

ABSTRAKSI

Peningkatan maupun penurunan kebutuhan akan properti pada suatu daerah sangat tergantung dengan pertumbuhan perekonomian di daerah tersebut. Hal ini membuat peta persaingan pada bisnis properti menjadi sangat ketat. Setiap perusahaan akan berusaha menggunakan cara-cara yang efisien didalam memasarkan properti mereka agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Sebagai apartemen terbesar di Jakarta Timur, Patria Park dengan kalimat *positioning* “*Modern Live Style Living*” menghadirkan hunian mewah dan modern ditengah persaingan bisnis properti saat ini. Dengan kondisi 93,4% unit telah terjual, pihak marketing Patria Park ingin melaksanakan strategi *direct selling* secara personal kepada calon pembeli untuk mempercepat pencapaian target penjualan. Oleh karena itu, pihak marketing apartemen Patria Park sangat membutuhkan sebuah alat bantu promosi yang efektif dan efisien namun tetap menjaga citra yang telah dibangun selama ini sebagai pusat hunian mewah yang modern. Berdasarkan kondisi tersebut, penulis mencoba untuk mengajukan sebuah media *Virtual Reality* yang belum digunakan secara maksimal di Indonesia khususnya di bidang properti. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menghasilkan sebuah alat bantu promosi berbasis *Virtual Reality* yang dapat dijalankan pada perangkat *mobile phone* dan mengetahui tingkat efektivitas dari alat bantu tersebut.

Sampel penelitian yang digunakan oleh penelitian ialah berasal dari calon pembeli potensial apartemen Patria Park dengan jumlah sampel yang digunakan mengikuti jumlah target pembeli potensial yang telah ditetapkan oleh pihak marketing apartemen Patria Park selama periode penelitian. Teknik sampling dari penelitian ini menggunakan *Judgment Sampling* dengan alat pengumpul data primer berupa kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber-sumber terkait. Penelitian dimulai dengan melakukan perancangan aplikasi *Mobile Phone Virtual Reality*, kemudian hasil perancangan aplikasi tersebut akan diukur tingkat efektivitas aplikasi tersebut berdasarkan pengolahan hasil pengolahan data. Pengolahan data yang digunakan menggunakan frekuensi untuk mengetahui jumlah setiap variabel-variabel AIDA dan tabulasi silang untuk mengetahui hubungan variabel independent dan dependent.

Penelitian ini menghasilkan sebuah aplikasi *Mobile Phone Virtual Reality* dengan tingkat efektivitas sebesar 95,74% didalam menarik perhatian calon pembeli, 89,36% didalam membuat calon pembeli merasa tertarik, dan 76,7% didalam menarik niat calon pembeli

Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa alat bantu promosi *Mobile Phone Virtual Reality* yang telah dirancang cukup efektif untuk digunakan sebagai salah satu media pembantu pihak marketing apartemen Patria Park didalam melakukan *direct selling*.

Kata Kunci: model *AIDA*, efektivitas promosi, *Mobile Virtual Reality*, *VRML*