

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fashion merupakan bentuk evolusi dan menciptakan tren baru, terbukti dengan evolusi yang jelas dari musim ke musim. Perkembangan *fashion* merupakan salah satu bentuk perubahan budaya, sosial, ekonomi dan teknologi. Dalam beberapa tahun terakhir, industri *fast fashion* telah mengalihkan fokusnya dari menarik pembeli memperkuat hubungan konsumen-merek. Zona nyaman pecandu merek mengalami ketergantungan pada merek *fast fashion*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat saat ini didasarkan pada aturan dan tren yang harus diikuti untuk diakui sebagai masyarakat modern. [1] Dapat dikatakan bahwa masyarakat modern memiliki aktualisasi diri "membeli sesuatu yang mewakili diri sendiri".

Perkembangan teknologi sangat berkontribusi besar terhadap bisnis *fast fashion*, baik dalam proses produksi baju serta pembuatan desain.[2] Sebagai contoh proses produksi sebelum perkembangan teknologi yang maju ini masih menggunakan manual seperti di jahit menggunakan tangan tidak menggunakan mesin, bahannya dari karung goni bukan menggunakan kain dan teknik sablonnya yang masih menggunakan cetak manual atau biasa dibilang *Screen Printed* tidak seperti zaman sekarang yang teknik sablonnya bermacam-macam salah satunya *Digital Transfer Film* (DTF), akan tetapi seiring dengan perkembangan teknologi dan perkembangan zaman produksi baju semakin bagus lagi. Desain yang menarik ditambah dengan teknologi zaman sekarang akan menghasilkan sebuah karya yang berbeda. Salah satu teknologi yang bisa di terapkan di dunia *fashion* adalah teknologi *Augmented Reality* (AR). Teknik *Augmented Reality* (AR) adalah teknologi yang memungkinkan para penggunanya untuk melihat dunia nyata dengan benda-benda maya (*Virtual Object*) yang dimasukkan secara *real time* dengan dunia nyata. *Augmented Reality* memiliki cara kerja yang cukup sederhana dengan berdasarkan deteksi citra yang biasa disebut dengan objek [3]. Sebagai contoh, sebuah kamera telah dikalibrasi dapat mendeteksi objek yang

telah didesain, lalu setelah mendeteksi objek tersebut, kamera akan melakukan pencocokan dengan *database* yang telah dibuat sebelumnya. Jika hasilnya cocok, maka informasi dari objek akan menampilkan objek 2D yang telah didesain di depan layar pengguna, tetapi jika objek tidak cocok dengan database maka informasi dari objek tidak akan dapat diolah.

Sideofmes merupakan industri lokal yang beranjak dari seni komersial kemudian melebarkan sayap dengan memproduksi *merchandise* seperti T-Shirt, lukisan, totebag, serta art print. THE CANF adalah *merchandise* terbaru dari Sideofmes dalam bentuk *T-Shirt* dan menggabungkannya dengan inovasi Teknik *Augemented Reality* (AR). Dengan menggabungkan antara produk terbaru dari Sideofmes dengan Teknik *augmented reality* diharapkan *merchandise* Sideofmes dapat menjadi variasi dalam dunia *fashion* yang menggunakan teknologi dan dapat mengalami peningkatan penjualan dan dapat dikenal oleh masyarakat penikmat seni dan anak muda di Indonesia.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis. Media promosi yang digunakan Sideofmes masih sangat minim, sebelumnya Sideofmes hanya menggunakan media promosi berupa foto dan video produk yang diunggah melalui sosial media Instagram. Namun minimnya informasi yang disampaikan dan promosi yang terlalu monoton terjadi kurangnya minat beli konsumen dan kurang dikenal yang dapat menyebabkan dampak negatif kedepannya. Dan ditinjau dari data penjualan yang dimiliki Sideofmes terjadi penurunan jumlah produk yang terjual dan respon masyarakat terhadap produk yang dipromosikan. Maka dari itu pemilik Sideofmes berencana untuk membuat video promosi dengan Teknik *Target Track Augmented Reality* (Ar) untuk memperkenalkan produknya terbarunya.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka penulis membuat skripsi dengan judul: "Implementasi Teknik *Target Track AR (Augmented Reality)* Pada Desain *T-Shirt* Sebagai Media Promosi".

1. 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah bagaimana membuat desain *T-shirt* dengan menerapkan teknik *Target Track AR*?

1. 3. Batasan Masalah

Sesuai dengan masalah di atas, keterbatasan masalah yang terkait dengan penelitian ini adalah:

1. Hasil implementasi teknik target track dengan *motion graphic* ini akan digunakan untuk publikasi melalui Instagram dengan media *reels*, *igtv*, *story*.
2. Objek *Scanning* yang ditujukan hanya pada desain *T-shirt* Sideofmes.
3. *Scanning* menggunakan fitur filter pada *Instastory* di Instagram.
4. Faktor pengujian berdasarkan objek desain *T-Shirt* mampu discan dalam berbagai kondisi.
5. *Software* yang digunakan untuk membuat video iklan promosi adalah Clip Studio Paint v1.8.0, Adobe Photoshop 2020, Adobe After Effects CC 2019, Spark Ar Studio v138.

1. 4. Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengimplementasikan teknik *target track* pada pembuatan iklan promosi Sideofmes yang diharapkan dapat menampilkan iklan yang lebih menarik dan meningkatkan penjualan.
2. Sebagai alternatif dan variasi teknologi yang ada pada fashion terutama desain *T-shirt* yang ada dipasaran.

1. 5. Manfaat Penelitian

1. 5. 1. Untuk Penulis

1. Meningkatkan penjualan sebuah produk Sideofmes.

2. Penyebarluasan informasi mengenai produk yang dipromosikan lebih efektif dan efisien.
3. Sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Komputer (S.Kom) dari Universitas Amikom Yogyakarta.

1. 5. 2. Untuk Developer AR

Manfaat penelitian ini bagi *Developer AR* adalah sebagai alternatif dengan cara yang baru untuk pengguna yang ingin mengembangkan AR

1. 5. 3. Untuk Masyarakat

Manfaat penelitian ini bagi masyarakat adalah sebagai inovasi masyarakat yang ingin mengembangkan sehingga masyarakat jadi mengetahui mengenai teknik *target track*.

1. 6. Metode Penelitian

1. 6. 1. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat mengenai informasi tentang *Sideofmes*, teknik pembuatan video iklan berbasis 2D dan konsep yang menarik, maka perlu melakukan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Melakukan pengamatan pada iklan produk video yang menggunakan teknik teknik target track dengan *motion graphic* sebagai referensi untuk pembuatan iklan nantinya.

2. Studi Literatur

Mengumpulkan data dari buku tentang teknik target track dengan *motion graphic*, tutorial teknik membuat video promosi, tutorial teknik membuat teknik target track dengan *motion graphic*, dokumen, dan beberapa sumber dari internet yang terkait dengan iklan maupun teknik target track dengan *motion graphic*.

1. 6. 2. Metode Analisis

Proses perancangan *motion graphic* terdiri dari 3 tahapan yaitu pra

produksi, produksi, dan pasca produksi.

1. Pra Produksi

Terdapat tiga tahapan yang akan dilakukan pada proses pra produksi ini, diawali dengan merancang ide dan gambaran awal mengenai scene yang akan dibuat dan storyboard termasuk didalamnya adalah gambaran scene per scene, yang digunakan dan objek yang dianimasikan.

2. Produksi

Pada proses produksi terdapat banyak proses mulai dari merancang design, dilakukan terlebih dahulu sebelum menganimasikan objek *motion graphic*, pada tahap ini dilakukan membuat design objek yang diperlukan pada pembuatan *motion graphic* dan animasi objek, pada proses animasi ini merupakan proses selanjutnya dalam pembuatan *motion graphic*, asset objek yang sudah dibuat pada proses perancangan design sebelumnya digerakkan sesuai frame dan waktu yang sudah ditentukan.

3. Rendering

Rendering, merupakan proses akhir animasi, yaitu membangun gambar dan semua data yang didalamnya diubah menjadi sebuah video.

4. Finishing Video

Proses ini merupakan proses final dari pembuatan *motion graphic*. Pada proses ini menggabungkan seluruh file video dari *scene* awal hingga scene akhir dan dilakukan penambahan *background music*.

1. 6. 3. Metode Implementasi

Mengimplementasikan Teknik *Target Track Augmented Reality* (AR) pada Spark AR menggunakan fitur filter pada *instastory* di Instagram dengan cara *scanning* gambar atau objek.

1. 6. 4. Metode Evaluasi

Metode evaluasi yang digunakan yaitu metode *Black Box* dan *White Box*, dimana keduanya digunakan untuk mengetahui hasil dari pembuatan sistem apakah sistem tersebut masih terdapat kecacatan atau tidak, yang membedakan

dari kedua metode tersebut yaitu pada proses evaluasinya.

1. 7. Sistematika Penulisan

Pada bagian ini dituliskan urutan dan sistematika penulisan yang dilakukan oleh penulis. Berikut ringkasan mengenai isi masing-masing bab.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama sesuai dengan ketentuan pokok penyusunan skripsi yang berisi tentang gambaran umum penelitian yaitu, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua berisi kumpulan teori yang sudah ada, yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dapat mendukung pembuatan naskah skripsi.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ketiga menjelaskan tentang analisis dan perancangan sistem, termasuk analisis desain dan uraian tentang media pembelajaran interaktif.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisikan tentang tahap pembuatan aplikasi, termasuk desain, testing, dan implementasi.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir menjelaskan tentang garis besar atau kesimpulan dari keseluruhan isi skripsi dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi sumber-sumber referensi yang digunakan dalam pembuatan skripsi

LAMPIRAN

Lampiran berisi tabel yang panjang, surat keterangan, instrumen penelitian, listing program, peraturan-peraturan dan sebagainya yang berfungsi melengkapi laporan penelitian.