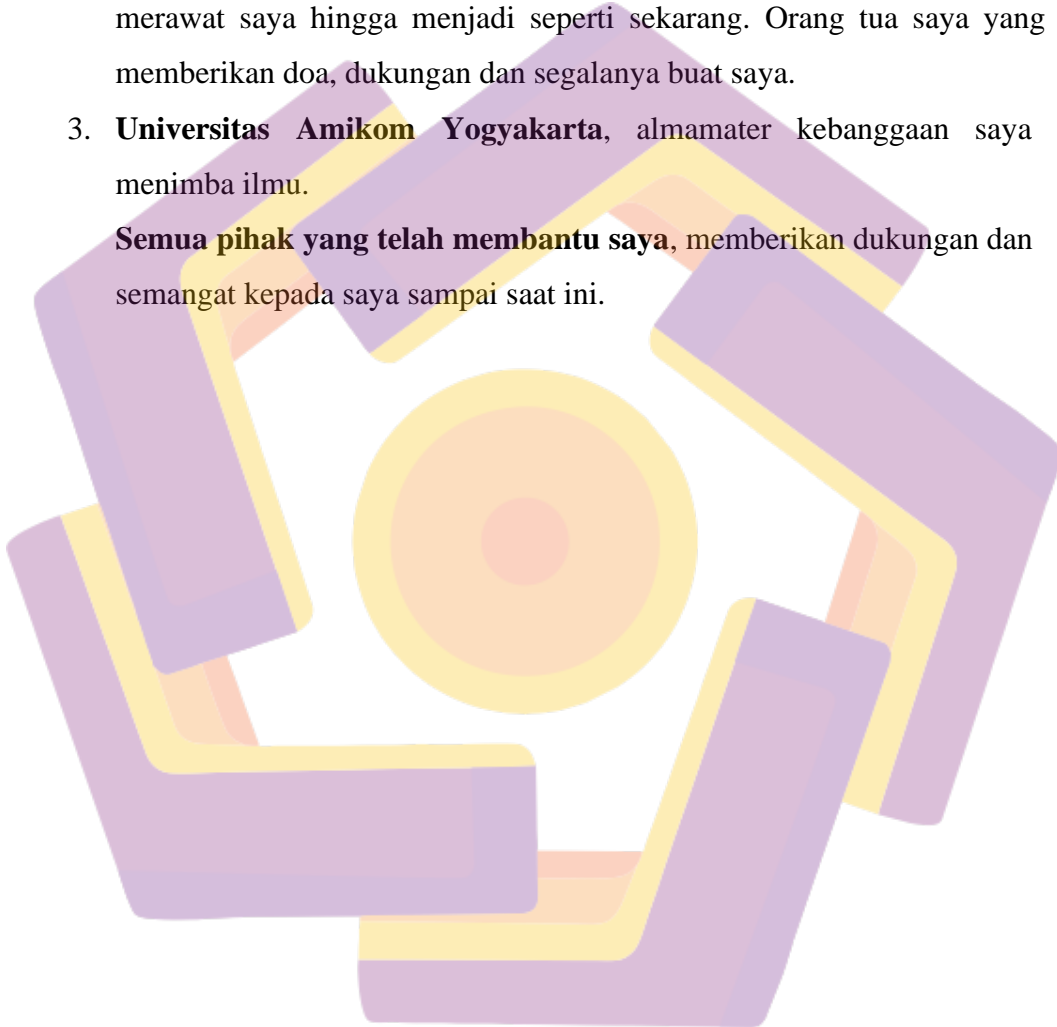
Ridho Sachsena Muchtar

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. **Saya sendiri**, yang telah berjuang dan kuat sampai sekarang
2. **Kepada kedua orang tua** saya yang telah membesarkan, membimbing, dan merawat saya hingga menjadi seperti sekarang. Orang tua saya yang selalu memberikan doa, dukungan dan segalanya buat saya.
3. **Universitas Amikom Yogyakarta**, almamater kebanggaan saya dalam menimba ilmu.

Semua pihak yang telah membantu saya, memberikan dukungan dan semangat kepada saya sampai saat ini.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa maka skripsi “IMPLEMENTASI TEKNIK *TARGET TRACK AR (AUGMENTED REALITY)* PADA DESAIN *T-SHIRT* SEBAGAI MEDIA PROMOSI” telah selesai ditulis. Sebagai syarat kelulusan dalam perkuliahan Strata 1 Universitas Amikom Yogyakarta. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. , selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, M.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer dan Bapak Agus Purwanto, M.Kom selaku Ketua Program Studi S1 Teknologi Informasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Dhimas Adi Satria, S.Kom., M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing saya selama mengerjakan skripsi.
4. Bapak/Ibu, M.Kom selaku Dosen Penguji yang telah menguji skripsi saya.
5. Bapak/Ibu, M.Kom selaku Dosen Penguji yang telah menguji skripsi saya.
6. Seluruh teman-teman saya, yang telah banyak membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan juga memiliki keterbatasan, oleh karena itu penulis selalu membuka diri untuk saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penyusun sendiri pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya, semoga bermanfaat. Terima kasih.

Yogyakarta, 01 Agustus 2023



Ridho Sachsena Muchtar

MOTO

*“You can't always get what you want, but if you try sometimes, you might find,
you get what you need.”*

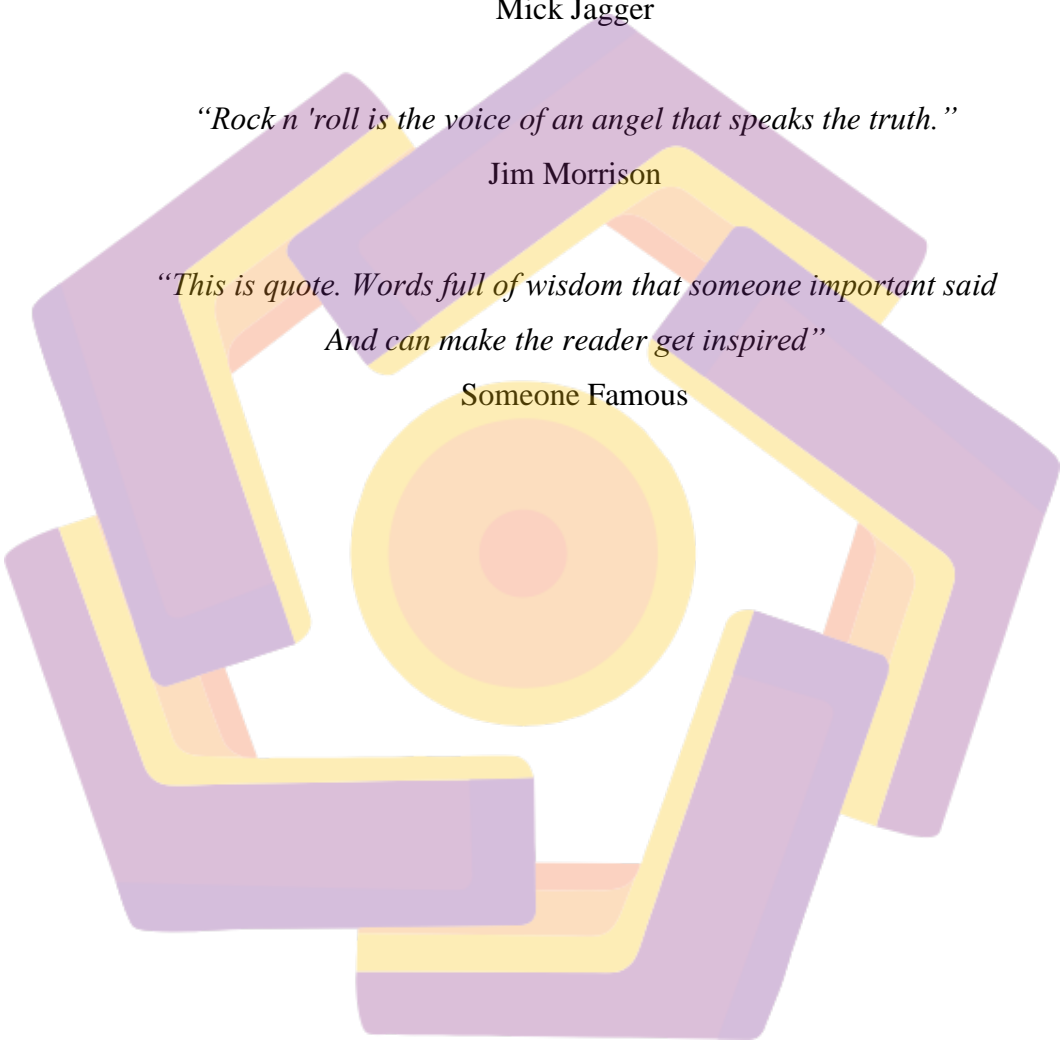
Mick Jagger

“Rock n 'roll is the voice of an angel that speaks the truth.”

Jim Morrison

*“This is quote. Words full of wisdom that someone important said
And can make the reader get inspired”*

Someone Famous



DAFTAR ISI

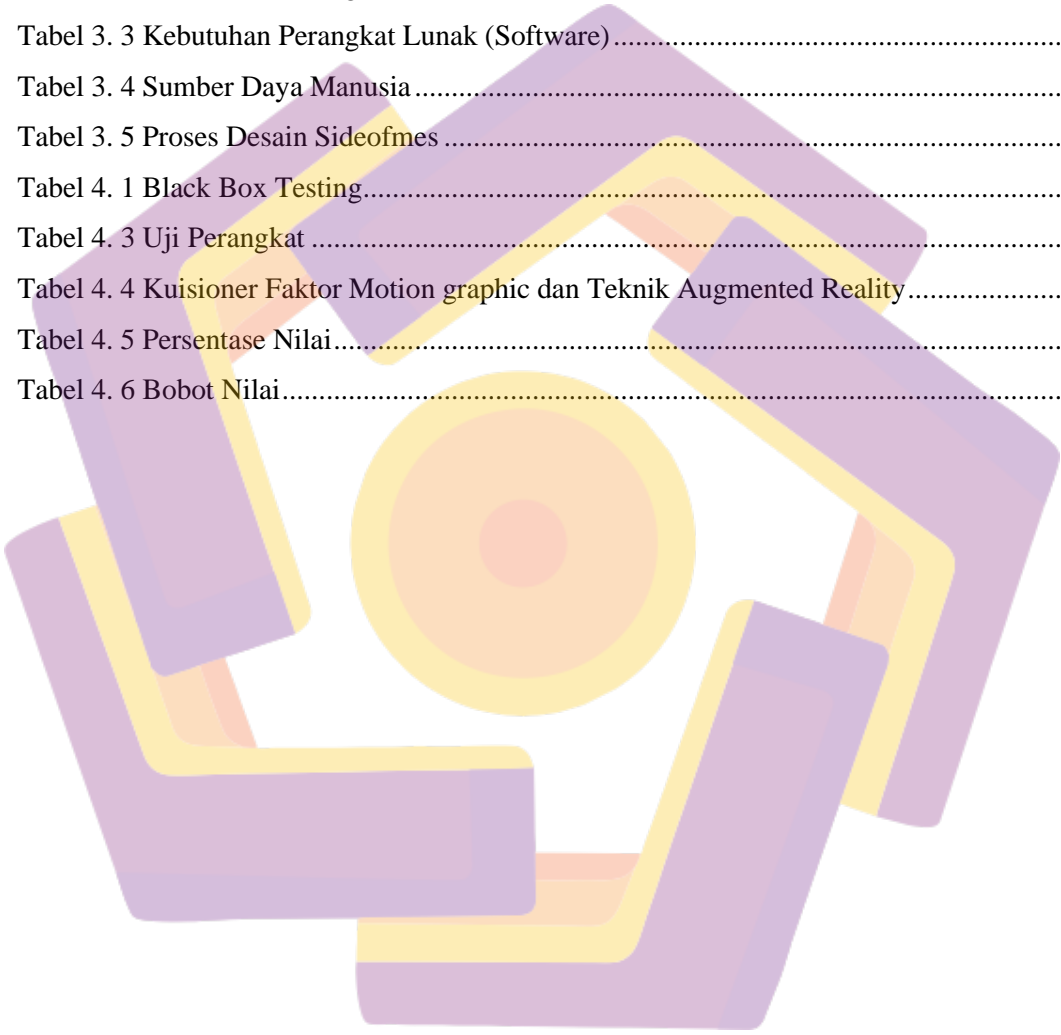
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTO.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
INTISARI.....	xv
ABSTARCT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1. Latar Belakang.....	1
1. 2. Rumusan Masalah.....	3
1. 3. Batasan Masalah.....	3
1. 4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1. 5. Manfaat Penelitian.....	3
1. 6. Metode Penelitian.....	4
1. 7. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2. 1. Tinjauan Pustaka.....	7
2. 2. Dasar Teori.....	9
2. 2. 1. Multimedia.....	9
2. 2. 2. <i>Augmented Reality (AR)</i>	13
2. 2. 3. <i>Instagram Augmented Reality</i>	14
2. 2. 4. <i>Target Track</i>	15
2. 3. Metode Perancangan.....	16

2.3.1.	Tahap Pra-Produksi	16
2.3.2.	Tahap Produksi.....	17
2.3.3.	Tahap Paska Produksi.....	17
2.4.	Perangkat Lunak Yang Digunakan.....	17
2.4.1.	<i>Clip Studio Paint</i>	17
2.4.2.	Adobe Photoshop.....	18
2.4.3.	Spark Ar Studio	19
2.5.	Metode Evaluasi.....	20
2.5.1.	Pengujian <i>Black Box</i>	20
2.5.2.	Pengujian <i>White Box</i>	20
2.5.3.	Skala Likert	20
2.5.4.	Skala Menentukan Interval.....	21
2.5.5.	Rumus Presentase	22
BAB III METODELOGI PENELITIAN		23
3.1.	Tinjauan Umum	23
3.1.1.	Gambaran Umum Penelitian	23
3.1.2.	Gambar Profil	24
3.2.	Alur Penelitian	25
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.3.1.	Observasi	26
3.3.2.	Studi Literatur.....	27
3.4.	Analisis Kebutuhan.....	28
3.4.1.	Analisis Kebutuhan Fungsional.....	28
3.4.2.	Kebutuhan Non Fungsional	28
3.5.	Pra Produksi.....	30
3.5.1.	Ide dan Konsep.....	30
3.5.2.	Proses Desain	31
3.6.	Kebutuhan Aspek Produksi	32
3.6.1.	Aspek Kreatif	32
3.6.2.	Aspek Teknis	32

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.....	34
4. 1. Produksi.....	34
4. 1. 1. Pemisahan Layer.....	34
4. 1. 2. Proses Animasi	35
4. 2. Pasca Produksi	37
4. 2. 1. <i>Rendering Motion graphic</i>.....	38
4. 2. 2. Kombinasi Dengan Teknik AR.....	39
4. 3. Implementasi	43
4. 4. Evaluasi.....	45
4. 4. 1. <i>Black Box Testing</i>	45
4. 4. 2. Uji Perangkat	47
4. 4. 3. <i>White Box Testing</i>.....	48
4. 5. Evaluasi Responden	48
4. 5. 1. <i>Faktor Motion graphic dan Teknik Augmented Reality</i>	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
5. 1. Kesimpulan.....	54
5. 2. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

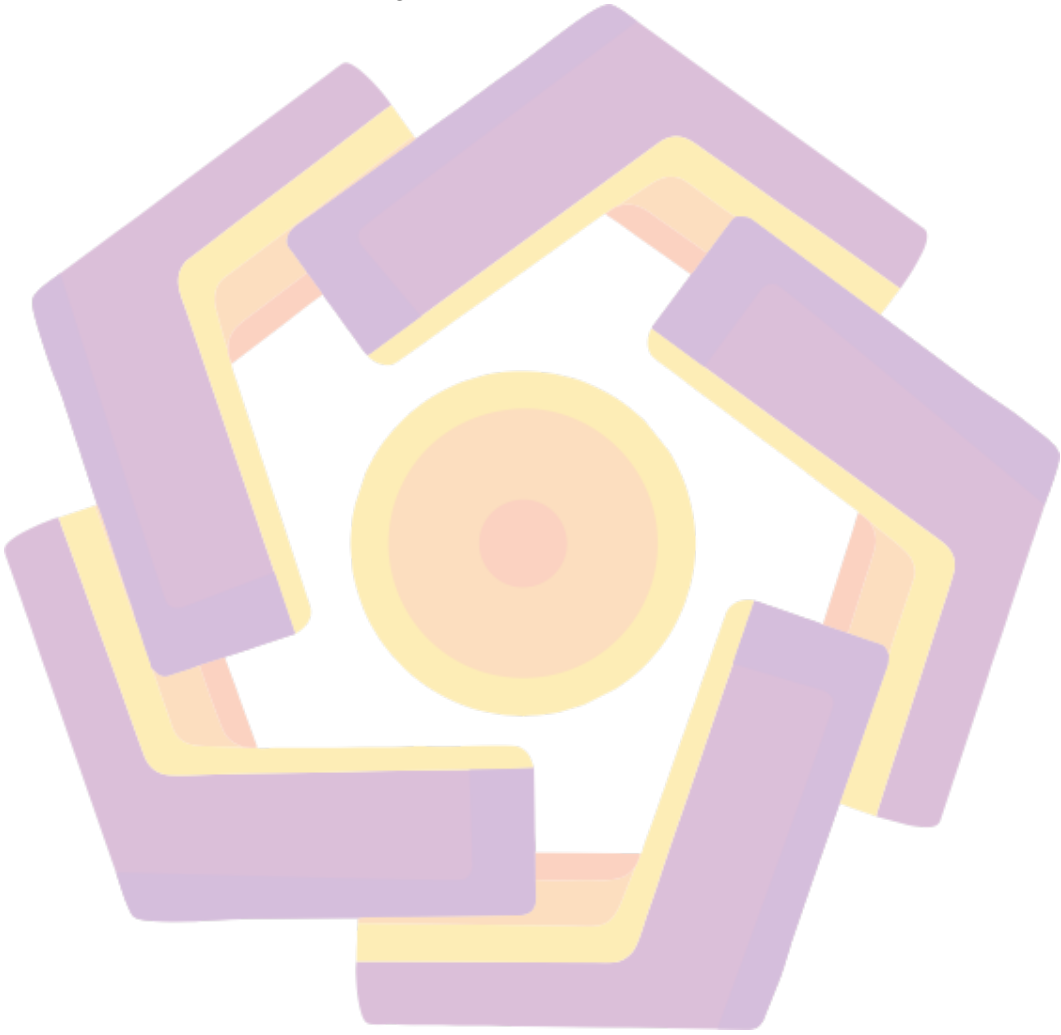
Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian.....	8
Tabel 2. 3 Skala Likert.....	21
Tabel 2. 4 Interval	21
Tabel 3. 1 Kebutuhan Perangkat Keras (Hardware)	29
Tabel 3. 3 Kebutuhan Perangkat Lunak (Software).....	29
Tabel 3. 4 Sumber Daya Manusia	30
Tabel 3. 5 Proses Desain Sideofmes	31
Tabel 4. 1 Black Box Testing.....	46
Tabel 4. 3 Uji Perangkat	47
Tabel 4. 4 Kuisisioner Faktor Motion graphic dan Teknik Augmented Reality.....	49
Tabel 4. 5 Persentase Nilai.....	51
Tabel 4. 6 Bobot Nilai.....	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh Audio.....	10
Gambar 2. 3 Contoh Video	10
Gambar 2. 4 Contoh Gambar	11
Gambar 2. 5 Contoh Teks	12
Gambar 2. 6 Contoh Animasi	13
Gambar 2. 7 Contoh Instagram Augmented Reality	15
Gambar 2. 8 Contoh Target Track	16
Gambar 2. 9 Contoh Tampilan Clip Studio Paint	18
Gambar 2. 10 Contoh Tampilan Adobe Photoshop	18
Gambar 2. 11 Contoh Tampilan After Effects	19
Gambar 2. 12 Contoh Tampilan Spark AR.....	19
Gambar 3. 1 Profil Side of me.....	24
Gambar 3. 2 Alur Penelitian	25
Gambar 3. 3 Thumbnail Youtube Ramnsvrif.....	26
Gambar 3. 4 Ilustrasi Killien Huynh	27
Gambar 3. 5 Cover Buku Augmented Reality	27
Gambar 4. 1 Proses Pemisahan Layer Bagian Mata	34
Gambar 4. 2 Proses Pemisahan Layer Bagian Bunga.....	35
Gambar 4. 3 Proses Pemisahan Layer Bagian Background.....	35
Gambar 4. 4 Pembuatan Motion Graphic Bagian Mata.....	36
Gambar 4. 5 Pembuatan Motion Graphic Bagian Bunga.....	37
Gambar 4. 6 Pembuatan Motion Graphic Bagian Background.....	37
Gambar 4. 7 Export Setting	38
Gambar 4. 8 Output PNG Sequence	39
Gambar 4. 9 Target Tracker.....	39
Gambar 4. 10 Proses Pembuatan Objek Scanning	40
Gambar 4. 11 Proses Input Motion graphic	41
Gambar 4. 12 Proses Compression File	41
<i>Gambar 4. 13 Ketentuan File Size.....</i>	<i>42</i>
<i>Gambar 4. 14 Proses Setting Patch Editor.....</i>	<i>42</i>

Gambar 4. 15 Filter Siap Untuk Dipublikasi 43
Gambar 4. 16 Mengunggah Filter 44
Gambar 4. 17 Pemberian Nama Pada Filter..... 44
Gambar 4. 18 Filter Siap Untuk Digunakan..... 45
Gambar 4. 19 White Box Testing 48



INTISARI

Perkembangan serta persaingan pada industri *fashion*, khususnya tren baju di Indonesia memiliki persaingan pasar yang begitu masif. Kondisi ini mengakibatkan semakin meningkatnya persaingan antar produsen, salah satunya adalah Sideofmes yang merupakan industri lokal yang beranjak dari seni komersial, dan memproduksi *merchandise* seperti lukisan, *totebag*, serta *art print*. Kurangnya kepedulian masyarakat akan produk lokal menyebabkan produksi *t-shirt* Sideofmes yang bertemakan “THE CANF” ini kurang dikenal oleh masyarakat, sehingga perlu dibuat sebuah perancangan promosi yang tepat untuk membantu produsen mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat. Salah satunya dengan merancang video iklan promosi dengan teknik *2D motion graphic* sehingga dapat menguatkan pesan yang disampaikan dan menambah nilai estetika. Berangkat dari animasi *2D motion graphic* yang menjadikan media promosi lebih efektif dan relevan pada produk *t-shirt* sideofmes, untuk mengenalkan produk lokal pada masyarakat khususnya khalayak muda. Tujuan dari perancangan ini diharapkan bisa menarik konsumen terhadap produk yang dipromosikan serta mengenalkan produk lokal kepada masyarakat.

Kata kunci: *Augmented Reality (AR)*, *2D Motion Graphic*, Media Promosi

ABSTARCT

The progress and competition of fashion industry, especially clothing trends in Indonesia, has massive market competition. This condition has resulted in increasing competition between producers, one of which is Sideofmes, which is a local industry that has moved from commercial art, and produces merchandise such as paintings, tote bags, and art prints. The lack of social participation of local products causes the production of Sideofmes t-shirts with the theme "THE CANF" is not well known by the public, so it is necessary to make an appropriate promotional design to help producers introduce these products to the public. One of them is by designing promotional advertising videos with 2D motion graphics techniques so that they can strengthen the message conveyed and add aesthetic value. Departing from 2D motion graphic animation which makes promotional media more effective and relevant to sideofmes t-shirt products, to introduce local products to the public, especially young audiences. The purpose of this design is expected to attract consumers to the products being promoted and introduce local products to the public.

Keyword: *Augmented Reality (AR), 2D Motion Graphic, Promotion Media*

