

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Di dalam dunia iklan memiliki beberapa media diantaranya media cetak dan media elektronik. Dari beberapa media iklan yang dipakai saat ini orang lebih tertarik menggunakan media elektronik seperti televisi, radio, internet dan sebagainya. Sedangkan iklan dengan media cetak kurang begitu menarik konsumen, mungkin konsumen kurang tertarik dari media cetak dikarenakan konsumen tidak bisa melihat langsung produk yang diiklankan (Riyans Wahyu Eko Agung Setyawan, 2018).

Sedangkan kelebihan dari media elektronik daripada media cetak diantaranya dari segi waktu, media elektronik cepat dalam menyebarkan berita ke masyarakat. Media iklan yang menggunakan media elektronik memudahkan para konsumen dalam memahami dikarenakan media elektroik memiliki audio visual.

Seiring berkembangnya zaman hubungan manusia dengan teknologi tidak bisa dipisahkan. Hal tersebut dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari manusia yang selalu menggunakan teknologi untuk mempermudah dalam melakukan suatu kegiatan. Contohnya untuk berhubungan dengan orang yang jauh kita tidak memerlukan surat lagi untuk melakukannya, hanya dengan *smartphone* sekarang orang yang jauh bisa dengan mudah dihubungi kapanpun dan di manapun. Seiring kemajuan teknologi pada saat ini muncul teknologi yang disebut *augmented reality* (AR) merupakan teknologi dunia virtual dua dimensi ataupun tiga dimensi yang menggabungkan dengan dunia nyata secara *realtime* (Alfi Syahrin, Meyti Eka Apriyani, Sandi Prasetyaningsih, 2016). Sehingga seperti tidak ada batas antara dunia nyata maupun dunia virtual. Dalam memunculkan sebuah objek AR memerlukan *marker* atau penanda.

Teknologi *augmented reality* juga dapat disisipkan sebuah informasi tertentu dari dunia maya dan ditampilkan secara langsung ke dunia nyata dalam bentuk dua dimensi ataupun dalam bentuk tiga dimensi secara *realtime*. Untuk menampilkan objek tersebut dibutuhkan *smartphone* atau *webcam* yang terhubung dalam komputer.

Kelebihan dari *augmented reality* adalah pengembangan yang mudah dan murah sehingga *augmented reality* merambak ke seluruh bidang dengan cepat.

Kelebihan lain dari *augmented reality* yaitu dapat diimplementasikan secara luas dalam berbagai media, seperti *smartphone* dengan teknologi *system* android ataupun IOS, dengan secara bebas (*open source*) dapat dikembangkan aplikasinya oleh siapa saja (Rians, 2018). Dan jika dibandingkan dengan *virtual reality* pengembangan dari *augmented reality* mudah dan juga termasuk murah. Selain itu kelebihan dari *augmented reality* implementasinya lebih luas di berbagai media. *Augmented reality* dapat diimplementasikan sebagai aplikasi *smartphone*, *console game*, bahkan di media cetak.

Penggunaan media *augmented reality* dalam dunia periklanan bertujuan untuk memberikan pengalaman berbeda bagi para konsumen dalam melihat suatu produk dan menilai produk yang ditawarkan. Oleh karena itu peran animasi dalam media iklan sangat diperlukan. Penggunaan *augmented reality* dalam media iklan penjualan produk tembakau akan lebih efektif dan lebih efisien dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen. Prosesnya dilakukan dengan cara memunculkan objek 3D. Dengan begitu penjual lebih mudah memberikan informasi produk yang dijual. Dengan penggunaan *augmented reality* diharapkan konsumen lebih tertarik membeli produk tembakau tersebut.

Penelitian ini didasari oleh kesulitan dari penjual tembakau yang ingin memberikan sebuah iklan yang menarik para konsumen agar para konsumen tertarik dan membeli produk yang ditawarkan. Sedangkan dalam pembuatan iklan dari media elektronik maupun cetak harus mengeluarkan tidak sedikit uang sedangkan pemasaran sendiri sudah mencapai lingkup Ponorogo dan sekitarnya seperti Madiun, Pacitan, Wonogiri. Berdasarkan hal tersebut sentuhan teknologi *augmented reality* untuk memberikan ilustrasi yang lebih jelas dalam iklan produk. Hal ini yang melandasi peneliti untuk membuat iklan yang menarik konsumen dan lebih hemat dalam biaya dengan menggunakan teknologi *augmented reality*.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berikut beberapa rumusan masalah dari penelitian yang akan dilaksanakan, yaitu:

1. Bagaimana cara mengimplementasikan *augmented reality* dalam video *advertisement* yang dapat mempermudah konsumen dalam melihat detail dan komposisi tembakau hijau gayo?
2. Bagaimana membuat konsumen tertarik dengan produk tembakau?

## 1.3. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasi *augmented reality* dalam video *advertisement* agar mempermudah konsumen untuk melihat detail dari produk dan komposisi produk tembakau hijau gayo.
2. Membuat konsumen lebih tertarik dengan produk tembakau karena dengan penyajian iklan produk yang unik karena menggunakan *augmented reality*.

## 1.4. Batasan Masalah

Pada pelaksanaan penelitian ini, perumusan masalah yang meliputi beberapa batasan masalah sebagai berikut:

1. *Augmented reality* ditunjukkan untuk perangkat *smartphone* android yang mempunyai spesifikasi kamera minimal 8 megapixel dan prosesor yang memiliki 2 inti atau lebih, dengan system operasi minimal lollipop.
2. *Output* yang ditampilkan adalah animasi 3D dari komposisi dan detail produk tembakau.
3. Aplikasi berbasis *offline* sehingga menjalankan aplikasi tidak membutuhkan koneksi internet.
4. Animasi iklan akan ditampilkan aplikasi apabila scane marker di kemasan produk berhasil.

## 1.5. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Peneliti
  1. Sebagai penerapan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan di bangku kuliah.

2. Dapat memahami bagaimana merancang sebuah media iklan menggunakan *augmented reality*.
- b. Bagi Penjual
1. Dengan *augmented reality* dapat mempermudah penjual produk dalam menyampaikan keterangan dan detail dari produk yang ditawarkan.
  2. Memberikan pengalaman baru dalam memberikan informasi peroduk kepada konsumen.
  3. Lebih menghemat pengeluaran untuk promosi karena promosi produk menggunakan aplikasi android.
- c. Bagi Konsumen
1. Konsumen lebih mudah memahami isi dari produk yang ditawarkan.
  2. Memberikan pengalaman baru dalam melihat promosi produk.