

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era modern saat ini, berkembang pesatnya teknologi informasi dan komunikasi penggunaan *smartphone* sudah menjadi hal yang umum di masyarakat. *Smartphone* berbasis android banyak digunakan sebagai sarana dalam berbagai kegiatan sehari-hari, seperti komunikasi, pekerjaan, dan penjualan. Perkembangan dalam teknologi penjualan/*E-commerce* dapat berupa media promosi yang mencakup banyak bentuk seperti 2D berupa baliho, spanduk, brosur dan adapun bentuk lainnya yaitu 3D yang dapat diimplemetasikan ke dalam *Virtual Reality*.

Menurut (Zheng et al., 1998), *Virtual Reality*(VR) adalah teknologi antara manusia dan komputer yang mensimulasikan lingkungan yang realistis dan dibuat dengan menggunakan 3D *modelling*. Para pengguna dapat berkeliling di dunia maya dan dapat melihatnya dari sudut pandang yang berbeda, menjangkaunya, meraihnya, dan membentuknya. Teknologi VR dapat berguna sebagai media promosi prumahan untuk dapat memasaran yang lebih interaktif dan informatif dikarenakan pengguna dapat melihat produk yang ditawarkan secara nyata dalam bentuk 3D.

Media promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi keyakinan

tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Media promosi ini akan berbentuk dalam bentuk 3D yang akan diimplementasikan ke dalam *Virtual Reality* yang mana pengguna dapat melihat produk secara nyata dalam bentuk 3D.

Perkembangan teknologi media promosi berbasis *virtual reality* pada saat ini belum banyak digunakan untuk media promosi dalam perusahaan baik dalam bentuk 3D berbasis *virtual reality*. PT. Properti Griya Satria adalah perusahaan ini bergerak dalam bidang properti berupa melakukan pembangunan perumahan. PT perusahaan ini dalam melakukan media promosi masih menggunakan baliho, brosur, flayer sebagai sarana untuk menginformasikan kepada pelanggan dan belum menggunakan teknologi *virtual reality* kepada konsumen untuk menginformasikan hasil jadi dari produk yang ditawarkan.

Berdasarkan permasalahan pada PT ini maka membutuhkan suatu aplikasi media promosi dalam bentuk 3D yang berbasis *virtual Reality* guna untuk menarik konsumen untuk mengetahui hasil karya perumahan yang akan dijual oleh PT. Properti Griya Satria baik desain eksterior dan interior sehingga konsumen bisa mengetahui secara rinci dan detail rumah hasil karya yang akan ditawarkan. Dengan adanya aplikasi ini, diharapkan dapat membantu calon pembeli untuk memilih jenis tipe rumah yang akan dibelinya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah dari penelitian pengembangan sistem ini adalah Bagaimana membangun media promosi perumahan berbasis *Virtual Reality*.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dari pengembangan sistem ini adalah:

1. Aplikasi ini dapat dijalankan pada smartphone dengan sistem operasi minimal android versi 5.0 (*lollipop*).
2. Aplikasi ini memvisualisasikan desain interior dan eksterior berbasis *Virtual Reality*.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membangun aplikasi media promosi perumahan menggunakan teknologi *Virtual Reality*.
2. Membangun media promosi perumahan untuk meningkatkan minat beli terhadap perumahan.
3. Mempermudah calon pembeli dalam proses menentukan pilihan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu calon pembeli dalam penggambaran rumah dan lingkungan.
2. Menarik antusias calon pembeli terhadap produk yang ditawarkan.
3. Memberikan sebuah inovasi baru dalam kegiatan promosi.

