

**EFEKTIFITAS PENGGUNAAN AUGMENTED REALITY  
`SEBAGAI BRAND AWARENESS INSTAGRAM  
THECREATORCOFFEE**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi S1 Sistem Informasi



disusun oleh

**ANDI FURQAN FAYYADH AHWAS**

**18.12.0848**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2024**

**EFEKTIFITAS PENGGUNAAN AUGMENTED REALITY  
SEBAGAI BRAND AWARENESS INSTAGRAM  
THECREATORCOFFEE**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi S1 Sistem Informasi



disusun oleh

**ANDI FURQAN FAYYADH AHWAS**

**18.12.0848**

Kepada

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**EFEKTIFITAS PENGGUNAAN AUGMENTED REALITY SEBAGAI  
BRAND AWARENESS INSTAGRAM THECREATORCOFFEE**

yang disusun dan diajukan oleh

**Andi Furqan Fayyadh Ahwas**

**18.12.0848**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 18 Desember 2023

Dosen Pembimbing,



**Ika Asti Astuti, S.Kom., M.Kom.,  
NIK. 190302391**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**EFEKTIFITAS PENGGUNAAN AUGMENTED REALITY SEBAGAI  
BRAND AWARENESS INSTAGRAM THECREATORCOFFEE**

yang disusun dan diajukan oleh

**Andi Furqan Fayyadh Ahwas**

**18.12.0848**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 18 Desember 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

Mei P Kurniawan, M.Kom  
NIK. 190302187



Tonny Hidayat, S.Kom., M.Kom., Ph.D  
NIK. 190302182



Ika Asti Astuti, S.Kom., M.Kom  
NIK. 190302391



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 18 Desember 2023

**DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER**



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

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : **Andi Furqan Fayyadh Ahwas**  
NIM : **18.12.0848**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**Efektifitas Penggunaan Augmented Reality Sebagai Brand Awareness Instagram Thecreatorcoffee**

Dosen Pembimbing : **Ika Asti Astuti, 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, 18 Desember 2023

Yang Menyatakan,



F.A.

Andi Furqan Fayyadh Ahwas

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya yang luar biasa kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efektifitas Penggunaan Augmented Reality Sebagai Brand Awareness Instagram Thecreatorcoffee” dengan lancar. Untuk rasa terimakasih saya kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pembuatan skripsi ini, maka saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat selesai pada waktunya.
2. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan dan memberi semangat serta menyediakan semua fasilitas untuk penunjang kuliah saya.
3. Universitas Amikom Yogyakarta sebagai institusi pendidikan berbasis Entrepreneurial oleh UNESCO.
4. Ibu Ika Asti Astuti, S.Kom.,M.Kom, selaku dosen pembimbing yang selalu memberi masukan serta bimbingan dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
6. M.Royhan dan Heru, yang membantu berkontribusi dalam penulisan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan pada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan berkat, dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sesuai dengan waktu yang diharapkan. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Prof, Dr, M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, S.Kom., M.Kom, selaku Deksa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Ika Asti Astuti, S.Kom.,M.Kom, selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasehat, motivasi dan berbagai pengalaman kepada peneliti.
4. Segenap Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama perkuliahan dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama perkuliahan ini.
5. Bapak dan Ibu peneliti yang telah memberikan semangat, doa, serta kesempatan studi di Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Teman – teman dan sahabat yang telah memberikan motivasi kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Andry Mahardika, selaku owner dari The Creator Coffee Roaster yang telah bersedia diwawancarai.

Yogyakarta, 16 Desember 2023

Andi Furqan Fayyadh Ahwas

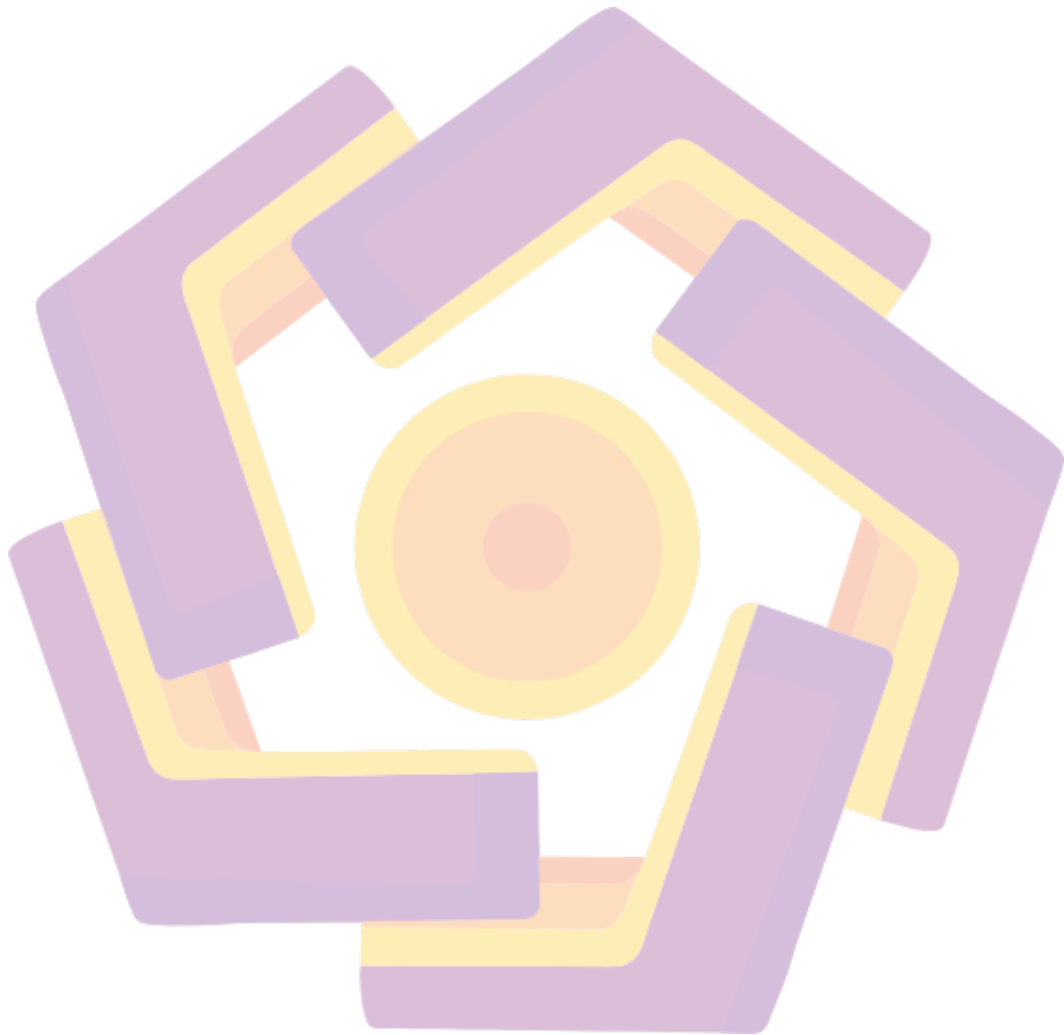
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
INTISARI .....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Studi Literatur.....	6
2.2 Augmented Reality .....	12
2.2.1 Marker.....	13
2.2.2 Markerless.....	13
2.2.3 Instagram Story.....	14
2.2.4 Spark AR.....	14
2.3 Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	15
2.3.1 Pengertian Merek .....	15
2.3.2 Pengertian Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	16
2.3.3 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Brand Awareness .....	16
2.4 UML (Unified Modeling Language) .....	18
2.4.1 Definisi UML (Unified Modeling Language).....	18
2.4.2 Use Case Diagram.....	18
2.4.3 Class Diagram.....	19



2.4.4	Activity Diagram .....	20
2.4.5	Sequence Diagram .....	21
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1	Objek Penelitian.....	22
3.1.1	Profil The Creator Coffee .....	22
3.2	Alur Penelitian .....	23
3.3	Alat dan Bahan.....	25
3.3.1	Kebutuhan Perangkat Keras.....	25
3.3.2	Kebutuhan Perangkat Lunak.....	26
3.3.3	Kebutuhan Brainware .....	26
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>27</b>
4.1	Analisis (analysis).....	27
4.1.1	Wawancara.....	27
4.1.2	Observasi.....	27
4.1.3	Analisis Kebutuhan Fungsional .....	29
4.1.4	Analisis Kebutuhan Non Fungsional .....	30
4.2	Design.....	32
4.2.1	Perancangan UML .....	32
4.2.2	Use case Diagram.....	32
4.2.3	Activity Diagram .....	33
4.2.4	Class Diagram.....	39
4.2.5	Sequence Diagram .....	39
4.2.6	Perancangan Interface.....	44
4.3	Development.....	45
4.3.1	Perancangan Aset Image 2D .....	45
4.3.2	Penyimpanan (Export) .....	49
4.3.3	Pengembangan Filter .....	52
4.3.4	Patch Editor.....	60
4.4	Implementation .....	63
4.4.1	Black Box Testing.....	63
4.4.2	Publikasi.....	67
4.5	Evaluation (Evaluasi).....	69
4.5.1	Hasil Implementasi .....	69
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
5.1	Kesimpulan .....	73
5.2	Saran .....	73

REFERENSI .....74



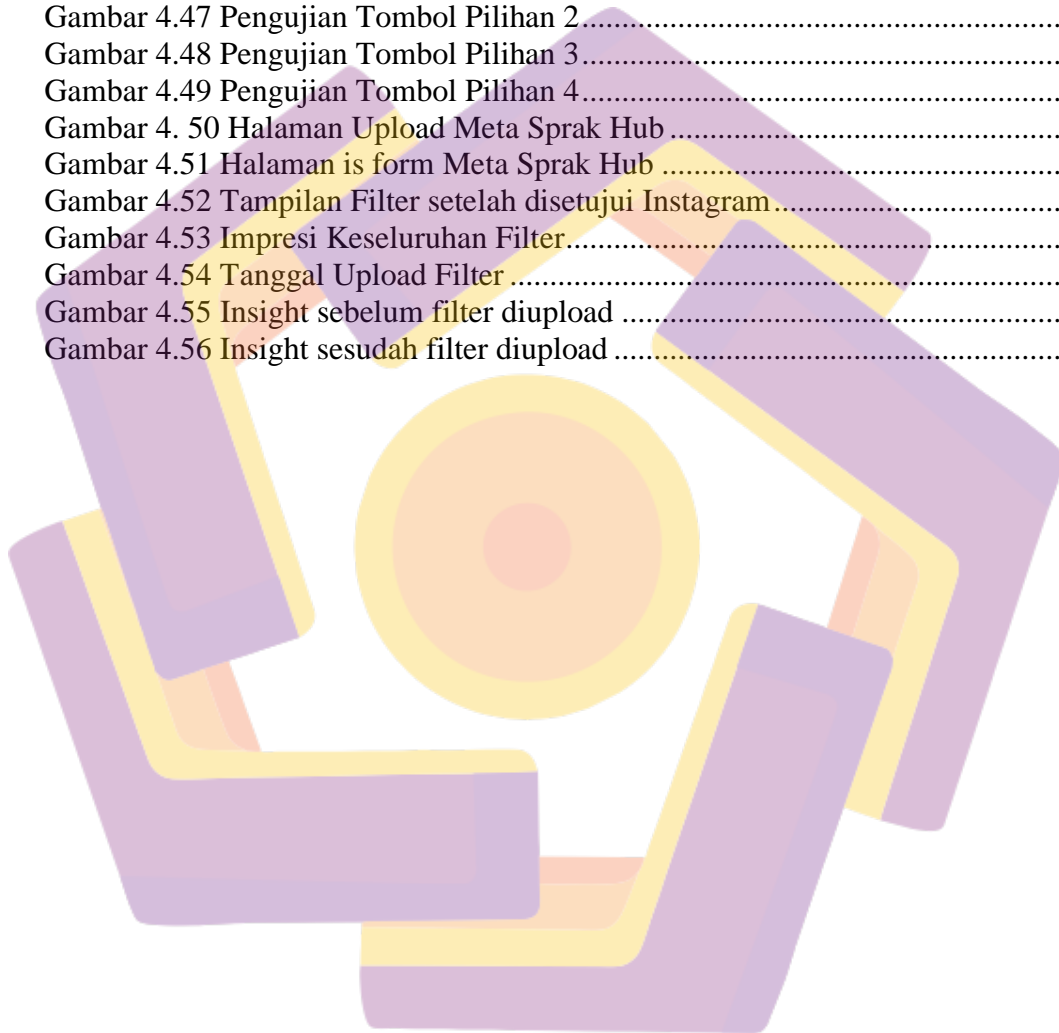
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keaslian Penelitian.....	9
Tabel 2.2 Simbol Use Case Diagram.....	18
Tabel 2.3 Simbol Class Diagram.....	19
Tabel 2.4 Simbol Activity Diagram.....	20
Tabel 2.5 Sequence Diagram.....	21
Tabel 3.1 Spesifikasi Perangkat Keras Perancangan.....	25
Tabel 3.2 Spesifikasi perangkat keras Penerapan.....	25
Tabel 3.3 Spesifikasi Perangkat Lunak perancangan.....	26
Tabel 3.4 Spesifikasi Kebutuhan Brainware.....	26
Tabel 4.1 Spesifikasi Perangkat Keras Perancangan.....	30
Tabel 4.2 Spesifikasi perangkat keras Penerapan.....	30
Tabel 4.3 Spesifikasi Perangkat Lunak perancangan.....	31
Tabel 4.4 Spesifikasi kebutuhan Brainware.....	31
Tabel 4.5 Tabel Asset.....	50
Tabel 4.6 Pengujian Black Box Testing.....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Mixed Reality (MR).....	12
Gambar 2.2 Contoh Marker .....	13
Gambar 2.3 Meta Spark Studio.....	15
Gambar 3.1 Logo The Creator Coffee .....	22
Gambar 3.2 Alur Penelitian .....	23
Gambar 4.1 Dokumentasi wawancara .....	27
Gambar 4.2 Filter Ig by @sahajidah.haio .....	28
Gambar 4.3 Filter Ig by @Castlescreate .....	28
Gambar 4.4 Filter Ig by @thedavidturk.....	29
Gambar 4.5 <i>Use case Diagram</i> .....	33
Gambar 4.6 Activity Diagram Beranda .....	34
Gambar 4.7 Activity Diagram Profil.....	35
Gambar 4.8 Activity Diagram Posting.....	36
Gambar 4.9 Activity Diagram Story .....	37
Gambar 4.10 Activity Diagram AR.....	38
Gambar 4.11 Class Diagram .....	39
Gambar 4.12 Sequence Diagram Branda.....	40
Gambar 4.13 Sequence Diagram Profile.....	41
Gambar 4.14 Sequence Diagram Posting .....	42
Gambar 4.15 Sequence Diagram Share .....	43
Gambar 4.16 Sequence Diagram AR.....	43
Gambar 4.17 Sequence Diagram Tampil Object .....	44
Gambar 4.18 Rancangan Tampil Filter.....	45
Gambar 4.19 Loading Screen Adobe Illustrator .....	46
Gambar 4.20 Tampilan awal Adobe Illustrator .....	46
Gambar 4.21 Mengatur ukuran Lembar kertas .....	47
Gambar 4.22 Halaman Kerja Baru.....	48
Gambar 4.23 Membuat Object.....	48
Gambar 4.24 Export file Png .....	49
Gambar 4.25 Membuat Baru.....	52
Gambar 4.26 Blank Object.....	53
Gambar 4.27 <i>Import assets 2D</i> .....	53
Gambar 4.28 Menambahkan Canvas .....	54
Gambar 4.29 Menambahkan <i>Rectangle</i> pada <i>Canvas</i> .....	54
Gambar 4. 30 Mengatur Ukuran Rectangle .....	55
Gambar 4.31 Menambahkan Material .....	55
Gambar 4.32 <b>Menambahkan Texture</b> .....	56
Gambar 4.33 Hasil <i>Frame</i> .....	56
Gambar 4.34 Menambahkan Particle System .....	57
Gambar 4.35 menambahkan Texture Biji Kopi .....	57
Gambar 4.36 Menambahkan cameraTexture dan SegmentationMaskTexture .....	58
Gambar 4.37 Menghilangkan Tanda Centang .....	59
Gambar 4.38 Membuat Rectangle Baru.....	59

Gambar 4.39 Hasil Efek Partikel Biji Kopi .....	60
Gambar 4.40 Menambahkan Picker UI.....	61
Gambar 4.41 Menyambungkan Texture ke Picker UI .....	61
Gambar 4.42 Memasukkan Rectangle ke Patch Editor.....	62
Gambar 4.43 Menghubungkan Equals Exactly ke Picker UI dan Rectangle.....	63
Gambar 4.44 Pengujian Menampilkan Icon Filter Instagram.....	64
Gambar 4.45 Pengujian Menampilkan Tombol Pilihan Filter.....	65
Gambar 4.46 Gambar 4.46 Pengujian Tombol Pilihan 1 .....	65
Gambar 4.47 Pengujian Tombol Pilihan 2 .....	66
Gambar 4.48 Pengujian Tombol Pilihan 3 .....	66
Gambar 4.49 Pengujian Tombol Pilihan 4 .....	67
Gambar 4. 50 Halaman Upload Meta Sprak Hub .....	68
Gambar 4.51 Halaman is form Meta Sprak Hub .....	68
Gambar 4.52 Tampilan Filter setelah disetujui Instagram.....	69
Gambar 4.53 Impresi Keseluruhan Filter.....	69
Gambar 4.54 Tanggal Upload Filter .....	70
Gambar 4.55 Insight sebelum filter diupload .....	71
Gambar 4.56 Insight sesudah filter diupload .....	71



## INTISARI

Salah satu upaya untuk meningkatkan *brand awareness* adalah dengan memanfaatkan *feed* Instagram kepada pengikut akun The Creator Coffee, namun sering terjadi kejenuhan antara pengikut karena interaksi hanya sebatas *feed* dan video saja, hal ini mendorong penulis untuk memanfaatkan fitur Instagram berbasis *Augmented Reality*, pada saat ini sedang menjadi tren di kalangan anak muda dengan tujuan untuk memperkenalkan akun thecreatorcoffee kepada pengikutnya maupun pengguna Instagram lainnya.

Penggunaan *Augmented Reality* kini juga di dukung oleh platform media sosial seperti Instagram yang menghadirkan *augmented reality* pada fitur filternya. Rancangan *augmented reality* yang tidak terbatas diciptakan oleh pengembang, namun juga bisa bersifat *user generated content* melalui aplikasi Spark AR. Rancangan tersebut dimanfaatkan oleh The Creator Coffee roastery yang berupaya meningkatkan *brand awareness* dengan memanfaatkan filter Instagram berbasis *augmented reality*.

Merek merupakan aset paling berharga bagi semua perusahaan. Selain itu merek juga menjadi pembeda produk satu dengan produk lainnya. Kesadaran (*awareness*) adalah keadaan konsumen mulai menyadari keberadaan produk tersebut.

**Kata kunci:** *Augmented Reality*, Instagram, Filter Instagram, *Brand Awareness*.

## **ABSTRACT**

*One effort to increase brand awareness is by utilizing Instagram feeds for followers of The Creator Coffee account, but boredom often occurs among followers because interaction is only limited to feeds and videos. This encourages the author to utilize the Augmented Reality-based Instagram feature, currently being became a trend among young people with the aim of introducing thecreatorcoffee account to its followers and other Instagram users.*

*The use of Augmented Reality is now also supported by social media platforms such as Instagram which presents augmented reality in its filter features. Augmented reality designs are not limited to being created by developers, but can also be user generated content via the Spark AR application. This design was utilized by The Creator Coffee roastery which seeks to increase brand awareness by utilizing augmented reality-based Instagram filters.*

*Brand is the most valuable asset for all companies. Apart from that, the brand also differentiates one product from another. Awareness is the state of consumers starting to become aware of the existence of the product.*

**Keyword:** *Augmented Reality, Instagram, Filter Instagram, Brand Awareness*

