



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Promosi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk menjual atau memasarkan suatu produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat dengan tujuan agar produk atau jasa tersebut bisa lebih dikenal oleh masyarakat serta dapat mempengaruhi masyarakat agar tertarik dan berminat untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang dipromosikan (Seputar Pengetahuan, 2017).

Di dalam institusi perguruan tinggi (universitas) kegiatan promosi merupakan suatu kegiatan yang sangat diperlukan untuk mempengaruhi masyarakat khususnya bagi siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Siswa Menengah Kejuruan (SMK) yang akan lulus agar tertarik dan berminat, serta meyakinkan siswa untuk masuk dan mendaftarkan diri pada institusi perguruan tinggi. Salah satunya yaitu kegiatan promosi yang dilakukan oleh institusi Universitas Multimedia Nusantara dengan istilah *marketing* dalam acara *Campus Visit*.

Universitas Multimedia Nusantara merupakan sebuah institusi perguruan tinggi (universitas) yang didirikan oleh Kompas Gramedia pada 20 November 2006 dengan teknologi informasi dan komunikasi sebagai dasar dari setiap proses belajar mengajar pada setiap mata kuliah yang sedang dijalankan.

*Campus Visit* merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan Universitas Multimedia Nusantara yang dilaksanakan dengan tujuan untuk menarik siswa SMA maupun SMK untuk mendaftarkan dirinya ke dalam Universitas Multimedia Nusantara. Tim *marketing* bekerja sama antar sekolah dengan

melakukan metode belajar yang dilaksanakan di kampus. Selain belajar, agar lebih menarik *marketing* juga memberikan *workshop* dengan cara memberikan peluang bagi siswa untuk mencoba pembelajaran dengan materi kuliah agar siswa bisa merasakan apa yang dirasakan pada saat berada di Universitas Multimedia Nusantara. Pada saat kegiatan *Campus Visit*, apa yang dimiliki kampus akan dikeluarkan semua agar memberikan kesan menarik kepada siswa. *Campus Visit* sendiri dilaksanakan pertama kali pada tahun 2008 di Plaza Summarecon dengan ruang lingkup yang kecil. Acara *Campus Visit* melibatkan anggota dengan jumlah kurang lebih 60 anggota.

Sebagai bagian dari salah satu strategi pemasaran, promosi merupakan unsur yang sangat penting untuk mempengaruhi siswa agar tertarik dan berminat untuk mendaftarkan diri pada institusi perguruan tinggi. Pengaruh dari kegiatan promosi jika tidak menarik atau tidak menjual adalah besar kemungkinan untuk kehilangan peminat serta berkurangnya pendaftar pada institusi perguruan tinggi. Banyak cara untuk menarik peminat agar tertarik, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi sebagai umpan untuk menarik peminat.

Teknologi yang sangat berkembang pesat saat ini yaitu penggunaan *augmented reality* (AR) atau realitas tertambah. *Augmented reality* adalah bidang penelitian komputer yang memasukkan data komputer grafis benda maya dua dimensi (2D) dan ataupun tiga dimensi (3D) ke dalam dunia nyata serta memproyeksikan benda-benda maya tersebut dalam waktu nyata (Archilantis, 2019).

Teknologi AR sedang berkembang pesat sebab memberikan pengalaman baru dalam penyampaian informasi. Teknologi AR juga dapat dengan mudah digunakan

dan didapatkan pada gawai. Karena kemudahan dalam penggunaan serta memiliki nilai ketertarikan yang tinggi, maka dari itu AR saat ini sedang berkembang dengan sangat pesat.

Penelitian AR saat ini sedang berkembang dengan pesat sehingga membuat teknologi AR banyak dicari. Para peneliti juga memanfaatkan bidang AR sebagai salah satu cara baru untuk menjadi media promosi. Hal ini terjadi dikarenakan penggunaan AR masih sangat awam dan sangat menarik serta memudahkan penggunaannya dalam mengerjakan sesuatu hal. Seperti contohnya melihat rancangan model maket kampus pada acara *marketing* saat mempromosikan kampus. Sehingga dengan adanya penerapan bidang AR juga sebagai salah satu sarana media promosi dengan membangun sebuah aplikasi sebagai media promosi agar menarik peminat siswa. Dengan tertariknya para peminat atas aplikasi dengan menggunakan teknologi AR, ini bisa memicu peluang para pengguna aplikasi untuk mendaftar pada sebuah institusi. Dalam bidang promosi ini, penerapan AR yang bisa diimplementasikan adalah dengan membuat maket lalu mewujudkannya dalam bentuk AR.

Maket adalah bentuk tiruan dalam 3D dengan skala yang kecil. Maket biasa terbuat dari kayu, kertas, dan lain sebagainya. Karena maket saat ini sering dibuat dalam skala kecil sehingga dalam aspek keindahan terkadang tidak sesuai antara maket dengan bentuk aslinya, sehingga menyulitkan pengunjung untuk melihat maket secara detail. Maka dari itu dengan adanya aplikasi ini, diharapkan dapat memudahkan serta meningkatkan rasa ketertarikan pengunjung saat dalam acara *Marketing* dalam melihat maket secara *augmented reality*, sehingga dapat melihat maket secara detail.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan permasalahan diantaranya sebagai berikut.

1. Bagaimana cara merancang, membangun, dan menampilkan objek maket permodelan 3D yang telah dibuat ke dalam bentuk *augmented reality*?
2. Apakah teknologi *augmented reality* berbasis Android sebagai media promosi memiliki tingkat kepuasan pengguna yang tinggi?

## 1.3 Batasan Masalah

Adapun beberapa batasan masalah yang dilakukan pada penulisan proposal skripsi ini, sehingga dapat menghindari persepsi yang berbeda serta menyempit ataupun meluasnya topik permasalahan adalah sebagai berikut.

- a. Penggabungan objek grafis benda maya 3D dibuat dengan aplikasi Blender untuk permodelan 3D dengan metode *augmented reality* menggunakan Unity dan Vuforia.
- b. Objek *marker* yang dapat digunakan hanya *marker* dengan logo Universitas Multimedia Nusantara dengan tulisan UMN baik berwarna maupun tidak berwarna.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Menghasilkan suatu aplikasi dengan menggunakan aplikasi Unity dan *library* Vuforia yang dapat menampilkan rancangan bentuk 3D model

maket gedung Universitas Multimedia Nusantara menggunakan teknologi *augmented reality*.

- b. Mengukur tingkat kepuasan pengguna dari aplikasi media promosi berbasis Android dengan menggunakan teknologi *augmented reality* dengan menggunakan skala Likert sebagai metode pengujiannya.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penulisan penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut.

1. Sebagai media promosi tim *marketing* Universitas Multimedia Nusantara serta membantu mempromosikan kampusnya.
2. Memudahkan serta meningkatkan rasa ketertarikan pengunjung dalam melihat maket secara *augmented reality*, sehingga dapat melihat maket gedung Universitas Multimedia Nusantara secara *augmented reality*.
3. Melihat maket gedung Universitas Multimedia Nusantara beserta informasinya dalam bentuk objek 3D menggunakan teknologi *augmented reality*.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini yang digunakan dalam penyajian laporan skripsi ini adalah sebagai berikut.

1. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang dilakukan dalam laporan penelitian ini.

2. Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisikan teori-teori yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Landasan teori termasuk hal-hal dan informasi mengenai *augmented reality*, *Unity*, *Vuforia*, *Blender*, *Likert Scale*, dan *Technology Acceptance Model*.

3. Bab III Metodologi Penelitian dan Perancangan Aplikasi

Pada bab ini berisikan metodologi penelitian yang digunakan dan perancangan sistem dari aplikasi yang dihasilkan, yaitu terdiri dari studi literatur, analisis survei, konsultasi, perancangan model, pengujian sistem, evaluasi sistem, dan penulisan laporan.

4. Bab IV Implementasi dan Analisis

Pada bab ini berisikan implementasi dari sistem yang sudah dirancang dan hasil dari uji coba aplikasi.

5. Bab V Simpulan dan Saran

Pada bab ini berisikan simpulan dan hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan tujuan yang ada dan saran untuk pengembangan lebih lanjut dari penelitian ini.