

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media promosi dalam pemasaran sebuah produk atau jasa saat ini semakin beragam. Banyak media yang dapat digunakan untuk promosi antara lain dalam bentuk brosur, pamflet, bahkan iklan pada berbagai media seperti televisi, media cetak, media sosial, website, hingga instant messenger. Beberapa media tersebut dijadikan sebagai sarana guna mempromosikan barang atau jasa agar dapat lebih banyak menarik minat calon konsumen.

Peran media promosi di dalam bisnis properti terutama pemasaran perumahan sangat diperlukan. Perancangan media promosi yang baik akan memberikan informasi yang cukup kepada para calon konsumen. Hal ini akan meningkatkan peluang agar para calon pembeli mau membeli unit perumahan yang ditawarkan. PT Dimitra Adi Wijaya sebagai salah satu perusahaan pengembang properti perumahan di Lampung telah memanfaatkan berbagai media promosi, mulai dari brosur, pamflet, iklan, media cetak, media sosial, hingga *instant messenger*, hal ini bertujuan guna menarik minat calon pembeli dan memasarkan produk mereka.

Namun dalam promosi yang telah dilakukan tersebut, masih dirasakan ada beberapa kekurangan. Melalui foto-foto yang ditampilkan pada media-media promosi yang telah dibuat, calon konsumen masih belum dapat membayangkan secara utuh bagaimana kondisi lokasi dari unit-unit perumahan yang ditawarkan. Konsumen hanya diberikan gambar penampakan unit bangunan tanpa tahu lokasi di sekitar hunian dan tampak dalam hunian seperti apa. Hal ini biasa diatasi melalui survei langsung ke lokasi yang dilakukan oleh calon pembeli dan agen pemasaran perumahan. Namun di beberapa kesempatan calon pembeli tidak dapat selalu melakukan hal tersebut sebab harus menyesuaikan waktu terlebih dahulu. atau, dalam beberapa kondisi seperti situasi pandemi sekarang ini dimana orang-orang dianjurkan untuk tidak keluar rumah guna menghindari penyebaran

COVID-19, survei langsung ke lokasi perumahan tidak dapat selalu dijadikan solusi.

Guna mengatasi permasalahan tersebut, perancangan aplikasi *virtual tour 360* perumahan PT Dimitra Adi Wijaya dirasa dapat dijadikan salah satu solusi alternatif. Perancangan aplikasi *virtual tour 360* ini akan memberikan gambaran secara utuh kepada calon konsumen bagaimana kondisi lokasi dari unit-unit perumahan yang ditawarkan. Tidak seperti gambar pada brosur yang hanya menyajikan beberapa perspektif, pada *virtual tour 360* ini calon konsumen akan merasa seolah-olah berada di lokasi tersebut, mereka dapat melihat lokasi sekeliling unit perumahan hingga ke bagian dalam huniannya. *Virtual tour 360* memberikan gambaran lokasi hunian sesungguhnya karena aplikasi ini dibuat berdasarkan foto asli, berbeda dengan *virtual tour 3D* yang menyajikan desain pemodelan dalam bentuk 3D. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan calon pembeli sebab yang mereka lihat adalah gambaran lokasi aslinya.

Perancangan *virtual tour 360* perumahan PT Dimitra Adi Wijaya ini nantinya akan dibuat berbasis website, hal ini didasari pada tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai angka 142.8 juta jiwa (dilansir dari <https://aptika.kominfo.go.id>). Perancangan aplikasi berbasis web membuat user dapat mengakses aplikasi ini cukup melalui peramban yang telah terpasang pada setiap perangkat, tanpa harus melakukan instalasi terlebih dahulu. Hal ini bertujuan agar aplikasi ini dapat dijalankan melalui berbagai perangkat tidak hanya melalui smartphone Android tapi juga melalui perangkat desktop dan sistem operasi lain yang terhubung dalam jaringan internet. Selain itu, perancangan aplikasi berbasis website bertujuan agar calon konsumennya dapat mengakses media promosi ini dimanapun dan kapanpun.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu: “Bagaimana merancang dan membangun aplikasi virtual tour 360 sebagai media promosi pada perumahan PT Dimitra Adi Wijaya berbasis *web*”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka batasan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.) Aplikasi virtual tour 360 berbasis foto panorama.
- 2.) Tipe rumah yang akan dibuat virtual tour 360 adalah tipe 70/136 M², 62/93 M² dan 60/87 M²
- 3.) Area virtual tour meliputi pintu masuk perumahan, tampak depan rumah, ruang tamu, ruang keluarga, kamar tidur, dan kamar mandi.
- 4.) Aplikasi yang dibangun berbasis *Web*

1.3.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Dimitra Adi Wijaya yang beralamat di Jalan Pulau Sebesi Komplek Ruko Bumi Sukarame Asri No 22, Sukarame, Bandar Lampung.

1.3.3 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan terhitung dari tanggal 1 April 2020 sampai dengan 31 Agustus 2020.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membangun sebuah aplikasi media promosi dalam bentuk virtual tour 360 unit perumahan PT Dimitra Adi Wijaya guna meningkatkan pemasaran perumahan.

2. Membangun aplikasi media promosi yang dapat membantu calon pembeli untuk memperoleh gambaran lokasi perumahan tanpa harus datang langsung ke lokasi.
3. Membangun sebuah aplikasi media promosi unit perumahan PT Dimitra Adi Wijaya berbasis yang mudah diakses oleh calon pembeli

1.5 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memperluas media promosi perumahan PT Dimitra Adi Wijaya.
2. Memudahkan calon konsumen dalam mengakses informasi mengenai perumahan PT Dimitra Adi Wijaya.
3. Membantu calon konsumen dapat melihat lebih jelas lokasi sekeliling unit perumahan hingga ke bagian dalam huniannya.
4. Menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori yang mendukung penelitian yang dilakukan oleh penulis

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kerangka pemecahan masalah, realisasi pemecahan masalah, sasaran objek, dan metode yang digunakan dalam menerapkan rencana atau solusi yang ditawarkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian hasil penelitian berupa tampilan program, penjelasan, dan cara pengaksesan program.

Bab ini berisi simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang memungkinkan untuk pengembangan penelitian ini selanjutnya.