



ISSN : 2339 - 1871

JURNAL ILMIAH BETRIK

Besemah Teknologi Informasi dan Komputer

Editor Office : LPPM Sekolah Tinggi Teknologi Pagar Alam, Jln. Masik Siagim No. 75
Simpang Mbacang, Pagar Alam, SUM-SEL, Indonesia

Phone : +62 852-7901-1390.

Email : betrik@sttpagaralam.ac.id | admin.jurnal@sttpagaralam.ac.id

Website : <https://ejournal.sttpagaralam.ac.id/index.php/betrik/index>

ANALISIS BEHAVIOR INTENTION TERHADAP KEEFEKTIFAN MEDIA PROMOSI DIGITAL MENGGUNAKAN AUGMENTED REALITY

Willy Permana Ok¹, Arif Maulana Yusuf², Yudiana³, Apit Priatna⁴

Program Studi Teknik Informatika, STMIK Rosma, Karawang^{1,3}

Program Studi Komputerisasi Akuntansi, STMIK Rosma, Karawang²

Program Studi Sistem Informasi, STMIK Rosma, Karawang⁴

Jalan Parahiyangan, Adiarsa Barat, Karawang

Sur-el : willy.permana@alumni.rosma.ac.id¹, arif@rosma.ac.id², yudiana@rosma.ac.id³,
apit.priatna@dosen.rosma.ac.id⁴

Abstrak: Augmented Reality didefinisikan sebagai teknologi yang dapat menggabungkan dunia nyata dengan dunia maya, bersifat interaktif menurut waktu nyata (*real time*), dan berbentuk animasi 3D. Dalam artikel yang dibaca, perkembangan teknologi AR saat ini telah memberikan banyak kontribusi kedalam berbagai bidang. Namun pemberian informasi yang diberikan masih secara cetak dengan membagikan brosur-brosur kepada masyarakat secara langsung yang membutuhkan waktu cukup lama dan memakan biaya yang cukup besar untuk pembuatan kertas yang harus diganti tiap informasi itu dirubah. Terkait dengan pemberian informasi secara cetak sudah saatnya digantikan menggunakan teknologi augmented reality dan pada saat dilakukan perubahan suatu informasi karena tidak terlalu memakan waktu dan biaya yang cukup besar. Dengan pemanfaatan media promosi Augmented Reality, informasi yang diberikan akan memberikan sebuah reaksi perilaku (Human Behavior), pemikiran, dan niat (Intention) yang berbeda-beda dari setiap individu yang melihat. Bagi Siswa Sekolah ini dapat menjadi bekal pengetahuan untuk melanjutkan ke Pendidikan tinggi termasuknya ke Pendidikan IT, untuk mengenali potensi apa saja yang akan dimiliki.

Kunci Utama: Augmented Reality, Media Promosi, Technology Acceptance Model, Behavior Intention, IT Psychology

Abstract: Augmented Reality is defined as a technology that can combine the real world with the virtual world, interactive in real time (*real time*), and take the form of 3D animation. In the article that was read, the current development of AR technology has made many contributions to various fields. However, the provision of information provided was still in print by distributing brochures to the community directly, which took quite a long time and cost a lot of paper making, which had to be replaced every time the information was changed. Regarding the provision of information in print, it is time to replace it using augmented reality technology and when changes are made to information because it is not too time consuming and costly. With the use of Augmented Reality promotional media, the information provided will provide a behavioral reaction (Human Behavior), thoughts, and intentions (Intention) that are different from each individual who sees them. For students, this school can be a provision of knowledge to continue to higher education, including IT education, to recognize what potential they will have.

Keywords : Augmented Reality, Media Promotion, Technology Acceptance Model, Behavior Intention, IT Psychology

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya suatu teknologi saat ini dimana ilmu pengetahuan dan teknologi semakin cepat dalam perkembangannya, tentu saja hal tersebut begitu mempengaruhi pada perkembangan di segala bidang dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Salah satu teknologi yang berkembang saat ini adalah teknologi multimedia dan dapat dijelaskan secara umum bahwa jenis multimedia dilihat dari nilai karakteristiknya, multimedia dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu linier dan interaktif dimana multimedia memiliki dua karakter yaitu multimedia linier merupakan multimedia satu arah, artinya pengguna multimedia ini hanya bisa mendapatkan informasi saja, (meskipun keberadaannya ada namun hanya bersifat sekuensial), contoh dari multimedia ini seperti suatu siaran televisi. Multimedia interaktif merupakan multimedia yang menyediakan berbagai kebebasan navigasi bagi para penggunanya, sehingga pengguna multimedia interaktif melalui berbagai macam alat control yang disediakan, contoh dalam multimedia ini adalah game, pemutar video, dan realitas maya (*Virtual Reality*). Penggunaan multimedia interaktif merupakan sebuah konsep terbaru dengan penggunaan realitas maya (*Virtual Reality*) yaitu realitas ditambah (*Augmented Reality*) untuk mempublikasikan suatu informasi dengan animasi tiga dimensi dalam media promosi. Sekilas penjelasan mengenai *Augmented Reality*, *Augmented Reality* (AR) atau dikenal sebagai ‘realitas ditambah’ merupakan salah satu teknologi baru di

bidang multimedia. AR didefinisikan sebagai teknologi yang dapat menggabungkan dunia nyata dengan dunia maya, bersifat interaktif menurut waktu nyata (*real time*), serta berbentuk animasi 3D[1]. Dengan kata lain, AR merupakan teknologi yang mampu menggabungkan objek maya dalam dua dimensi (2D) atau tiga dimensi (3D) ke dalam sebuah lingkungan nyata, kemudian memproyeksikan objek-objek tersebut secara *real time*. Dalam artikel yang dibaca oleh penulis perkembangan teknologi AR saat ini telah memberikan banyak kontribusi kedalam berbagai bidang. Bidang-bidang tersebut meliputi publikasi dan pemasaran, arsitektur antara lain arsitektur dan konstruksi, hiburan, medis militer, perjalanan wisata dan Pendidikan[2]. STMIK Rosma Karawang merupakan Sekolah Tinggi yang memiliki kontribusi baik dalam perkembangan suatu teknologi di Karawang, dan terletak di lokasi yang strategis, salah satu kontribusi yang ada di STMIK Rosma ini adalah media promosi yang mempublikasikan informasi mengenai kampus dan menerima mahasiswa baru, yang tersedia pada bagian marketing. Namun pemberian informasi yang diberikan masih secara cetak dengan membagikan brosur-brosur kepada masyarakat secara langsung yang membutuhkan waktu cukup lama dan memakan biaya yang cukup besar untuk pembuatan kertas yang harus diganti tiap informasi itu dirubah. Terkait dengan pemberian informasi secara cetak sudah saatnya digantikan menggunakan teknologi *augmented reality* dan pada saat dilakukan

perubahan suatu informasi karena tidak terlalu memakan waktu dan biaya yang cukup besar.

2. METODE PENELITIAN

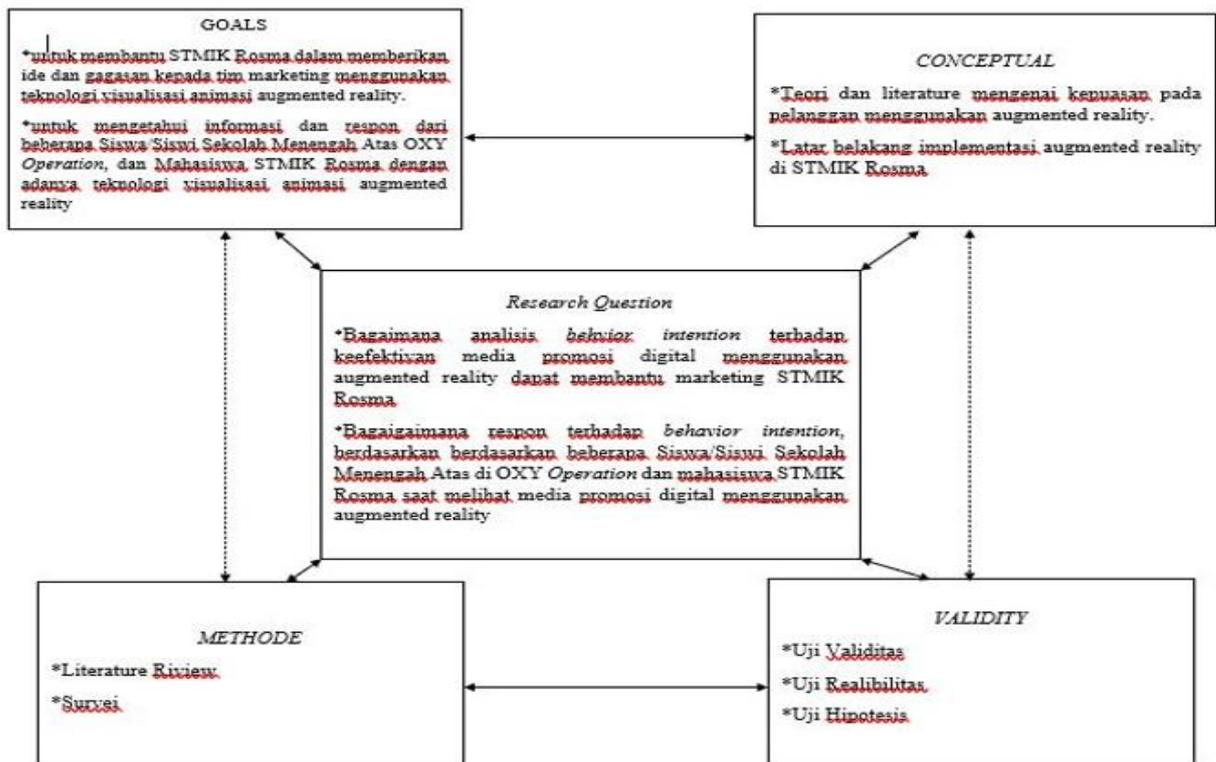
2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *deskriptive verifikatif* dengan pendekatan kuantitatif yaitu rancangan penelitian yang pengukuran atau pengamatannya dilakukan secara simultan pada satu saat (sekali waktu), untuk dapat mengidentifikasi faktor apa saja yang berhubungan dengan sampel, dan pengambilan sampel dilakukan secara *non probability sampling* (dengan teknik *purposive sampling*). Data yang dikumpulkan dianalisis dalam bentuk numeric [13] Salah satu fitur penting dari penelitian kuantitatif adalah bahwa proses

pengumpulan data dapat menggabungkan kedua ringkasan deskriptif dan analisis [14] Tujuan dari kebanyakan penelitian kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis dan teori. Sedangkan menurut [15] penelitian kuantitatif merupakan alat untuk menguji teori- teori objektif dengan meninjau hubungan antar variabel.

2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian atau kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggambarkan kegiatan yang dilakukan. memiliki gambaran tentang bagaimana keterkaitan antar variabel, bagaimana mengukurnya [16]. Adapun desain penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. desain penelitian

2.3 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian adalah sebuah tahapan atau langkah-langkah dalam penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan data serta menjawab pertanyaan. Berikut prosedur dalam penelitian ini :



Gambar 2. prosedur penelitian

2.4 Partisipan

Partisipan merupakan mereka yang mempunyai data yang diperlukan, mempunyai keahlian untuk menggambarkan pengalamannya ataupun membagikan data, betul-betul ikut serta dengan gejala, kejadian, permasalahan itu, mengalaminya secara langsung, bersedia untuk turut diwawancarai, tidak merasa tertekan, penuh kerelaan serta pemahaman terhadap keterlibatannya. Jadi ketentuan utamanya ialah kredibel serta kaya akan data yang diperlukan (*information rich*).

Tabel 1. jumlah partisipan

No	Keterangan	Jumlah
1	Siswa/I Sekolah	50

2.5 Teknik Pengumpulan Data

1). Survei

Penelitian survei termasuk ke dalam penelitian yang bersifat kuantitatif untuk mengamati perilaku suatu individu ataupun kelompok.

2). Instrument Penelitian

Instrumen penelitian merupakan pedoman tertulis tentang wawancara, pengamatan, ataupun daftar pertanyaan, yang dipersiapkan untuk memperoleh Informasi dari responden [17].

3). Identifikasi Variabel

Untuk mendapatkan gambaran terkait kesuksesan implementasi augmented reality, maka penulis menyusun variabel penelitian sebagai berikut :

Tabel 2. identifikasi variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Sistem / System Quality (SQ)	Karakteristik yang diinginkan dari suatu Aplikasi.	<i>Ease Of Use</i> (Kemudahan Penggunaan)
		<i>System Flexibility</i> (Fleksibilitas Sistem)
		<i>System Reliability</i> (Keandalan Sistem)
		<i>Ease Of Learning</i> (Kemudahan Pembelajaran)
		<i>System Features Of Intuitiveness</i> (Fitur Sistem Yang Intuitif)
		<i>Sophistication</i> (Canggih)
		<i>Flexibility</i> (Fleksibel)
		<i>Response Times</i> (Waktu Respons)
		<i>Relevance</i> (Relevansi)
		<i>Understandability</i> (Pemahaman)
Informasi / Information Quality (IQ)	Karakteristik yang diinginkan dari keluaran sistem; seperti, hasil dari aplikasi..	<i>Accuracy</i> (Akurasi)
		<i>Conciseness</i> (Keringkasan)
		<i>Completeness</i> (Kelengkapan)
		<i>Understandability</i> (Dimengerti)
		<i>Currency</i> (Mata Uang)
		<i>Timeliness</i> (Ketepatan Waktu)
		<i>Usability</i> (Kegunaan)
Kualitas Layanan /	Kualitas dukungan	<i>Responsiveness</i> (Responsiveness)

Service Quality (SVQ)	yang diterima pengguna sistem dari organisasi sistem informasi dan personel dukungan IT.	<i>Accuracy</i> (Akurasi) <i>Reliability</i> (Keandalan) <i>Technical Competence</i> (Kompetensi Teknis) <i>Empathy Of The It Personnel Staff</i> (Empati Dari Personil Staff It)
Niat Untuk Menggunakan / Pengunaan atau Intention to Use/Use (USE)	Tingkat dan cara di mana karyawan dan pelanggan memanfaatkan kemampuan dari suatu Teknologi informasi.	<i>Amount Of Use</i> (Jumlah Penggunaan) <i>Frequency Of Use</i> (Frekuensi Penggunaan) <i>Nature Of Use</i> (Sifat Penggunaan) <i>Appropriateness Of Use</i> (Kesesuaian Penggunaan) <i>Extent Of Use</i> (Luas Penggunaan) <i>Purpose Of Use</i> (Tujuan Penggunaan)
Kepuasan Pengguna / User Satisfaction (US)	Tingkat kepuasan pengguna dengan aplikasi, dan layanan pendukung	<i>Self-efficacy</i> (Efikasi Diri) <i>Repeat visits</i> (kunjungan berulang) <i>Personalization</i> (Personalisasi) <i>Enjoyment</i> (Kesenangan)
Manfaat Bersih / Net Benefits (NB)	Sejauh mana aplikasi berkontribusi (atau tidak berkontribusi) terhadap keberhasilan individu, kelompok, organisasi, industri, dan negara.	<i>Improved Decision-Making</i> (Peningkatan Pengambilan Keputusan) <i>Improved Productivity</i> (Peningkatan Produktivitas) <i>Increased Sales</i> (Peningkatan Penjualan) <i>Cost Reductions</i> (Pengurangan Biaya) <i>Improved Profit</i> (Peningkatan Laba) <i>Market Efficien</i> (Efisiensi Pasar) <i>Consumer Welfare</i> (Kesejahteraan Konsumen) <i>Creation Of Jobs</i> (Penciptaan Lapangan Kerja) <i>Economic Development</i> (Pembangunan Ekonomi)

4). Instrument

Penelitian ini berbentuk skala Likert yaitu serangkaian tingkatan, level ataupun nilai yang mendeskripsikan

variasi derajat tertentu. Menurut[18] dalam skala Likert umumnya digunakan untuk mengukur sikap. Pendekatan ini menuntut beberapa item pernyataan yang monoton yang terdiri dari pernyataan positif serta negatif. Dalam penelitian ini variabel diukur dengan skala likert 1 sampai 5 pada ketentuan:

Tabel 3. skala

Deskripsi	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

5). Uji Instrument

a). Uji Validitas

Dikutip, validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan ataupun kesahihan suatu instrumen. jika secara mendasar, validitas merupakan keadaan yang menggambarkan tingkatan instrumen yang bersangkutan mampu mengukur apa yang hendak diukur. Suatu instrumen yang valid ataupun sah memiliki validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah[19].

b). Uji Realibilitas

Dalam Reliabilitas menunjuk pada satu pendefinisian jika suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik[20].

6). Teknik Analisis Data

Partial Least Square (PLS) adalah sebuah software yang dikembangkan untuk mengolah data menggunakan persamaan struktural, dan juga dapat digunakan untuk persamaan regresi linear [21].

7). Uji Hipotesis

Hipotesis statistik merupakan pernyataan sementara tentang satu populasi atau lebih. Dalam statistika, pengujian hipotesis merupakan bagian terpenting untuk mengambil keputusan. Analisa uji

hipotesis tidak menguji kebenaran hipotesis, tetapi menguji dapat diterima atau ditolaknya hipotesis yang bersangkutan [22].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan dalam penelitian ini berdasarkan apa yang dirasakan oleh Pengguna saat

menggunakan aplikasi dan bagaimana respon dan tingkah laku mereka disaat menggunakan dengan cara pengambilan video, foto, dan hasil dari kuesioner yang sudah disiapkan dan akan dihitung dengan smart pls, berikut lampiran yang berhasil Penulis dapatkan:

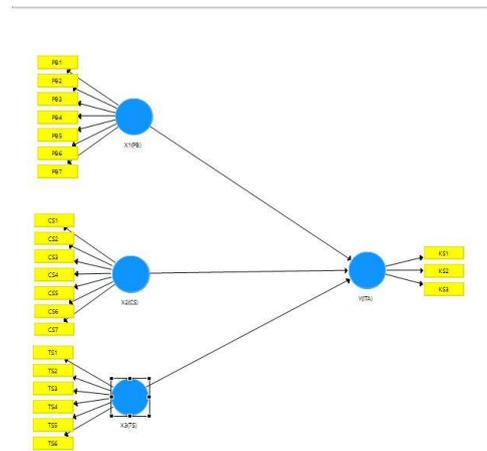
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
1	PB1	PB2	PB3	PB4	PB5	PB6	PB7	CS1	CS2	CS3	CS4	CS5	CS6	CS7	TS1	TS2	TS3	TS4	TS5	TS6	TS7
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3
5	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	2	2	1	2	1	3	2	2	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	2	1
7	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	4	3	2	2	2	3	3	2	3	1	1
8	2	2	2	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2
9	1	1	4	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1
10	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2
11	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2
12	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2
13	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	2	2	3	2	1	3	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	4	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Gambar 3. hasil kuesioner csv

Hipotesis yang diambil dari instrument pertanyaan akan memberikan nilai seperti tabel dibawah ini dan menjadi dasar dari nilai postif atau nilai baik yang dicari dari hasil kuesioner yang telah dibagikan.

Tabel 4. keterangan hipotesis

No	Nama	Keterangan
1	X1	PB 1-7 (mewakili dalam penggunaan aplikasi)
2	X2	CS 1-7 (mewakili dalam kebutuhan dan kegunaan)
3	X3	TS 1-7 (mewakili dalam ketanggapan suatu aplikasi)
4	Y	KS 1-3 (mewakili dalam ketertarikan)



Gambar 4. hasil diagram angket

Pada gambar diatas menyatakan bahwa hasil dari indikator pertanyaan akan di aplikasikan dengan diagram dari X1 sampai dengan X3 dapat dipahami seperti pada tabel keterangan hipotesis.

	X1(PB)	X2(CS)	X3(TS)	Y(ITA)
X1(PB)				0.157
X2(CS)				0.712
X3(TS)				0.039
Y(ITA)				

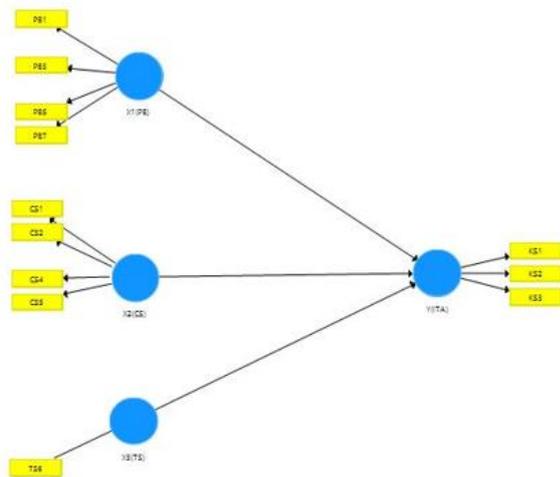
Gambar 5. hasil algoritma calculate

Hasil yang diperlihatkan pada gambar diatas menyatakan bahwa nilai korelasi yang diberikan positif karena menurut para ahli apabila nilai diatas 0 maka positif dan apabila -0 maka negative.

	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
X1(PB)	0.945	0.951	0.961	0.859
X2(CS)	0.951	0.951	0.965	0.872
X3(TS)	1.000	1.000	1.000	1.000
Y(ITA)	0.904	0.937	0.940	0.840

Gambar 6. hasil discriminant realibility

Pada gambar diatas hasil dari indikator menyatakan 0,945 pada X1, 0,951 pada X2, 1 pada X3, dan Y 0,904 yang berarti setiap korelasi memberikan hasil positif.



Gambar 7. hasil diagram setelah dihitung

Pada gambar diatas kita akan diberikan hasil diagram yang berbeda karena setiap indikator akan harus memberikan korelasi yang positif dan bisa diterima oleh Y yang mengakitbatkan beberapa kategori akan dihapuskan untuk mendapatkan nilai yang baik.

	X1(PB)	X2(CS)	X3(TS)	Y(ITA)
X1(PB)				0.012
X2(CS)				0.274
X3(TS)				0.002
Y(ITA)				

Gambar 8. coefficient

Pada gambar diatas tabel koefesien akan menyatakan hasil bahwa X2 lebih menyondongkan kearah lebih baik dan memberikan nilai sangat baik dibandingkan X1, X2, dan memberikan perbedaan pada hasil discriminant yang menyatakan X3 memberikan nilai lebih tinggi, maka hasil diagram akan terjawab.

	X1(PB)	X2(CS)	X3(TS)	Y(ITA)
CS1		0.955		
CS2		0.950		
CS4		0.927		
CS5		0.902		
KS1				0.948
KS2				0.968
KS3				0.827
PB1	0.944			
PB3	0.916			
PB5	0.922			
PB7	0.925			

Gambar 9. hasil outer loading.

Pada gambar diatas menjelaskan mengapa hasil diagram dan diagram awal berberda dan nilai indikator X3 yang awalnya memiliki nilai sangat positif kemudian menjadi X2 yang dapat memberikan nilai positif, karena X2 memiliki nilai lebih tinggi dari setiap nilai yang ada dan nilai yang dibawah 0,827 akan dihilangkan untuk melihat apakah ada perubahan dalam nilai positif dari setiap indikator.

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
X1(PB) -> Y(ITA)	0.157	0.177	0.319	0.492	0.623
X2(CS) -> Y(ITA)	0.712	0.645	0.329	2.164	0.031
X3(TS) -> Y(ITA)	0.039	0.094	0.199	0.195	0.845

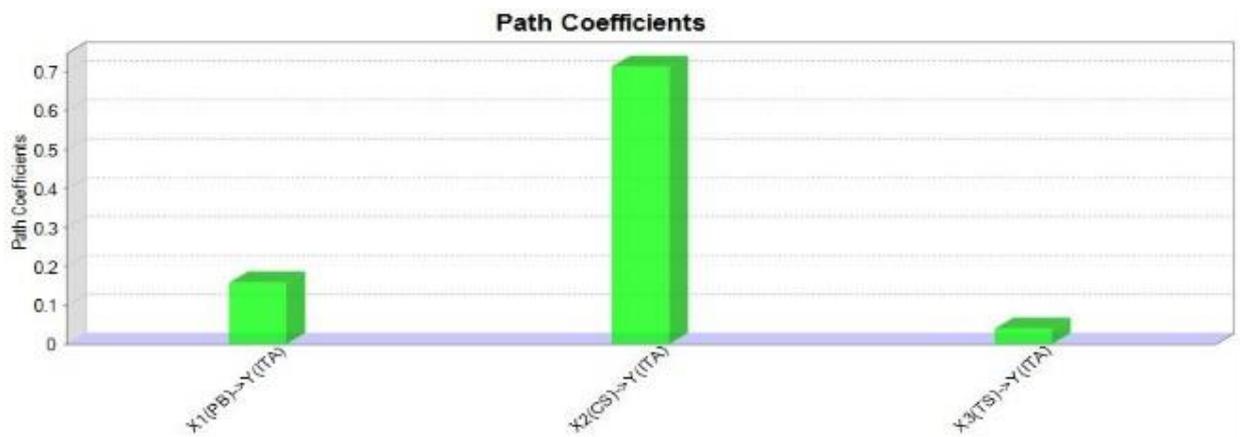
Gambar 10. hasil rinci statistic outer loading

Pada gambar diatas penulis memberikan hasil rinci dari statistic outer loading dengan X2 memberikan nilai 2,164 untuk Y dan nilai lebih besar dibandingkan X1 dan X3.

	X1(PB)	X2(CS)	X3(TS)	Y(ITA)
X1(PB)				0.157
X2(CS)				0.712
X3(TS)				0.039
Y(ITA)				

Gambar 11. hasil model fit angka

Pada gambar diatas menjelaskan nilai X2 adalah 0,712 karena nilai statistik yang akan diterima dari kuesioner akan dihitung dan dapat diterima oleh Y.



Gambar 12. hasil path coeffecients graph

Pada gambar diatas memperlihatkan hasil graph X2 memiliki intensitas lebih tinggi dibandingkan X1, X2. Maka penjelasan diatas bisa kita simpulkan adalah X2 (kebutuhan dan kegunaan) dalam sebuah aplikasi yang dipergunakan untuk media promosi, *exhibition*, *photostage*, sangat memberikan nilai positif yang diambil dari dua sudut yaitu Mahasiswa dan Siswa Sekolah.

Pembahasan penelitian ini merupakan identifikasi hasil yang positif atau baik, meliputi dari aplikasi yang dapat diterima oleh pengguna dan aplikasi tersebut diminati oleh beberapa instansi sekolah menengah atas untuk bermedia promosi karena memberikan masukan yang baik maupun kesenangan pribadi, dan menekan dari segi dana yang akan dikeluarkan, dan aplikasi

tersebut sangat memberikan kesan yang baik bagi pengguna, saat Penulis melakukan implementasi dimulai dari pengguna yang duduk pada bangku sekolah menengah atas, dimulai dari gambar bisa menampilkan animasi 3D dan banyaknya ketertarikan mereka dalam pembuatan dari augmented reality itu sendiri.

Rasa ketertarikan dan tingkah laku yang meliputi behavior intention dapat diafeksikan (ekspresi emosi yang dapat diamati.) adalah rasa ketertarikan, rasa keingin tahaun mereka dalam menggunakan aplikasi dan reaksi tingkah laku pengguna sangat antusias dan sangat jelas terlihat. Secara psikologi pengguna memiliki rasa keingin tahaun yang tinggi namun saat Penulis menanyakan tentang perihal STMIK Rosma, masih banyak yang belum mengetahui,

Penulis mencoba menjelaskan dengan detail mengenai program program di STMIK Rosma dengan cara asosiasi (pandangan bahwa suatu proses berasal dari pengalaman dan ide yang dialami.), dan diikutsertakan dengan motivasi-motivasi yang Penulis masukkan antara lain hedonik didasarkan oleh kebutuhan setiap pengguna atau penerima yang Penulis sampaikan, dan motivasi utilitarian adalah dorongan bagi setiap pengguna atau penerima untuk melakukan pembelian dan disini Penulis mencoba mengambil dari sudut pandang yang berbeda dimana untuk menggunakan aplikasi dan masuk STMIK Rosma, dan dengan penjelasan yang cukup dapat diterima dan merasa tertarik untuk masuk STMIK Rosma.

Hasil yang bisa diambil dan andil untuk STMIK Rosma adalah melihat bahwa teknologi dan animasi dapat ikut serta untuk menjamin kemajuan teknologi tidak hanya dari sudut pandang Pendidikan yang mengharuskan adanya kinerja secara formal.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sebuah keefetivan media promosi secara digital menggunakan aplikasi augmented reality, dan setelah melakukan uji penelitian secara kuantitatif dengan uji statistik dari penghitungan kuesioner, dan uji psikologi dengan tingkah laku pengguna yang dianalisis dan diafeksikan bisa memberikan variable dan indikator yang baik adalah aplikasi augmented reality akan memberikan dampak baik yang begitu besar bagi media promosi maupun pemasaran yang dapat membantu kinerja bagian marketing dan memberikan hasil yang baik terutama penekanan

biaya, hal lain yang bisa didapatkan adalah STMIK Rosma bisa menghadirkan inovasi sebuah photo stage untuk acara exhibition dan akan memberikan nilai lebih baik dari segi pemanfaatan suatu teknologi informasi.

Besar dampak teknologi untuk media promosi menggunakan aplikasi augmented reality terhadap keefektivan pekerjaan seperti marketing maupun pemasaran dimulai dari organisasi, perusahaan, instansi maupun produk produk bagi kalangan market online untuk memikat pengguna menggunakan aplikasi dan melihat kelebihan apa saja dan bisa di sematkan pula pada website perusahaan.

Kepuasan dan rasa ingin tahu serta menginginkan dirasakan bagi pengguna karena ketertarikan dan tingkah laku yang dapat dilihat dan diafeksikan serta dianalisis memberikan rasa kepuasan dan membuktikan bahwa aplikasi dan analisis ini saling berhubungan dengan psikologi manusia terutama tingkah laku mereka.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] M. H. Kurniawan, Suharjito, Diana, and G. Witjaksono, "Human Anatomy Learning Systems Using Augmented Reality on Mobile Application," *Procedia Comput. Sci.*, vol. 135, pp. 80–88, 2018, doi: 10.1016/j.procs.2018.08.152.
- [2] S. C.-Y. Yuen, G. Yaoyuneyong, and E. Johnson, "Augmented Reality: An Overview and Five Directions for AR in Education," *J. Educ. Technol. Dev. Exch.*, vol. 4, no. 1, 2011, doi: 10.18785/jetde.0401.10.
- [3] M. Permai, "Penerapan teknologi," *Pros. SNATIF Ke-1*, pp. 267–274, 2014.
- [4] N. Savela, A. Oksanen, M. Kaakinen,

- M. Noreikis, and Y. Xiao, "Does augmented reality affect sociability, entertainment, and learning? A field experiment," *Appl. Sci.*, vol. 10, no. 4, 2020, doi: 10.3390/app10041392.
- [5] S. W. Handani, S. N. Hidayah, and I. Setiawan, "Penilaian User Experience Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Aplikasi Augmented Reality Gamelan Jawa," *JITU J. Inform. Technol. Commun.*, vol. 4, no. 2, pp. 1–10, 2020, doi: 10.36596/jitu.v4i2.348.
- [6] C. H. Tsai and J. Y. Huang, "Augmented reality display based on user behavior," *Comput. Stand. Interfaces*, vol. 55, no. July, pp. 171–181, 2018, doi: 10.1016/j.csi.2017.08.003.
- [7] M. Hobbs and D. Holley, "Using augmented reality to engage STEM students with an authentic curriculum," *Lect. Notes Inst. Comput. Sci. Soc. Telecommun. Eng. LNICST*, vol. 160, pp. 110–117, 2016, doi: 10.1007/978-3-319-28883-3_14.
- [8] Y. A. Nugroho, "the Effect of Perceived Ease of Use, Perceive of Usefulness, Perceive Risk and Trust Towards Behavior Intention in Transaction By Internet," *Bus. Entrep. Rev.*, vol. 9, no. 1, p. 79, 2016, doi: 10.25105/ber.v9i1.26.
- [9] P. H. Adi, "Antecedents of Consumers Perception and Its Influence," no. 80, pp. 480–494, 2013.
- [10] D. S. Panggayudi, W. Suweleh, and P. Ihsan, "Media Game Edukasi Berbasis Budaya untuk Pembelajaran Pengenalan Bilangan pada Anak Usia Dini," *MUST J. Math. Educ. Sci. Technol.*, vol. 2, no. 2, p. 255, 2017, doi: 10.30651/must.v2i2.883.
- [11] R. I. Padeka Putri, D. A. Irawati, and D. K. Purwoko A, "Implementasi Augmented Reality Pada Media Promosi Perumahan Patraland Place," *J. Inform. Polinema*, vol. 1, no. 1, p. 36, 2014, doi: 10.33795/jip.v1i1.88.
- [12] Y. Priyo Atmojo and I. Gusti Ngurah Darma Paramartha STMIK STIKOM Bali JIRaya Puputan, "Pemanfaatan Augmented Reality Pada Sistem Informasi Geografis Kampus Di Bali," *J. Sist. dan Inform.*, vol. 9, no. 1, pp. 63–74, 2014, [Online]. Available: <https://jsi.stikom-bali.ac.id/index.php/jsi/article/view/38>.
- [13] Priyono, *PENELITIAN METODE Kuantitatif*, Edisi Revi. Surabaya: ZIFATAMA PUBLISHING, 2008.
- [14] T. Taniredja and H. Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Purwokerto: ALFABETA, 2011.
- [15] K. H. Cheng, "Reading an augmented reality book: An exploration of learners' cognitive load, motivation, and attitudes," *Australas. J. Educ. Technol.*, vol. 33, no. 4, pp. 53–69, 2017, doi: 10.14742/ajet.2820.
- [16] A. Supratiknya, *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dalam Psikologi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2015.
- [17] S. D. Goals, "na ti o na l J ou of Su sta ina bi lity in igh er Ed uc at ti o na l J rn Su ina lity in er Ed uc at," 2020.
- [18] H. A. Hartanto, I. K. Makrie, V. Yesmaya, and P. G. Halfian, "The Development of Furniture Assembly Instruction Based on Augmented-Reality," *ComTech Comput. Math. Eng. Appl.*, vol. 10, no. 2, pp. 75–81, 2019, doi: 10.21512/comtech.v10i2.5853.
- [19] S. Abdullah and S. Raman, "Quantitative And Qualitative Research Methods: Some Strengths And Weaknesses," *Asia Pacific J.*

Educ. Educ. (formerly known as *J. Educ. Educ.*), vol. 17, no. 1, pp. 1–15, 2000.

- [20] K. Kim, J. Hwang, and H. zo, “Understanding users’ continuance intention toward smartphone augmented reality applications,” *Inf. Dev.*, vol. 32, no. 2, pp. 161–174, 2016, doi: 10.1177/0266666914535119.
- [21] A. Y. Utama, “Penggunaan Augmented Reality Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Kabupaten Karanganyar,” *Progr. Stud. Inform. Fak. Komun. Dan Inform. Univ. Muhammadiyah Surakarta*, pp. 1–17, 2017.
- [22] Rosidah,., “Bab Ii Landasan Teori,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 8–24, 2018.