

**PENGEMBANGAN MEDIA INFORMASI PEMASARAN PROPERTI
MENGUNAKAN TEKNOLOGI *AUGMENTED REALITY*
DENGAN METODE *MARKERBASE*
BERBASIS ANDROID
(STUDI KASUS PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND)**

Oleh:

Boby Dwi Zondi Nata¹, Lutfi Ali Muharom S.Si, M.Si² Henny Wahyu Sulistyio S.Kom, M.Kom³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik,

Universitas Muhammadiyah Jember

*Email bobbyzondy@gmail.com¹, henny.sulistyio@unmuhjember.ac.id²,
lutfi.muharom@unmuhjember.ac.id³*

ABSTRAK

Marketing adalah kegiatan memasarkan hasil produksi perusahaan melalui berbagai cara, agar produk tersebut dapat dikenal dan diminati oleh masyarakat secara luas. Saat ini untuk memasarkan perumahannya *marketing* PT. Kinansyah Adijaya Land menggunakan brosur sebagai pedoman untuk menyampaikan informasi terkait penawaran rumah. Dengan melalui media promosi tersebut dimana didalamnya yang berisi rancangan rumah dengan gambar 2D masih belum bisa untuk menyampaikan informasi secara penuh kepada konsumen dan juga di rasa kurang interaktif, dikarenakan kurangnya visualisasi konsumen untuk memahami realisasi rumah yang akan dibangun nantinya. Untuk memecahkan masalah tersebut, maka diusulkan sebuah media pemasaran perumahan dengan konsep interaktif seperti media pemasaran digital *Augmented Reality* dengan menggunakan metode *markerbase*. Penerapan teknologi *Augmented Reality* ini bertujuan untuk menghasilkan Objek Tiga Dimensi (3D) rumah sesuai dengan brosur perumahan dan mengembangkan media promosi perumahan menggunakan teknologi *Augmented Reality* agar menjadi interaktif dan menarik. Aplikasi ini akan menggunakan 3 buah *marker* yang masing-masing *marker* memuat sebuah model tipe rumah. *Marker* tersebut akan dijadikan sebagai masukan, kemudian aplikasi ini akan melacak dan mendeteksi *marker* dengan menggunakan sistem *tracking*, setelah *marker* terdeteksi objek 3 dimensi akan muncul tepat diatas *marker* sehingga seolah-olah model rumah tersebut nyata. Selain itu, aplikasi ini juga akan menampilkan detail dari rumah yang ditampilkan. Hasil uji coba aplikasi pada sistem android dapat berjalan dengan baik, sedangkan pada uji pendeteksian *marker* tidak ada pengaruh pada perubahan warna *marker*, *marker* tetap terdeteksi oleh kamera AR, serta jarak yang bisa menampilkan objek 3D dengan baik yakni antara 15cm – 60cm dan hasil uji coba pada kantor pemasaran perumahan Kaliurang Green Garden didapatkan hasil prosentase lebih dari 70% memilih tertarik menggunakan aplikasi yang telah diuji cobakan untuk pemilihan model perumahan Kaliurang Green Garden.

Kata Kunci: *Marketing, Interaktif, Augmented Reality, Markerbase*

**PENGEMBANGAN MEDIA INFORMASI PEMASARAN PROPERTI
MENGUNAKAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY
DENGAN METODE MARKERBASE
BERBASIS ANDROID
(STUDI KASUS PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND)**

Oleh:

Boby Dwi Zondi Nata¹, Lutfi Ali Muharom S.Si, M.Si² Henny Wahyu Sulisty S.Kom, M.Kom³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik,

Universitas Muhammadiyah Jember

*Email bobbyzondy@gmail.com¹, henny.sulisty@unmuhjember.ac.id²,
lutfi.muharom@unmuhjember.ac.id³,*

ABSTRACT

Marketing is an activity to market the company's production through a variety of ways, so that the product can be recognized and sought by the public at large. Currently to market its marketing housing PT. Kinansyah Adijaya Land uses brochures as a guide to convey information related to home offerings. By means of the promotion media where inside which contains the house design with 2D picture still not able to convey the full information to the consumer and also in the sense of less interactive, due to lack of visualization of the consumer to understand the realization of the house to be built later. To solve the problem, it is proposed a media marketing of housing with interactive concepts such as digital marketing medium Augmented Reality by using the method of markerbase. The application of Augmented Reality technology aims to produce Three Dimensional (3D) Home objects in accordance with housing brochures and develop housing promotion media using Augmented Reality technology to be interactive and interesting. This app will use 3 markers that each marker contains a home type model. The marker will be used as input, then this application will track and detect marker using tracking system, after marker detected 3-dimensional object will appear just above the marker so as if the model house is real. In addition, this app will also show details of the home that is displayed. The results of the application test on the android system can run well, whereas in the marker detection test there is no effect on the marker color change, marker still detected by AR camera, and the distance that can display 3D objects well between 15cm - 60cm and test results at the marketing office of Kaliurang Green Garden housing obtained a percentage of more than 70% chose to be interested in using applications that have been tested for the selection of Kaliurang Green Garden housing model.

Keywords: *Marketing, Interactive, Augmented Reality, Markerbase*