

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Properti merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia (primer). Secara umum kebutuhan dasar manusia (primer) itu terbagi menjadi tiga jenis, yaitu kebutuhan akan sandang (pakaian), pangan (makanan/minuman), dan papan (tempat tinggal/perumahan). Sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia, properti diartikan sebagai harta berupa tanah dan bangunan serta sarana dan prasarana yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan tanah dan/atau bangunan yang dimaksudkan.

Bisnis properti merupakan salah satu bidang usaha yang sedang marak dan populer. Hal ini sejalan dengan semakin bertambah banyaknya populasi manusia, maka kebutuhan akan properti semakin dibutuhkan mengingat properti sebagai kebutuhan dasar manusia. Strategi promosi yang baik dalam bisnis properti sangat dibutuhkan karena dengan strategi promosi yang baik maka properti yang dijual akan semakin banyak peminatnya. Salah satu cara untuk mempromosikan properti adalah dengan menggunakan media brosur. Brosur merupakan media yang sangat lazim untuk mempromosikan suatu produk, baik itu untuk sebuah bisnis besar maupun bisnis skala rumahan, itu karena brosur memiliki biaya produksi yang murah dan bisa menyampaikan informasi secara ringkas dan jelas.

Sebagai media untuk menyampaikan informasi, brosur berisi informasi mengenai properti yang ditawarkan, mulai dari ukuran, bahan material bangunan, lokasi, serta fasilitas apa saja yang dimilikinya. Pada umumnya dalam brosur penjualan properti, gambar properti yang tertera dalam brosur hanya berupa gambar cetak 2D yang menyebabkan sudut pandang menjadi terbatas. Sehingga calon konsumen terkadang harus mendatangi kantor pemasaran untuk mendapatkan informasi ataupun gambaran yang lebih jelas dari properti yang akan dibeli.

Pengusaha properti umumnya menggunakan maket/miniatur 3D untuk memberikan contoh bentuk properti yang mereka tawarkan, namun untuk biaya

produksi maket/miniatur 3D tidaklah murah. Menurut Kuinar (dalam Asmiatun, 2020) menjelaskan bahwa *Augmented Reality* adalah kombinasi antara dunia maya (*virtual*) dan dunia nyata (*real*) yang dibuat oleh komputer. Objek virtual dapat berupa teks, animasi, model 3D atau video yang digabungkan dengan lingkungan nyata sehingga pengguna merasakan objek virtual berada di sekitar lingkungannya. *Augmented Reality* adalah cara baru, dimana manusia dapat berinteraksi dengan komputer, karena dapat membawa objek virtual ke lingkungan pengguna, kemudian memberikan pengalaman visualisasi yang nyata.

Maka dari itu, penulis bermaksud untuk memanfaatkan teknologi *Augmented Reality* untuk menggantikan maket/miniatur properti dengan model properti 3D yang ditampilkan secara *virtual* menggunakan perangkat *mobile android*, sehingga para *developer* properti dapat menghemat biaya pengeluaran untuk promosi karena *developer* properti tidak perlu lagi memproduksi maket/miniatur properti. Selain itu, dengan teknologi *Augmented Reality*, konsumen akan melihat tampilan 3D properti yang ada pada brosur, sehingga properti yang ditampilkan akan terlihat lebih jelas dan nyata. Berdasarkan pemaparan tersebut, penulis membuat skripsi yang berjudul **“Implementasi Teknologi *Augmented Reality* Pada Brosur Penjualan Properti”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana penggunaan teknologi *Augmented Reality* sebagai media dalam menyampaikan informasi tentang properti.
2. Bagaimana efektivitas brosur penjualan properti yang menerapkan teknologi *Augmented Reality*.

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian difokuskan pada penggunaan teknologi *Augmented Reality* (aplikasi) dan brosur sebagai media promosi penjualan properti sehingga dapat dipahami efektivitas penggunaannya dengan skala likert.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari pembuatan aplikasi berbasis teknologi *Augmented Reality* ini adalah :

1. Membuat inovasi baru mengenai informasi penjualan properti dengan implementasi menggunakan *Augmented Reality*.
2. Menerapkan media promosi penjualan properti menggunakan teknologi *Augmented Reality* berbasis aplikasi.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari pembuatan brosur penjualan properti ini adalah :

1. Memudahkan calon konsumen menentukan pilihan pada objek properti yang akan dibeli.
2. Memotivasi para pelaku pengembang properti (*developer*) untuk menggunakan teknologi dalam menyampaikan informasi tentang properti.