

REZA PAHLAWAN, 16.240.0185

MEDIA BANTU PEMASARAN PERUMAHAN BERBASIS *AUGMENTED REALITY* DI PERUMAHAN VILLA SAPUTRA RAYA PASEKARAN BATANG, di bawah bimbingan Much. Rifqi Maulana, S.Kom., M.Kom., dan Eny Jumiaty, S.Kom., M.Kom.

101 + xviii halaman / 93 gambar / 19 tabel / 7 lampiran / 17 pustaka (2005 – 2018)

ABSTRAK

Dalam kegiatan promosi perumahan, tim pemasaran perumahan Villa Saputra Raya Pasekaran Batang menggunakan metode pemasaran dengan membagikan brosur, memasang spanduk, mengunggah di sosial media, promosi mulut ke mulut, serta mengikuti beberapa acara pameran. Pada media brosur sudah tercantum informasi spesifikasi dan denah secara 2 dimensi, sehingga calon pembeli kurang jelas dalam melihat rumah yang ditawarkan serta informasi yang ada. Akibatnya calon pembeli kurang berminat terhadap rumah yang ditawarkan. Untuk mengatasi masalah tersebut maka dimanfaatkanlah teknologi augmented reality sehingga calon pembeli dapat melihat bentuk rumah yang ditawarkan dengan lebih detail dan jelas dalam bentuk 3 dimensi. Aplikasi ini dibangun menggunakan metode pengembangan sistem Multimedia Development Life Cycle (MDLC) dengan 6 tahapan yaitu, konsep, desain, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian dan distribusi. Desain tampilan dirancang dengan menggunakan lembar kerja tampilan (LKT). Alur sistem digambarkan dengan menggunakan struktur navigasi dan flowchart. Tahap pengujian menggunakan metode pengujian GUI dan UAT. Melalui serangkaian tahap pengembangan dan pengujian tersebut maka telah dihasilkan Media Bantu Pemasaran Perumahan Berbasis Augmented Reality di Perumahan Villa Saputra Raya Pasekaran Batang yang dapat memvisualisasikan bangunan secara detail dan menyuguhkan informasi perumahan dengan mudah dan dapat dipahami. Diharapkan kedepannya aplikasi dapat menyediakan fitur ketersediaan rumah dengan penambahan database dan fitur jelajah rumah.

Kata Kunci : *Augmented Reality, Perumahan, Media Pemasaran*

REZA PAHLAWAN, 16.240.0185

MEDIA FOR HOUSE MARKETING BASED ON AUGMENTED REALITY AT VILLA SAPUTRA RAYA PASEKARAN BATANG HOUSING, under the guidance of Much. Rifqi Maulana, S.Kom., M.Kom., and Eny Jumiati, S.Kom., M.Kom.

101 + xviii pages / 93 pictures / 19 tables / 7 appendices / 17 libraries (2005 – 2018)

ABSTRACK

In promotional housing activities, the housing marketing team of Villa Saputra Raya Pasekaran Batang uses marketing methods by distributing brochures, placing banners, uploading on social media, word of mouth promotion, and participating in several exhibition events. In the media brochure, there is already listed information on specifications and 2-dimensional plans, so that prospective buyers are less clear in seeing the houses offered and the available information. As a result, prospective buyers are less interested in the house being offered. To overcome this problem, augmented reality technology is utilized so that prospective buyers can see the shape of the house offered in more detail and clearly in 3 dimensions. This application is built using the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) system development method with 6 stages, namely, concept, design, material collection, manufacture, testing and distribution. The display design is described by using the View Worksheet (LKT). The flow of the system is described by using a navigation structure and flowchart. The testing phase uses the GUI and UAT testing methods. Through a series of development and testing stages, Augmented Reality-Based Housing Marketing Assistance Media at Villa Saputra Raya Pasekaran Batang Housing has been produced which can visualize buildings in detail and present housing information easily and understandably. It is hoped that in the future the application can provide home availability features with the addition of a database and home roaming feature.

Keyword : *Augmented Reality, Housing, Media Marketin*