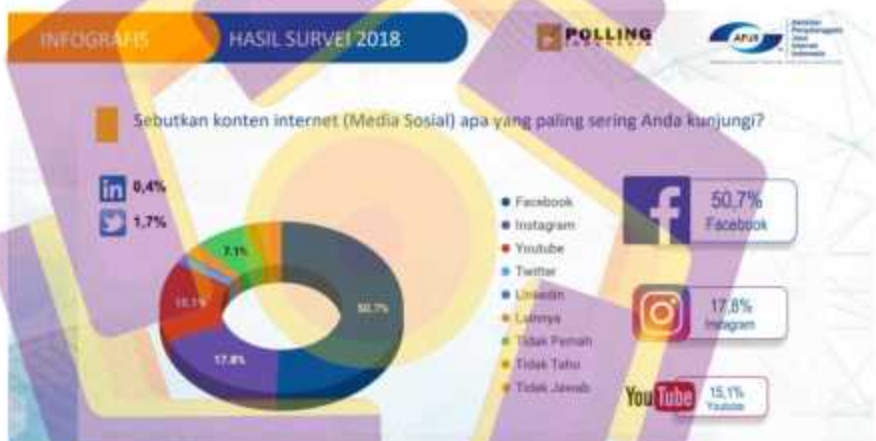


BAB I

PENDAHULUAN

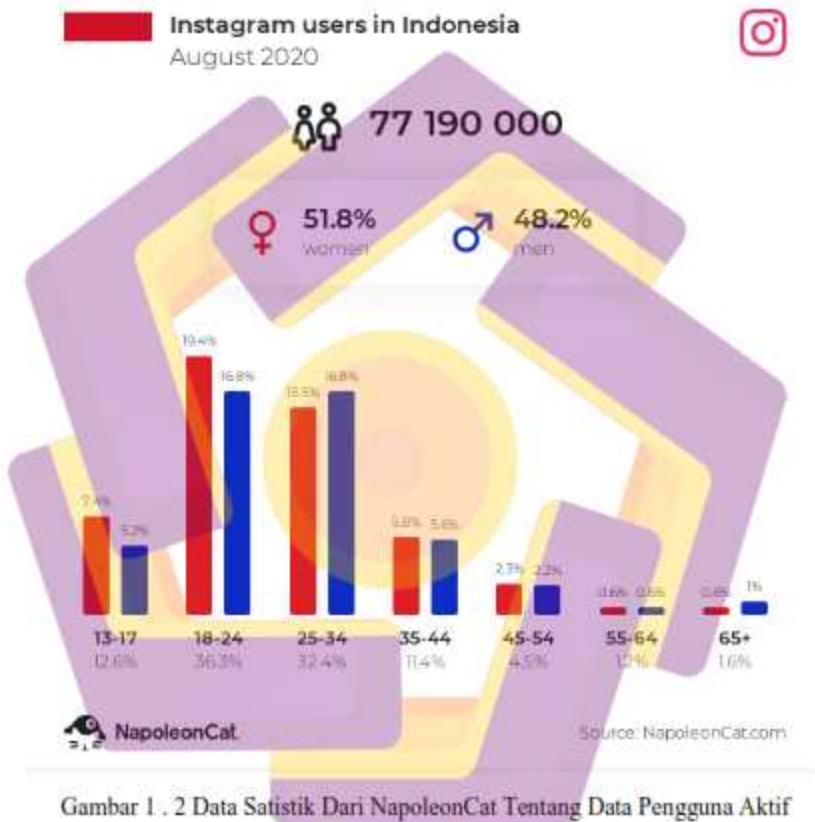
1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia *mobilephone* saat ini begitu pesat. Segala kegiatan dapat dilakukan melalui *mobile*, dari mulai hiburan sampai bisnis. Para *onlineshop* mengambil kesempatan ini untuk mempromosikan dagangannya melalui *smartphone*, pada banyak platform aplikasi.



Gambar 1 . 1 Survey APJII Mengenai Konten Social Media Yang Paling Sering Dikunjungi

Media sosial sangat menarik perhatian di kehidupan sosial sekarang ini. Berdasarkan data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada 2018, konten sosial media yang paling banyak dikunjungi adalah Facebook kemudian disusul oleh Instagram, dengan presentase Facebook 50,7% dan Instagram 17,8% pengguna.



Gambar 1. 2 Data Statistik Dari NapoleonCat Tentang Data Pengguna Aktif Instagram Di Indonesia

Pada statistik NapoleonCat yang berbasis di Polandia, pada bulan Agustus 2020 di Indonesia, tercatat ada sebanyak 77.190.000 akun pengguna aktif Instagram.

Dengan berdasarkan banyaknya pengguna aktif pada data-data tersebut, dapat disimpulkan bahwa Instagram dapat menjadi media promosi yang bisa menjangkau banyak orang dengan berbagai segmentasi pasar.

Penggunaanya yang mudah, membuat salah satu platform media sosial ini sangat diminati berbagai kalangan, sekedar untuk berbagi informasi kegiatan keseharian, maupun untuk berbisnis. Fitur filter story yang bervariasi dalam menampilkan tampilan foto atau video juga menarik dan unik. Fitur filter pada Instagram menerapkan metode *Augmented Reality* (AR), menggunakan perubahan skema warna atau tone color atau menggunakan objek 3D dipadukan dengan skema warna.

Dikutip dari jurnal yang dikaji oleh Julio Cristian Young, (2015) yang berjudul "*INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE SHOP DAN ISTILAH-ISTILAH DALAM ONLINE SHOP*" Dalam penerapannya, fitur filter Instagram yang menggunakan metode AR memiliki beberapa keunggulan :

1. Interaksi terasa begitu nyata

Dikarenakan objek virtual ditampilkanscara nyata ke layar perangkat milik pengguna, pengguna dapat melakukan interaksi terhadap objek virtual tersebut secara langsung. Tidak seperti VR dimana seorang pengguna melakukan interaksi terhadap objek-objek di dalamnya melaluikontroller seperti joystick, keyboard, mouse, atau perangkat Input dan Ouput lainnya.

2. Implementasi lebih murah

Tidak seperti VR yang membutuhkan virtual reality headset sebagai perangkat tambahan dalam implementasinya, AR tidak membutuhkan suatu perangkat khusus yang tentunya membuat penerapan sistem AR jauh lebih murah.

3. Kemungkinan tersendatnya sistem yang ditampilkan lebih sedikit

Tidak seperti VR, dimana dunia virtual harus di-render oleh VGA Card secara menyeluruh, pada sistem berbasis AR, sistem hanya akan merender sebuah objek tertentu saat melihat tanda atau berada pada lokasi yang tepat. Hal ini tentunya membuat sistem AR jauh lebih ringan, kemungkinan tersendatnya sistem saat dijalankan menjadi jauh lebih kecil. [1]

Berdasarkan wawancara pada toko Queen Baby Shop, di tahun 2015 toko ini sudah membuka akun Instagram untuk penjualan dan promosi. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, promosi dengan penguploadan konten katalog pada feed Instagram menurut *owner* dinilai terlalu biasa. Selain menurut *owner* terlalu biasa, konten yang diupload di feed sering digunakan tanpa izin oleh *seller* lain.

Maka dengan permasalahan diatas penulis menemukan alternatif solusi promosi dengan menggunakan *Augmented Reality* (AR) agar *owner* dapat melakukan promosi katalog dalam bentuk 3D Filter pada aplikasi Instagram dengan identitas yang unik.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis melakukan penelitian dengan judul “Perancangan *Augmented Reality* Pada Katalog Toko Online Queen Baby Shop Sebagai Media Promosi Berbasis Filter Instagram”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah : Bagaimana membuat katalog berbasis *Augmented Reality* pada filter Instagram sebagai media promosi ?

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. Desain 3d produk mencakup hanya 10 produk.
2. Desain 3d produk hanya mencakup topi saja.
3. Software yang digunakan adalah Blender, Photoshop dan Spark AR.
4. Filter dibuat untuk mempromosikan beberapa produk dari Queen Baby Shop.
5. Pembuatan Objek 3D pada filter terbatas hanya pada Topi.
6. Pada tahap export dan publish, filter dicoba pada akun Instagram pribadi peneliti terlebih dahulu untuk ditinjau.

1.4 Maksud dan Tujuan

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk membuat katalog yang berbasis *Augmented Reality* pada fitur filter Instagram sebagai media promosi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari pembuatan penelitian ini adalah :

- a. Bagi Pengguna atau pelanggan : Pelanggan dimudahkan untuk melihat *preview* produk.
- b. Bagi Pihak Pemilik Toko : Sebagai sarana media promosi yang unik dipasaran dan juga pastinya meningkatkan pangsa pasar.
- c. Bagi Penulis : Membuat penelitian yang berguna untuk Ilmu pengetahuan khususnya dibidang teknologi dan juga sebagai portofolio untuk memasuki dunia kerja.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam *augmented reality* ini dibagi menjadi lima yaitu metode pengumpulan data, metode perancangan, metode analisis, metode implementasi, dan metode pengujian.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. 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. [2] Pedoman wawancara yang digunakan berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan kepada administrator , *owner* dan konsumen.

b. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku-buku referensi dan tutorial yang membahas tentang *Augmented Reality*. Buku-buku tersebut dianggap sebagai sumber data yang akan diolah dan dianalisis seperti banyak dilakukan oleh ahli sejarah, sastra dan bahasa. [3]

1.6.2 Metode Perancangan

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

1.6.3 Metode Implementasi

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

1.6.4 Metode Pengujian

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 Pada Katalog Toko Online Queen Baby Shop Sebagai Media Promosi Berbasis Filter Instagram" adalah sebagai berikut :

1. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan berisi tentang 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 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**

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.

