

ABSTRAK

PENERAPAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY SEBAGAI MEDIA PEMASARAN KATALOG PERUMAHAN BERBASIS ANDROID (STUDI KASUS : PT. SAN ESHA ARTHAMAS)

OLEH

ARIEF AZMI
16312189

Teknologi yang menggabungkan objek virtual 2D dan 3D ke dalam lingkungan nyata kemudian memproyeksikan objek virtual tersebut secara *realtime* merupakan teknologi *Augmented Reality*. PT. San Esha Arthamas merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran perumahan, kegiatan pemasaran menjadi faktor penting dan wajib dilaksanakan perusahaan untuk menjaga dan mempertahankan perusahaan serta pengembangan usahanya. Maka dibutuhkan sebuah penerapan teknologi *Augmented Reality* pada brosur perumahan, yang dapat memvisualisasikan objek 2D brosur menjadi objek 3D perumahan seperti tampak nyata. Tujuannya agar membantu marketing dalam memasarkan serta memudahkan masyarakat khususnya Bandarlampung dan calon konsumen untuk mengetahui spesifikasi dan desain rumah yang ditawarkan. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan sistem *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang terdiri dari 6 tahapan. Berdasarkan hasil dari pengujian alpha menggunakan teknik *blackbox*, bahwa Penerapan Teknologi *Augmented Reality* Sebagai Media Pemasaran Katalog Perumahan Berbasis Android dilakukan oleh 2 orang responden yang ahli dibidang *Multimedia* dapat diketahui bahwa fitur-fitur dan fungsionalitas pada aplikasi dapat berjalan dengan baik tanpa adanya bug. Sedangkan pada pengujian beta menggunakan teknik *blackbox* dilakukan terhadap 25 responden untuk memberikan penilaian terkait seberapa baik aplikasi dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi maka memperoleh nilai rata-rata dari 9 pertanyaan kuisisioner sebesar 93,2. Maka dikatakan hasil pengujian dapat memenuhi kebutuhan pengguna.

Kata Kunci : *Augmented Reality*, *Blackbox Testing*, Metode *MDLC*, Pemasaran.