

Abstrak

Pada umumnya media promosi yang digunakan oleh sebuah *showroom* sepeda motor adalah berupa brosur atau media dua dimensi lainnya sedangkan saat ini ruang lingkup dari Interaksi Manusia-Komputer telah berkembang, untuk itu dikembangkan suatu desain interaksi yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna (calon pembeli) yang diharapkan dengan diterapkannya teknologi ini dapat mendukung media *display showroom* sepeda motor tersebut untuk menarik minat calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Augmented Reality, suatu teknik penggabungan benda-benda nyata dan maya di lingkungan nyata yang berjalan secara interaktif dalam waktu nyata dan terdapat integrasi antarbenda dalam tiga dimensi yaitu benda maya terintegrasi dalam dunia nyata. *Augmented Reality* sebagai media pendukung *advertising* dengan teknik pelacakan berbasis *marker* yang melakukan deteksi tepian kotak *marker* memudahkan dalam deteksi dan registrasi obyek *virtual showroom* motor dimana seolah-olah calon pembeli dapat melihat maket *showroom* menyatu di atas *marker* yang tercetak pada selebar kertas.

Penggunaan *marker* sebagai *tracking system* dalam *AR showroom* ini memberikan kemudahan kepada pengguna untuk melakukan interaksi secara alami dengan sistem sekalipun baru pertama kali menggunakannya. Faktor yang mempengaruhi sistem *AR Showroom* ini antara lain ukuran *marker* dengan jarak deteksi *marker* dari kamera adalah berbanding lurus yaitu semakin besar ukuran *marker* maka semakin jauh jangkauan deteksinya. Selain itu, faktor lingkungan luar sistem seperti pencahayaan, kualitas kamera webcam dapat mempengaruhi kualitas kemunculan grafis virtual pada sistem *AR* ini.

Kata kunci: *Augmented Reality, Marker, 3D, Tracking System*