

**PENGEMBANGAN AUGMENTED REALITY UNTUK MEDIA PROMOSI
PAKAIAN CURVA SUD SHOP MENGGUNAKAN FILTER INSTAGRAM**

SKRIPSI



disusun oleh

YB.PRASETYO EKO NUGROHO

18.11.2479

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2022

**PENGEMBANGAN AUGMENTED REALITY UNTUK MEDIA PROMOSI
PAKAIAN CURVA SUD SHOP MENGGUNAKAN FILTER INSTAGRAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Informatika



disusun oleh

YB.PRASETYO EKO NUGROHO

18.11.2479

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2022

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGEMBANGAN AUGMENTED REALITY UNTUK MEDIA PROMOSI
PAKAIAN CURVA SUD SHOP MENGGUNAKAN FILTER INSTAGRAM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

YB.Prasetyo Eko Nugroho

18.11.2479

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 20 Juni 2022

Dosen Pembimbing,

Eli Pujastuti, M.Kom

NIK. 190302227

PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGEMBANGAN AUGMENTED REALITY UNTUK MEDIA PROMOSI PAKAIAN CURVA SUD SHOP MENGGUNAKAN FILTER INSTAGRAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh

YB.Prasetyo Eko Nugroho

18.11.2479

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 20 Juni 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Hendra Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302244

M. Nuraminudin, M.Kom

NIK. 190302408

Eli Pujastuti, M.Kom

NIK. 190302227

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 20 Juli 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

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

NIK. 190302096

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 18 Juli 2022

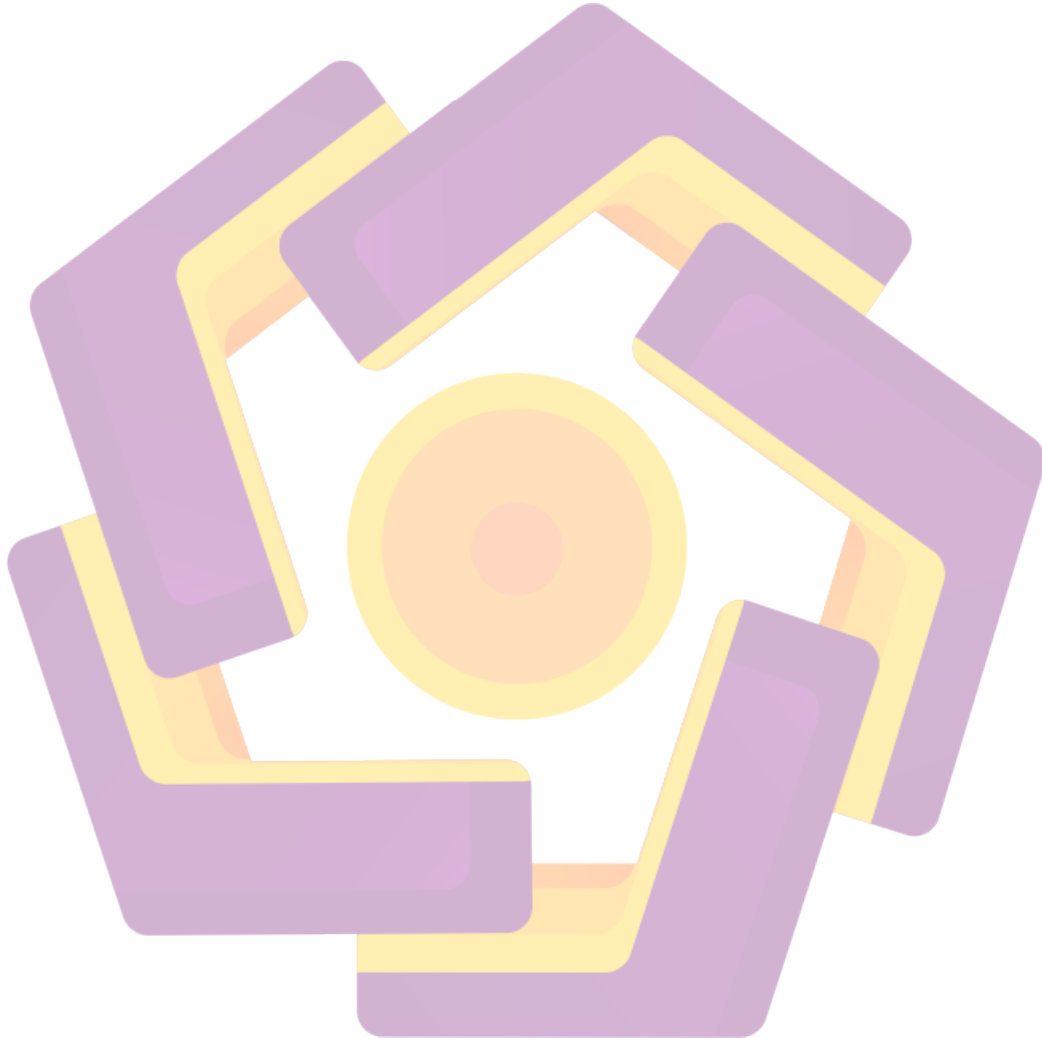


YB.Prasetyo Eko Nugroho

NIM. 18.11.2479

MOTTO

1. Apa yang kamu tanam, itu yang kamu tuai.
2. Kegagalan adalah keberhasilan yang tertunda.



PERSEMBAHAN

Saya mempersembahkan skripsi ini kepada semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pembuatan skripsi.

1. Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan segala nikmat dan kasih sayangnya sampai sejauh ini.
2. Kedua orang tua saya, adik saya dan keluarga besar, yang selalu mendoakan dan selalu menyemangati.
3. Ibu Eli Pujastuti, M. Kom yang telah membimbing saya dari awal sampai akhir pembuatan skripsi.
4. Dosen-dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu selama kuliah.
5. Teman-teman kelas IF10 2018 yang selalu menemani perkuliahan, mendukung dan memberikan semangat sampai saat ini. Semoga kita selalu bahagia dan menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
6. Teman-teman campusboys1976 yang telah mensupport saya.
7. Gabriella Sherlynda Paramitha yang telah menjadi penyemangan dan teman berkeluh kesah dalam pembuatan skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan naskah skripsi yang tidak dapat ditulis satu-persatu.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kekuatan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul PENGEMBANGAN AUGMENTED REALITY UNTUK MEDIA PROMOSI PAKAIAN CURVA SUD SHOP MENGGUNAKAN FILTER INSTAGRAM.

Skripsi ini saya buat guna menyelesaikan studi jenjang Strata Satu (S1) pada program studi Informatika fakultas Ilmu Komputer Universitas AMIKOM Yogyakarta. Dengan selesainya skripsi ini, maka pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Eli Pujastuti, M. Kom. selaku dosen pembimbing yang selalu bijaksana memberikan bimbingan, nasehat serta waktunya selama penulisan skripsi ini.
4. Kedua orang tua saya yang telah mendoakan, mendukung dan memberikan semangat kepada saya.
5. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga Tuhan memberikan balasan yang lebih kepada semua yang telah membantu. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun diterima dengan senang hati dan rasa terima kasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya dan kita semua.

Yogyakarta, 18 Juli 2022



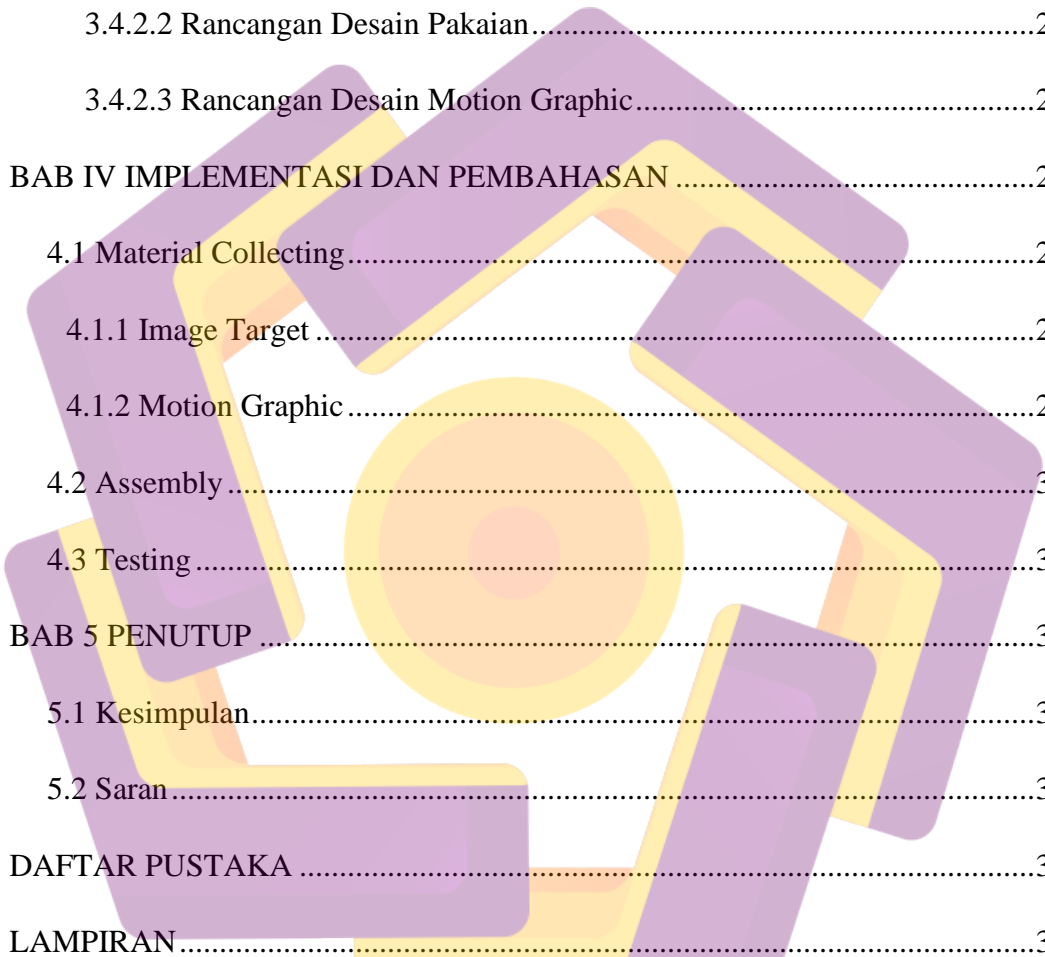
YB. Prasetyo Eko Nugroho

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.5.1 Bagi Amikom.....	3

1.5.2 Bagi Penulis	3
1.5.3 Bagi Pembaca.....	3
1.5.4 Bagi Objek Penelitian	3
1.6 Sistematika Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Tinjauan Pustaka	5
2.2 Dasar Teori	7
2.2.1 Augmented Reality	7
2.2.1.1 Definisi Augmented Reality	7
2.2.1.2 Jenis-jenis Augmented Reality	7
2.2.1.3 Perkembangan Augmented Reality	10
2.2.2 Instagram.....	11
2.2.2.1 Fitur Filter Instagram.....	11
2.2.3 Media Promosi	12
2.2.4 Spark AR Studio	12
2.2.5 Adobe After Effects	13
2.2.6 Metode MDLC.....	15
2.2.6.1 Concept (Pengonsepan)	16
2.2.6.2 Design (Perancangan).....	16
2.2.6.3 Material Collecting (Pengumpulan Bahan)	16
2.2.6.4 Assembly (Pembuatan).....	17

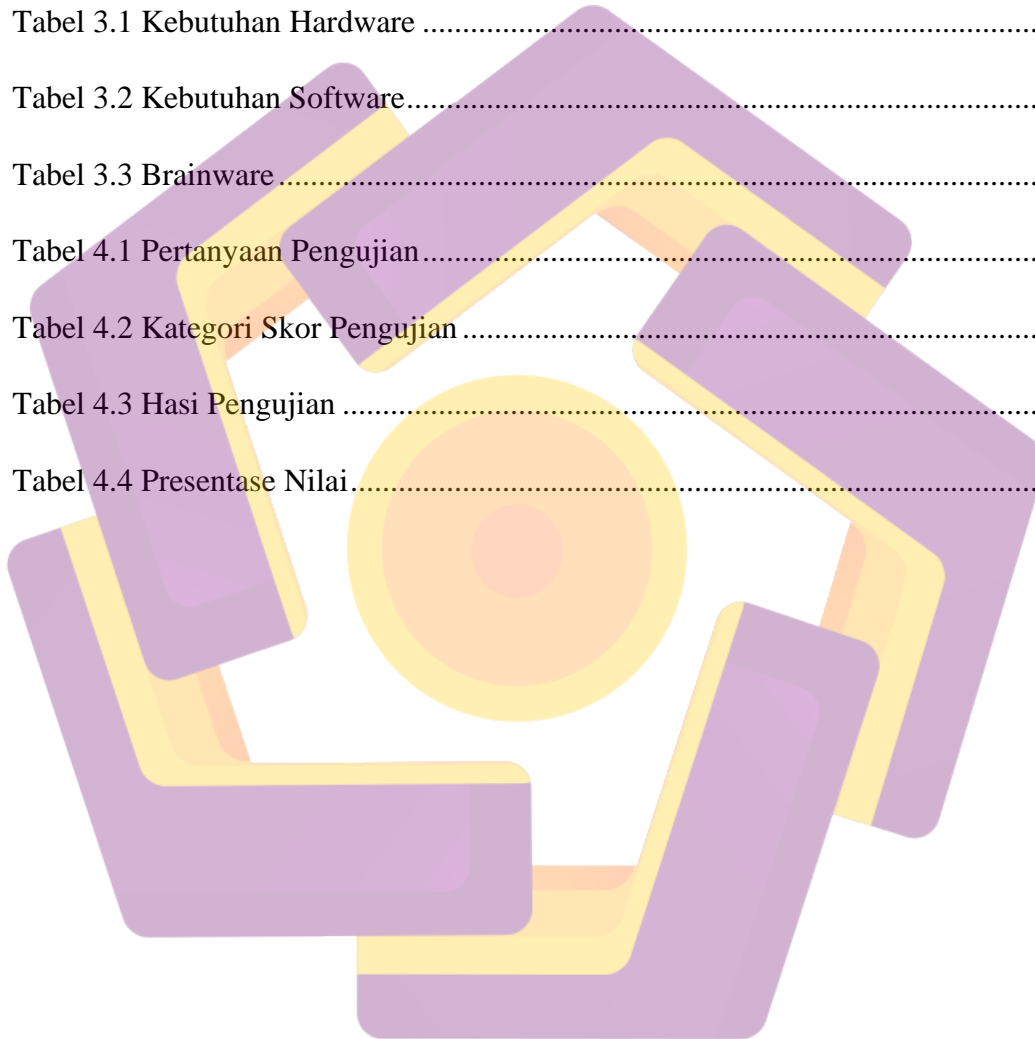
2.2.6.5 Testing (Pengujian).....	17
2.2.6.6 Distribution (Pendistribusian).....	17
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN	18
3.1 Tinjauan Umum.....	18
3.1.1 Deskripsi Singkat Mengenai Curva Sud Shop.....	18
3.1.2 Profil Curva Sud Shop	18
3.1.3 Visi dan Misi Curva Sud Shop.....	18
3.1.3.1 Visi.....	18
3.1.3.2 Misi.....	18
3.2 Pengumpulan Data	19
3.2.1 Metode Observasi	19
3.2.2 Metode Wawancara.....	20
3.3 Analisis.....	21
3.3.1 Identifikasi Masalah.....	21
3.3.2 Kebutuhan Fungsional	21
3.3.3 Kebutuhan Non Fungsional	22
3.3.3.1 Kebutuhan Perangkat Keras	22
3.3.3.2 Kebutuhan Perangkat Lunak	22
3.3.3.3 Kebutuhan Sumber Daya Manusia (Brainware).....	23
3.4 Metode Perancangan	24
3.4.1 Concept	24



3.4.1.1 Flowchart.....	24
3.4.2 Design.....	25
3.4.2.1 Rancangan Desain Image Target.....	25
3.4.2.2 Rancangan Desain Pakaian.....	25
3.4.2.3 Rancangan Desain Motion Graphic.....	26
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Material Collecting.....	27
4.1.1 Image Target.....	27
4.1.2 Motion Graphic.....	28
4.2 Assembly.....	30
4.3 Testing.....	32
BAB 5 PENUTUP	35
5.1 Kesimpulan.....	35
5.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN.....	39

DAFTAR TABEL

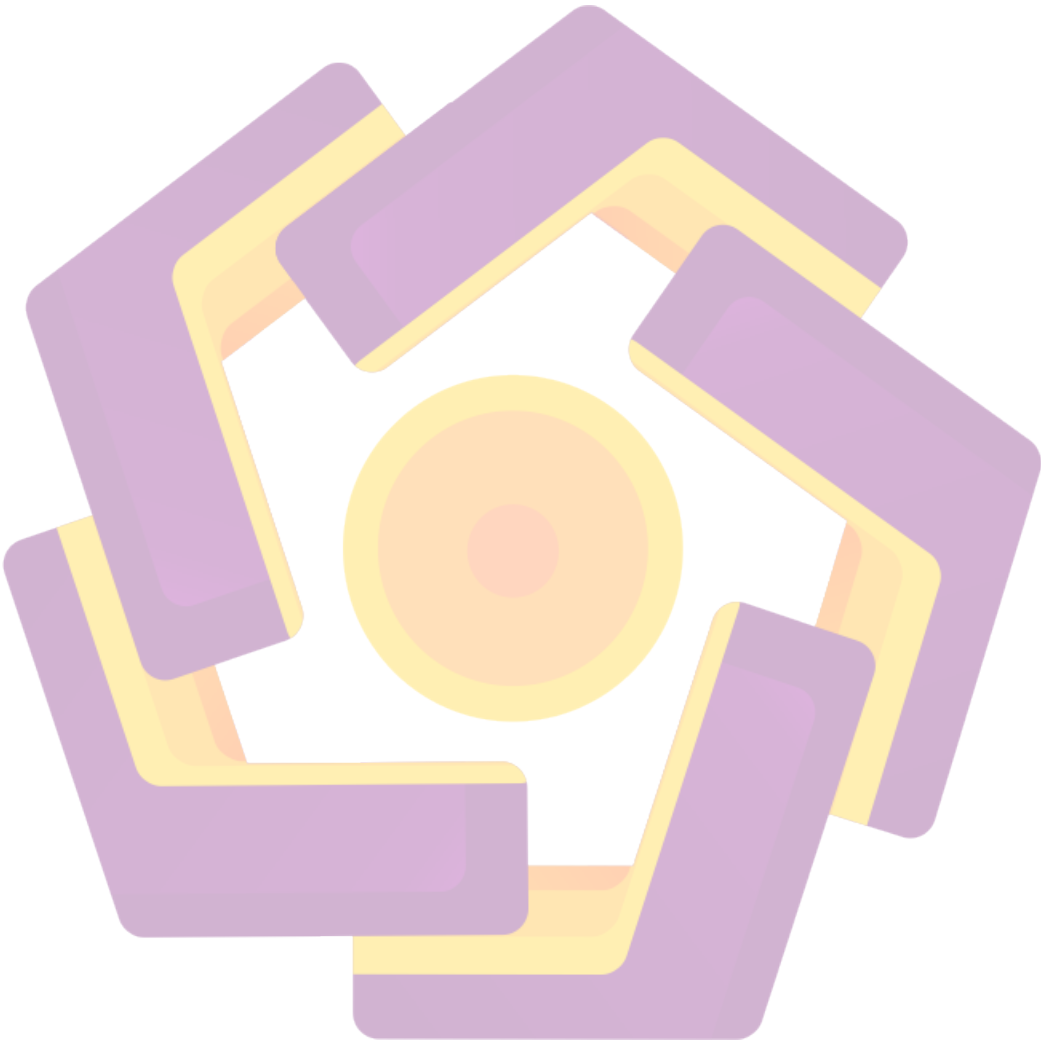
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian.....	6
Tabel 2.2 Tools After Effects.....	14
Tabel 3.1 Kebutuhan Hardware	22
Tabel 3.2 Kebutuhan Software.....	22
Tabel 3.3 Brainware	23
Tabel 4.1 Pertanyaan Pengujian.....	32
Tabel 4.2 Kategori Skor Pengujian.....	33
Tabel 4.3 Hasil Pengujian	33
Tabel 4.4 Presentase Nilai.....	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Marker AR.....	8
Gambar 2.2 Markerless AR.....	8
Gambar 2.3 projection Based AR	9
Gambar 2.4 Superimposition Based AR	9
Gambar 2.5 Metode MDLC	15
Gambar 3.1 Akun Instagram cs_shop1976	19
Gambar 3.2 Akun Instagram cs_shop.catalog.....	20
Gambar 3.3 Flowchart.....	25
Gambar 3.4 Rancangan Desain Image Target.....	25
Gambar 3.5 Rancangan Desain Pakaian	26
Gambar 3.6 Rancangan Desain Motion Graphic	26
Gambar 4.1 Memasukkan Text.....	27
Gambar 4.2 Memberikan Texture	28
Gambar 4.3 Memasukkan Solid Object	28
Gambar 4.4 Menentukan Hologram Area.....	29
Gambar 4.5 Mengatur Rotation Effect.....	29
Gambar 4.6 Memasukkan Gambar	30
Gambar 4.7 Render Setting	30
Gambar 4.8 target Setting	31
Gambar 4.9 Memasukkan Marker.....	31

Gambar 4.10 Memasukkan Motion graphic32



INTISARI

Di masa sekarang instagram telah menjadi populer di kalangan masyarakat. Yang sebelumnya merupakan media sosial kini penggunaannya telah berevolusi menjadi salah satu media promosi. Sebagai media promosi banyak fitur yang telah disediakan instagram sehingga dapat mempermudah penjual mempromosikan produknya. Salah satu fitur tersebut adalah filter yang bertujuan sebagai media interaktif untuk memperindah sebuah foto atau video. Pemanfaatan filter ini juga dapat menggunakan augmented reality.

Augmented reality merupakan suatu teknologi yang menggabungkan benda maya dua dimensi dan ataupun tiga dimensi lalu memproyeksikan benda-benda maya tersebut dalam waktu nyata. Dengan mulai populernya augmented reality kini telah diaplikasikan dalam berbagai bidang seperti, kesehatan, industri manufaktur, militer, dan bisnis. Augmented reality juga telah diaplikasikan dalam perangkat-perangkat yang digunakan oleh orang banyak, seperti telepon genggam. Instagram sebagai salah satu perangkat lunak telah banyak memanfaatkan augmented reality, termasuk dalam bidang promosi.

Dalam pengembangan media promosi, penulis menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) yang terdiri dari 6 tahapan, yaitu: *Concept* (menentukan ide), *Design* (membuat gambaran dari ide tersebut), *Material Collecting* (mengumpulkan bahan-bahan untuk mengeksekusi ide tersebut), *Assembly* (tahap pengerjaan ide tersebut), *Testing* (mengidentifikasi ketidaksesuaian hasil sebuah sistem informasi dengan hasil yang diharapkan), *Distribution* (menyalurkan hasil produksi dari produsen yang membuatnya kepada konsumen). Pengembangan media promosi ini menggunakan perangkat lunak *after effects* untuk membuat *motion graphic* yang kemudian diinputkan pada perangkat lunak *spark ar* untuk menjadikan filter pada Instagram.

Kata Kunci: Augmented Reality, Media Promosi, Filter Instagram, Curva Sud Shop

ABSTRACT

Nowadays, Instagram has become popular among people. What was previously a social media, now its use has evolved into a promotional media. As a promotional medium, Instagram has provided many features so that it can make it easier for sellers to promote their products. One of these features is a filter that aims as an interactive medium to beautify a photo or video. Utilization of this filter can also use augmented reality.

Augmented reality is a technology that combines two-dimensional and or three-dimensional virtual objects and then projects these virtual objects in real time. With the popularity of augmented reality, it has now been applied in various fields such as health, manufacturing industry, military, and business. Augmented reality has also been applied in devices used by many people, such as mobile phones. Instagram as one of the software has made a lot of use of augmented reality, including in the field of promotion.

In developing promotional media, the author uses the MDLC (Multimedia Development Life Cycle) method which consists of 6 stages, namely: Concept (determining the idea), Design (making a picture of the idea), Material Collecting (collecting materials to execute the idea), Assembly (the stage of working on the idea), Testing (identifying the discrepancy of the results of an information system with the expected results), Distribution (distributing the results of production from producers who make them to consumers). The development of this promotional media uses after effects software to create motion graphics which are then inputted into the spark ar software to make filters on Instagram.

Keywords: Augmented Reality, Promotion Media, Instagram Filters, Curva Sud Shop