

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Augmented Reality adalah salah satu teknologi yang menjadi isu dan tren teknologi masa kini. *Augmented Reality (AR)* adalah sebuah inovasi teknologi yang memadukan objek maya, baik berdimensi dua maupun tiga, ke dalam dunia nyata dengan cara memproyeksikan objek tersebut secara real-time. Teknologi ini menciptakan pengalaman baru di mana elemen-elemen digital dapat berinteraksi dengan lingkungan fisik sekitarnya, membawa dimensi tambahan ke dalam penglihatan dan pengalaman pengguna. Dengan AR, batas antara dunia maya dan dunia nyata semakin kabur, membuka peluang baru dalam berbagai bidang seperti hiburan, pendidikan, pemasaran, promosi dan masih banyak lagi. [1][2]

Penggunaan efek di Instagram semakin menarik dan interaktif berkat inovasi fitur dari user-generated content yang dihasilkan oleh para content creator. Kehadiran konten yang diciptakan oleh pengguna dalam dunia maya membuat efek yang dihasilkan semakin mendekati pengguna, menjadikannya lebih menarik untuk menghabiskan waktu di platform media sosial. Efek augmented reality juga digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan kreatornya, terlihat dari pemberian credit dalam penamaan efek AR di story Instagram. Credit ini kemudian telah berkembang menjadi alat pemasaran digital yang dimanfaatkan oleh berbagai sektor industri, termasuk UMKM, perusahaan swasta, pemerintahan, dan dunia pendidikan. [3]

Seiring berjalannya waktu, Instagram mulai menawarkan opsi filter yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan filter sesuai dengan preferensi penggunaannya. Dengan demikian, pengguna memiliki peluang besar untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui pembuatan filter yang unik sesuai dengan ide-ide yang diinginkan. Filter Instagram tidak hanya berperan sebagai sumber hiburan semata. Secara fakta, filter Instagram bisa dimanfaatkan oleh banyak merek terkenal, organisasi, dan bisnis sebagai alat pemasaran yang efektif, serta sebagai cara untuk meningkatkan citra merek suatu produk. penggunaan filter Instagram sangat berdampak pada dunia bisnis, karena filter Instagram memiliki sifat yang interaktif, menghibur, dan mampu menjalin hubungan yang lebih dekat antara konsumen dan produsen dengan cara yang unik dan ramah. [4]

Kesadaran merek merupakan sebuah cara bagi para pelaku bisnis agar perusahaannya dapat dikenal oleh masyarakat dan juga dapat memenangkan persaingan pasar. Brand awareness dapat ditingkatkan dengan cara yaitu memperlihatkan secara berulang-ulang atau sering bertemu secara terus menerus sampai individu tersebut merasakan hubungan yang erat atau akrab dengan merek tertentu. Brand awareness terbagi menjadi 2 menurut (Febriyan & Supriyono, 2018) yaitu brand recognition dan brand recall. Brand recognition yaitu keterampilan dari

konsumen untuk memastikan pertemuan dengan suatu merek dagang tertentu yang sebelumnya merupakan merek dagang yang sudah pernah mereka kenal. Sehingga konsumen tersebut dapat memastikan bahwa merek tersebut merupakan merek yang sudah mereka kenal sebelumnya. Kemudian brand recall kemampuan pelanggan untuk mengingat sebuah merek dagang saat menghadapi keadaan pembelian atau aspek dari produk tertentu. Brand recall berarti daya ingat pelanggan terhadap sebuah merek dagang akan muncul ketika mereka memikirkan aspek dari produk tertentu. [5]

The Creator Coffee Roaster merupakan salah satu coffee roastery yang bertempat di Yogyakarta yang berlokasi di Jalan Balirejo 1 No 11. Mujamuju, Umbulharjo, Yogyakarta. Dalam upaya untuk meningkatkan brand awareness The Creator Coffee. TheCreatorCoffee menghadapi tantangan dalam menciptakan pengalaman promosi yang lebih menarik dan unik di platform Instagram. Oleh karena itu, penggunaan teknologi AR melalui fitur Instagram Story dapat menjadi solusi yang menarik untuk mencapai tujuan tersebut. Berdasarkan Observasi dan Wawancara secara langsung dengan salah satu Owner The Crator Coffee Roaster yaitu Andry Mahardika, kendala yang dihadapi oleh The Creator Coffee Roaster adalah pengenalan *brand awareness* yang lebih luas. Salah satu cara untuk meningkatkan *brand awareness* adalah dengan memanfaatkan teknologi AR melalui fitur filter pada Instagram story sebagai pendekatan kepada pengikut akun thecreatorcoffee. Selain itu sering terjadi kejenuhan antara pengikut karena interaksi hanya sebatas *feed* Instagram baik dari foto, video, dan *story*. Hal ini yang mendorong penulis untuk memanfaatkan fitur filter Instagram berbasis *Augmented Reality* dengan membuat filter dengan konsep frame The Creator Coffee dan menambahkan efek hujan partikel biji kopi di dalam frame yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* The Creator Coffee Roaster. Filter Instagram yang diminati remaja, dapat berdampak pada pengenalan The Creator Coffee kepada warganet yang menggunakan Instagram sebagai media sosial. Kolaborasi filter Instagram berbasis *Augmented Reality* menjadi salah satu upaya dalam memberikan hiburan, sekaligus menjadi sarana promosi melalui media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang muncul berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan adalah bagaimana cara meningkatkan brand awareness pada Instagram The Creator Coffee dengan pemanfaatan filter Instagram berbasis *Augmented Reality*.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis membatasi permasalahan sebagai berikut:

1. Untuk mengakses filter harus mempunyai akun Instagram

2. Menggunakan Aplikasi *Meta Spark Studio*.
3. Membuat Design Asset menggunakan Aplikasi Adobe Illustrator.
4. Filter dibuat hanya untuk meningkatkan *brand awareness* pada The Creator Coffee.
5. Filter yang dibuat dalam penelitian ini hanya berfokus kepada fitur Instagram *stories*.
6. Konsep AR yang digunakan yaitu membuat frame dengan filter AR yang memungkinkan pengguna menambahkan logo coffee shop ke foto atau video mereka untuk membantu meningkatkan brand awareness.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian ini dibuat dengan tujuan sebagai berikut

1. Membuat filter Instagram berbasis *Augmented Reality* dengan *Meta Spark Studio* pada akun The Creator Coffee
2. Untuk mengukur *brand awareness* the creator coffee yang lebih luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi the creator coffee dapat meningkatkan brand awareness.
2. Bagi masyarakat bisa lebih mengenal produk bean kopi (biji kopi) yang diolah di the creator coffee.
3. Bagi universitas Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang *Augmented Reality*, terutama di kalangan mahasiswa jurusan Sistem Informasi untuk peneliti selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar laporan penelitian ini terstruktur dan mudah dimengerti maka dibuat sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya, yaitu sebagai berikut.

BAB I Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah,

BAB II TINJAUAN PUSTAKA,

Bab ini berisikan tentang teori yang berkaitan dengan penelitian, yang akan menjadi rujukan penelitian dalam pembuatan filter.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan penjelasan metode-metode yang digunakan penulis dalam melakukan perancangan, pengumpulan data, penelitian, dan pengujian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN,

Pada bab ini berisikan tentang implementasi dan pembahasan.

BAB V PENUTUP,

Bab ini adalah bab terakhir yang berisikan kesimpulan dan saran

