

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Jumlah populasi negara Indonesia sebanyak 274,9 juta orang, sebanyak 170 juta orang atau sekitar 61,8 persen diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial. Rata-rata waktu penggunaan media sosial yaitu 3 jam 15 menit per hari. Jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat sangat beragam, di antara banyaknya jenis media sosial tersebut, media sosial yang diminati orang Indonesia saat ini diantaranya Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook dan Twitter. Pengguna media sosial Instagram sebanyak 85 juta [1].

Saat ini, Instagram tidak hanya digunakan untuk kebutuhan hiburan. Instagram menjadi media sosial populer, tetapi juga media sosial yang menawarkan peluang besar untuk kegiatan bisnis. Para pelaku bisnis membutuhkan media pemasaran yang efektif untuk memperluas pangsa pasarnya. Media Sosial sebagai media promosi [2].

Spark AR adalah platform teknologi oleh Facebook Group yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan desain interaktif berupa filter yang diakses melalui fitur story baik di media sosial Instagram maupun Facebook. Platform Spark AR menggunakan teknologi Augmented Reality yang memiliki user-interface sederhana dan diciptakan untuk para creator yang ingin menciptakan karya yang interaktif dengan mudah. Output Product dari Spark AR berupa desain interaktif yang didominasi oleh kreasi yang memainkan fitur preset yang mengubah tone warna dari suatu video maupun foto, serta menghasilkan desain interaktif yang merespons wajah manusia untuk diberikan dekorasi kepala, leher, maupun permukaan kulit pada wajah.

Penggunaan filter media sosial Instagram didominasi oleh anak muda yang senang menceritakan kembali kegiatan sehari-hari mereka melalui cerita yang merupakan pesan sementara. Karena efeknya sangat menarik bagi anak muda, maka fungsi filter lebih sering digunakan pada platform media sosial Instagram. Penggunaan filter pada platform Instagram menjadi semakin digemari karena ruang ekspresinya yang bersifat interaktif sehingga dapat memberikan kesenangan bagi para penggunanya.

Penggunaan filter di media sosial Instagram semakin interaktif dengan kreatifitas fitur yang ditawarkan oleh user generated content yang dihasilkan oleh content creator yang menampilkan karyanya. Kehadiran konten yang dibuat pengguna di ruang virtual membuat efek dibuat lebih dekat dengan pengguna, membuatnya semakin menarik untuk fokus pada penggunaan media sosial. Selain itu, desain interaktif dalam bentuk efek augmented reality juga digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan nama creator. Hal ini dibuktikan dengan credit yang terdapat pada penamaan efek AR dalam sebuah story. Credit diberikan kepada filter Instagram yang kemudian berkembang menjadi media promosi digital yang digunakan oleh berbagai sektor industri, seperti UMKM, sektor swasta, pemerintah dan pendidikan [3].

The Workers Coffee merupakan sebuah kedai kopi yang berada di Klitren, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, DIY. Saat ini strategi dalam perluasan merek yang dapat ditawarkan The Workers Coffee adalah dengan memanfaatkan media sosial yang hanya terbatas pada postingan feed maupun story berupa foto dan video yang dibagikan melalui media sosial Instagram. Hal ini mendorong inovasi strategi dengan menciptakan produk interaktif berbasis Augmented Reality dengan output sebuah filter pada media sosial Instagram. Dapat memberikan kesan yang menarik karena efek interaktif.

Berdasarkan paragraf diatas penulis berkeinginan untuk memanfaatkan teknologi Augmented Reality pada filter instagram sebagai media promosi The Workers Coffee yang memberi kesan menarik karena efek interaktif. Filter Instagram yang diminati remaja, dapat berdampak pada pengenalan cafe kepada warganet yang menggunakan Instagram sebagai media sosial. Perancangan filter Instagram yang bertujuan untuk menjadi sarana promosi cafe melalui media sosial Instagram.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka didapatkan rumusan masalahnya adalah bagaimana mengimplementasikan augmented reality pada filter instagram dengan teknik tracking sebagai media promosi The Workers Coffee?

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. Untuk mengakses filter harus mempunyai akun Instagram yang diakses via smartphone, membutuhkan koneksi internet.
2. Filter Instagram menggunakan teknik target tracking dan face tracking.
3. Untuk filter kamera belakang target trackingnya logo The Workers Coffee berwarna putih, outputnya berbentuk motion logo. Sedangkan kamera depan berupa face decoration.
4. Motion logo dibuat dengan Adobe After Effect CC 2018.
5. Filter instagram dibuat dengan Spark AR Studio v139.
6. Filter yang dibuat dalam penelitian ini hanya berfokus kepada fitur Instagram stories.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Dengan mengacu pada rumusan masalah maka tujuan yang hendak dicapai di dalam penelitian ini adalah membuat sebuah filter instagram yang memanfaatkan teknologi Augmented Reality dengan teknik tracking

pada The Workers Coffee sebagai media promosi untuk meningkatkan brand awareness.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

Menambah sumber pengetahuan mengenai pengembangan media promosi interaktif berbasis augmented reality dengan output filter instagram.

#### **1.5.2. Manfaat Praktis**

Filter Instagram ini diharapkan dapat meningkatkan brand awareness The Workers Coffee. perancangan filter Instagram untuk memberikan hiburan, sekaligus menjadi sarana promosi cafe melalui media sosial.

### **1.6. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan akan dijabarkan penulis dibawah ini meliputi beberapa metode sebagai berikut :

#### **1.6.1. Metode Pengumpulan Data**

##### **1.6.1.1. Metode Observasi**

Peneliti melakukan observasi secara langsung ke The Workers Coffee untuk mengetahui gambaran umum tempat tersebut serta mengamati media promosi yang digunakan.

##### **1.6.1.2. Metode Wawancara**

Wawancara dilakukan secara langsung terhadap pemilik cafe. Teknik wawancara ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum cafe dan media yang digunakan untuk mempromosikan.

#### **1.6.2. Metode Analisis**

Metode yang digunakan adalah metode analisis kebutuhan fungsional dan non fungsional. Metode analisis kebutuhan fungsional adalah jenis kebutuhan yang berisi proses-proses pada apa saja yang

nantinya dilakukan oleh sistem. Dalam analisis kebutuhan non fungsional membahas tentang kebutuhan software dan hardware yang digunakan dalam penelitian ini.

### 1.6.3. Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam pengembangan filter instagram ini adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Metode tersebut terdiri dari enam tahap, yaitu Konsep (concept), Desain (design), Pengumpulan materi (material collecting), Pembuatan (assembly), Pengujian (testing), dan Distribusi (distribution).

Keenam tahap ini tidak harus berurutan dalam praktiknya, tahap-tahap tersebut dapat saling bertukar posisi. Meskipun begitu, tahap concept (pengonsepan) memang harus menjadi hal yang pertama kali dikerjakan.

#### 1. Konsep (concept)

Tahap untuk menentukan ide atau lihat referensi, tujuan dan siapa pengguna program (identifikasi audience). Selain itu menentukan macam aplikasi (presentasi, interaktif, dll) dan tujuan aplikasi (hiburan, promosi dll.)

#### 2. Desain (design)

Tahap membuat spesifikasi mengenai gaya, tampilan dan kebutuhan material/bahan untuk program.

#### 3. Pengumpulan materi (material collecting)

Tahap dimana pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan dilakukan.

#### 4. Pembuatan (assembly)

Tahap dimana semua assets atau bahan multimedia dibuat di ruang kerja Spark AR Studio.

#### 5. Pengujian (testing)

Testing dilakukan setelah selesai tahap pembuatan (assembly) dengan menjalankan aplikasi atau program dan dilihat apakah ada

kesalahan atau tidak. Tahap ini disebut juga sebagai tahap pengujian alpha (alpha test) dimana pengujian dilakukan oleh pembuat atau lingkungan pembuatnya sendiri.

#### 6. Distribusi (distribution)

Pada tahapan ini, filter yang telah selesai diuji dan dinyatakan baik sesuai dengan tujuan pembuatan, akan di publikasikan ke instaragram melalui SparkAR hub.

#### 1.6.4. Metode Evaluasi

Untuk mengetahui apakah filter instagram meningkatkan brand awareness The Workers Coffee adalah dilihat dari data pengujian usability dan data penggunaan filter Instagram.

### 1.7. Sistematika penulisan

Dalam penyusunan skripsi, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tinjauan pustaka, dasar-dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini.

#### BAB III METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, analisis kebutuhan serta penjelasan konsep filter Instagram yang terdiri dari rancangan yang akan diterapkan dalam pembuatan filter Instagram untuk The Workers Coffee.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari implementasi dari pembuatan filter Instagram dan serta pembahasan hasil penelitian.

#### BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan.