

## ABSTRAK

Katalog rumah berupa brosur merupakan salah satu bentuk promosi pada bisnis properti. Informasi yang diberikan tentunya hanya sekadar menunjukkan gambar dari katalog rumah yang ada sehingga memiliki sudut pandang terbatas. Dengan informasi visual yang terbatas, terdapat kemungkinan adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi awal pelanggan dengan properti rumah, sehingga dapat menimbulkan ketidakpuasan terhadap properti rumah.

Dalam penelitian ini akan mengembangkan aplikasi dengan memanfaatkan teknologi augmented reality sebagai salah satu cara alternatif untuk melakukan promosi pada katalog rumah. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *markerless augmented reality* pada teknik *user defined target* untuk memberikan kebebasan pengguna menentukan target dalam memunculkan objek 3 dimensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media promosi alternatif katalog rumah dapat dibangun dengan memanfaatkan teknik *user defined target* pada metode *markerless Augmented Reality*, serta dari hasil pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa sudut 90 derajat merupakan sudut yang ideal untuk pendekripsi target. Hal ini dikarenakan semakin kecil sudut pendekripsi target, maka semakin menurun tingkat kemunculannya. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh intensitas cahaya dan jarak pendekripsi target, dimana pada intensitas cahaya yang berkisar 250 hingga 2500 lux, target dapat dengan mudah didekripsi sedangkan jarak yang ideal untuk pendekripsi terdapat pada jarak 50 hingga 100 centimeter, karena memiliki tingkat kemunculan yang tinggi dibandingkan dengan jarak yang lain.

**Kata Kunci:** *Augmented Reality. User Defined Target. Katalog Rumah. Unity.*

## ABSTRACT

*A house catalog in the form of a brochure is a form of promotion in the property business. The information provided, of course, only shows pictures from the existing house catalog so that it has a limited perspective. With limited visual information, there may be a mismatch between the customer's initial expectations and the home property, which can lead to dissatisfaction with the home property.*

*In this research, we will develop an application by utilizing augmented reality technology as an alternative way to promote the home catalog. The research was conducted using the markerless augmented reality method on the user defined target technique to give the user the freedom to determine the target in bringing up 3-dimensional objects.*

*The results have shown that an alternative promotional media for the home catalog can be built by utilizing the user defined target technique in the markerless Augmented Reality method. From the results of the tests that have been carried out, it can also be concluded that the 90 degree angle is the ideal angle for target detection. This is because the smaller the detection angle of the target, the lower its appearance rate will be. This is also influenced by light intensity and target detection distance, where at light intensity ranging from 250 to 2500 lux, targets can be easily detected while the ideal distance for detection is at a distance of 50 to 100 centimeters, because it has a high level of appearance compared to another distance.*

**Keywords:** Augmented Reality. User Defined Target. House Catalog. Unity.