

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Instagram merupakan *platform* media sosial yang memungkinkan penggunanya berbagi konten fotografi, kini menjadi salah satu *platform* media sosial paling populer di dunia. Hingga kuartal I-2021, jumlah pengguna aktif Instagram di seluruh dunia telah mencapai 1,07 miliar, Indonesia dengan 93 juta pengguna berada pada peringkat ke empat pengguna Instagram terbanyak di dunia setelah India, Amerika Serikat, dan Brazil [1]. Hal ini mendorong Instagram melakukan pengembangan guna menjaga penggunanya agar tetap menggunakan Instagram. Salah satu pengembangan yang dilakukan Instagram dengan menambahkan fitur filter pada Instagram Story. Dalam penerapannya filter ini menggunakan teknologi *Augmented Reality* (AR).

AR merupakan sub bagian penting dari *virtual reality* (VR) [2]. Dimana VR oleh Jonathan Steuer didefinisikan sebagai lingkungan nyata atau simulasi yang mana penerima mengalami pengalaman *telepresence* [3]. AR merupakan teknologi yang menggabungkan VR dengan realitas [4]. AR menggabungkan benda maya dua dimensi dan tiga dimensi ke dalam sebuah lingkungan nyata tiga dimensi, kemudian memproyeksikan benda-benda maya tersebut dalam waktu nyata [5].

Istilah AR pertama kali diperkenalkan oleh Morton Heilig, seorang cinematographer pada tahun 1950an [6]. Seiring berjalannya waktu pertumbuhan dan perkembangan AR, kini sudah digunakan di berbagai bidang dalam kehidupan kita dengan cara yang nyata dan menarik seperti hiburan, pariwisata, berita, desain, perdagangan elektronik, bisnis, olahraga, pendidikan dan promosi [4] [6].

Saat ini, banyak perusahaan telah berinvestasi pada teknologi AR-VR [3]. Penerapannya pada bisnis mempunyai dampak agar dapat bersaing dengan

kompetitor [7]. Dalam dunia bisnis penggunaan teknologi AR dapat membantu dalam berbagai bidang, seperti manufaktur dan marketing. Setiap perusahaan akan melakukan yang terbaik dengan berbagai cara agar mendapatkan pelanggan. Demikian juga halnya Curva Sud Shop (CSS) sebagai tempat studi kasus penelitian ini merupakan merek dagang pakaian. Dengan teknologi AR penjual dapat memproyeksikan desain pada pakaian dalam bentuk maya dengan lingkungan nyata untuk memberikan nilai jual lebih pada produknya yang secara tidak langsung dapat menjadi sarana promosi untuk meningkatkan penjualan.

Terutama di masa pandemi Covid-19 yang membuat perekonomian di Indonesia berjalan tidak stabil. Hampir seluruh sektor usaha terkena dampak dari pandemi Covid-19, termasuk industri olahraga. CSS sebagai merek dagang pakaian atribut sepak bola sangat merasakan imbasnya. Dengan diberhentikannya kompetisi sepakbola, kebutuhan akan atribut menurun drastis. Hal ini yang mendorong CSS melakukan pengembangan dalam media promosi menggunakan AR.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis mengangkat permasalahan tersebut kedalam penulisan dengan judul "Pengembangan Augmented Reality Untuk Media Promosi Pakaian Curva Sud Shop Menggunakan Filter Instagram (Studi Kasus: Curva Sud Shop)", dengan harapan dapat menjadi media promosi yang mampu membantu meningkatkan penjualan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan dipecahkan yaitu, "Bagaimana Membuat Filter Instagram Menggunakan Augmented Reality Sebagai Media Promosi".

1.3 Batasan Masalah

Dalam penyusunan laporan ini, agar pembahasan tidak melebar dan untuk memudahkan dalam penyelesaian nantinya maka akan dibatasi pada beberapa hal berikut ini:

1. Peneliti hanya fokus pada perancangan dan pembuatan filter instagram.
2. Desain pakaian digunakan sebagai marker.
3. Dapat memunculkan pesan dari desain pakaian dalam bentuk 2D maupun 3D disertai efek suara.
4. Pembuatan filter instagram menggunakan software Adobe Illustrator, Adobe After Effect, Adobe Audition, Spark AR Studio.
5. Filter instagram ini hanya digunakan menggunakan aplikasi instagram.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penyusunan penelitian ini adalah:

1. Membuat filter instagram menggunakan augmented reality sebagai sarana promosi.
2. Membantu memvisualkan pesan dari desain pada pakaian secara interaktif dan menarik menggunakan augmented reality.
3. Menerapkan ilmu yang didapat selama studi di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Amikom

1. Sebagai bahan evaluasi untuk mahasiswa.
2. Menjadi karya ilmiah yang berguna nantinya bagi amikom dan mahasiswa yang akan mengerjakan karya ilmiah dengan pengambilan tema yang sama.

1.5.2 Bagi Penulis

1. Menyampaikan imajinasi penulis ke dalam augmented reality agar menjadi sarana promosi.
2. Menerapkan disiplin ilmu yang didapat di bangku kuliah sehingga dapat diterapkan di lapangan.

1.5.3 Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan referensi dalam pembuatan karya augmented reality.

1.5.4 Bagi Objek Penelitian

1. Filter Instagram ini diharapkan dapat menjadi sarana promosi yang dapat menggaet konsumen baru.
2. Meningkatkan keuntungan dengan cara promosi yang berbeda dengan kompetitor.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam menyusun laporan penelitian ini maka peneliti menggunakan sistematika penulisan secara sederhana yang terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metodologi Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori sebagai dasar penulisan yang mendasari perancangan serta pembuatan media pembelajaran.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang teknik analisis dan perancangan desain yang digunakan dalam membangun sistem.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan perancangan, pembuatan serta implementasinya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran keseluruhan pembahasan dari bab-bab sebelumnya. Kesimpulan merupakan jawaban yang menjadi pokok permasalahan dari rumusan masalah. Dan saran yang diberikan merupakan harapan untuk pengembangan serta penyempurnaan dari hasil penulisan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi-referensi yang telah digunakan selama pembuatan laporan skripsi ini sebagai acuan yang mendukung.

LAMPIRAN