

Implementasi Teknologi *Augmented Reality* pada Media Promosi Udinus Kediri

Khamadi¹, Ali Muqoddas², Gilang Rizky Gardianto³, Aji Nur Wasesa⁴, Zulfanur⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Desain Komunikasi Visual (Kampus Kota Kediri) Universitas Dian Nuswantoro,
Jalan Penanggungan No 41A, Kota Kediri, Jawa Timur 64414

Correspondence: khamadi (khamadi@dsn.dinus.ac.id)

Received: 01 July 2025 – Revised: 30 July 2025 - Accepted: 30 Aug 2025 - Published: 30 Sept 2025

Abstrak. Universitas Dian Nuswantoro atau biasa disebut Udinus memiliki kampus utama di Semarang dan kampus PSDKU di Kediri. Selama berjalan 3,5 tahun ini, target jumlah mahasiswa Udinus Kediri dinilai masih di bawah target yang ditetapkan. Kegiatan promosi utama melalui kunjungan ke sekolah dan expo berhubungan langsung dengan target sasaran yaitu siswa SMA/SMK Sederajat. Media promosi seperti brosur menjadi pegangan bagi siswa untuk mengkomunikasikan dengan orang tua. Namun, nyatanya saat promosi, siswa kurang memperhatikan informasi dalam brosur dan terkesan tidak tertarik. Sehingga untuk meningkatkan awareness siswa terhadap informasi dalam media promosi Udinus, perlu adanya peningkatan daya tarik dan pengalaman bagi siswa. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan teknologi Augmented Reality (AR) dalam media promosi Udinus Kediri khususnya brosur. Sehingga secara tidak langsung branding Udinus sebagai Kampus berbasis IT juga tersampaikan ke siswa. Pendekatan penelitian secara kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis menggunakan SWOT dan metode perancangan menggunakan tahapan pra produksi, produksi, hingga paska produksi. Sebagai hasilnya, AR yang dihasilkan mengedepankan animasi 3D pengenalan kampus meliputi petunjuk arah, pengenalan program studi unggulan, yang sesuai dengan konten visual dalam brosur.

Kata kunci: Augmented Reality, Media Promosi, Udinus Kediri

PENDAHULUAN

PSDKU Universitas Dian Nuswantoro Kediri atau biasa disebut Udinus Kediri merupakan Kampus Kedua dari Universitas Dian Nuswantoro dengan kampus pusat di Semarang. Udinus Kediri beroperasi mulai tahun 2021 hingga kini tahun 2024 telah berjalan selama 3,5 tahun. Dari tahun ke tahun jumlah mahasiswa mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Hingga kini terhitung jumlah mahasiswa Udinus Kediri sebesar 700 mahasiswa untuk seluruh angkatan. Jumlah ini dinilai masih kurang dari target jumlah mahasiswa yang tertuang di rencana strategis Udinus. Pada tahun 2024 ditargetkan jumlah mahasiswa sejumlah 1000 mahasiswa.

Berbagai upaya kegiatan promosi telah dilakukan oleh Udinus Kediri dalam menjaring calon mahasiswa baru dari tahun ke tahun. Mulai dari promosi langsung ke sekolah-sekolah dengan kegiatan presentasi di kelas, kegiatan pameran kampus dalam expo sekolah, hingga membuat seminar dan workshop pengenalan kompetensi program studi bagi siswa-siswa di sekolah yang dituju. Kegiatan promosi yang lain adalah dengan melalui media massa seperti iklan di radio Andika FM Kediri, iklan baliho di perempatan jalan besar Kediri, Nganjuk, Tulungagung, dan sekitarnya, hingga promosi kegiatan di Surat Kabar Radar Kediri. Kegiatan promosi juga aktif dilakukan di media sosial yaitu instagram dan tiktok @udinus_kediri. Selain itu Udinus Kediri juga menjalin kemitraan dengan pemerintah Kota Kediri dengan memberikan beasiswa kuliah bagi warga Kota Kediri. Namun, karena Udinus terbilang kampus baru di wilayah Kediri maka masih banyak masyarakat Kediri dan sekitarnya yang belum mengenal Udinus Kediri secara mendalam. Banyaknya kampus di Kediri dengan biaya lebih murah juga membuat masyarakat menengah ke bawah menjadikan Udinus sebagai alternatif ke sekian. Masyarakat juga lebih memilih Perguruan Tinggi Negeri (PTN) terdekat yaitu di Malang dan Surabaya sebagai prioritas kampus pilihan utama mereka. Bahkan sering tanpa didasari oleh minat program studi yang ingin ditekuni. Masyarakat beranggapan bahwa yang penting masuk di PTN. Padahal Udinus sendiri adalah perguruan tinggi yang terakreditasi Unggul yang setara dengan PTN.

Melihat kondisi tersebut, kegiatan peningkatan promosi Udinus Kediri menjadi sangat penting, selain untuk mengenalkan Udinus Kediri, juga untuk memberikan gambaran kompetensi yang akan mereka dapatkan selama dan selepas kuliah. Stanton dalam Sanyoto (2012) menyampaikan promosi adalah bagian dari kegiatan pemasaran yang digunakan untuk memberitahu, membujuk, dan mengingatkan audiens tentang brand.

Sehingga sangat penting media promosi memberikan kesan bagi audiens untuk mengingat Udinus. Media promosi yang digunakan selama ini cukup bisa memberikan gambaran tentang Udinus Kediri melalui poster, flyer, dan brosur yang langsung diberikan ke target sasaran yaitu siswa dan orang tua siswa. Namun, Udinus sebagai kampus berciri teknologi dirasa kurang nampak dalam media yang diberikan. Informasi yang diberikan terlihat formal dan kurang interaktif. Di lapangan sering ditemukan brosur yang dibagikan hanya sebatas diterima tanpa dibaca secara mendalam, bahkan di kelas menjadi media kipas saat cuaca panas. Hal ini dirasa cukup memprihatinkan karena tidak sesuai dengan maksud keberadaan media promosi tersebut. Seharusnya siswa dapat melakukan interaksi lebih dari media promosi yang diberikan selain membaca. Salah satu langkah yang dikembangkan oleh penulis adalah dengan mengimplementasikan teknologi augmented reality yang memicu audiens untuk melakukan interaksi lebih.

Secara umum Augmented reality (AR) adalah suatu teknologi yang menggabungkan dunia maya dua dimensi ataupun tiga dimensi kedalam sebuah lingkungan nyata tiga dimensi lalu memproyeksikan benda-benda maya tersebut dalam waktu nyata (Robianto dkk, 2022). AR merupakan realita yang ditambahkan ke suatu media dapat berupa kertas dan marker atau penanda melalui perangkat-perangkat input tertentu. Namun, Yusup dkk (2023) menyampaikan bahwa AR merupakan pendekatan baru yang tidak terbatas dalam bentuk marker, tetapi dapat diintegrasikan dalam media terkini seperti media sosial dan media promosi. Kelebihan AR yaitu dapat diimplementasikan secara luas dalam berbagai media salah satunya adalah media brosur (Cahyaningsih, 2020). Melalui AR ini, konten media promosi Udinus Kediri seperti brosur dapat menjadi lebih menarik dan interaktif yaitu dengan pembuatan marker dalam brosur yang dapat memproyeksikan informasi Udinus Kediri secara real time dalam visual 3D. Siswa akan tertarik untuk mencoba hal baru berbaur teknologi seperti ini. Selain mendapatkan pengalaman yang baru, siswa juga akan mendapatkan kesan yang baik dari Udinus Kediri. Branding Udinus sebagai kampus berbasis teknologi secara tidak langsung akan tersampaikan. Hal ini sejalan dengan fungsi AR dalam pembelajaran yaitu sebagai pembelajaran visual, eksperimen visual, dan game edukasi (Indahsari & Sumirat, 2023)

MASALAH

Pendekatan promosi dengan nilai yang berbeda dari yang lain dapat memberikan kesan mendalam bagi target audiens. Hal ini yang menjadi dasar dalam penelitian ini untuk

dapat menjawab tantangan kurangnya feedback siswa dari media promosi yang selama ini digunakan oleh Udinus Kediri. Media promosi yang interaktif dengan melihat target audiens siswa SMA yang aktif dan melek teknologi menjadi kebutuhan yang harus dijawab. Keberadaan teknologi AR juga harus bisa dimanfaatkan sebagai sarana informasi yang mudah dipahami bagi audiens dalam implementasinya di media promosi.

METODE PELAKSANAAN

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti objek alamiah, peneliti menjadi instrumen kunci dari penelitian. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk mendapatkan suatu profil atau gambaran yang lengkap dari aspek-aspek relevan mengenai sebuah gejala yang menarik, yang terjadi pada suatu individu, organisasi, industri, atau hal-hal lainnya (Setiawan, 2018). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan tim admisi Kampus Udinus Kediri, observasi langsung saat melakukan promosi di Sekolah, dan dokumentasi selama kegiatan. Selain itu juga menggunakan studi literatur terkait pengembangan AR dalam media komunikasi visual baik dalam media edukasi, promosi, maupun informasi. Metode analisis menggunakan analisis deskriptif dan perbandingan dengan kompetitor untuk mendapatkan konsep pesan utama dalam perancangan. Adapun metode perancangan yang dilakukan mengadopsi proses perancangan animasi 3D yaitu melalui tiga tahap berupa:

- 1) Pra Produksi yaitu tahap awal pembuatan yang meliputi desain brosur, desain karakter, dan pembuatan narasi informasi yang menjadi konten AR.
- 2) Produksi yaitu pembuatan modeling 3D dan animasi 3D sebagai konten AR, serta pengaplikasian teknologi AR dalam media brosur.
- 3) Pasca Produksi yaitu tahap evaluasi internal meliputi pengujian produk secara internal dalam upaya finalisasi produk yang siap diujikan ke user.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi dan Analisis Data

Berdasarkan wawancara dan observasi didapatkan data terkait kampus Udinus Kediri, data promosi saat ini, data segmentasi pasar, dan data kompetitor. Berdasarkan data yang dihimpun, maka didapatkan beberapa masalah utama yaitu 1) Masih tidak sedikit

siswa yang mengetahui keberadaan Udinus khususnya letak kampus Udinus Kediri. 2) Biaya kuliah di Udinus Kediri relatif lebih mahal dibanding kampus lain, meskipun secara layanan dapat dikatakan sangat baik. Terbukti dengan prestasi yang ditorehkan mahasiswa dengan layanan yang baik dari Udinus Kediri. Namun, secara fasilitas dirasa cukup memadai. Hal ini dikarenakan fokus biaya lebih dominan kepada layanan kepada mahasiswa. 2) Mindset sebagian besar masyarakat Kediri untuk kuliah dengan biaya lebih murah. 3) Promosi yang intensif tetapi kurang mendapatkan respon positif dalam peningkatan jumlah penerimaan mahasiswa baru. Meskipun berbagai bentuk strategi promosi dilakukan, tetapi kampus lain melakukan hal yang sama, bahkan memiliki materi dan sumber daya yang lebih baik.

Selain itu juga dijabarkan data segmentasi pasar yang dituju oleh Kampus Udinus Kediri yaitu a) Geografis, meliputi wilayah Karesidenan Kediri meliputi Kota Kediri, Kab. Kediri, Nganjuk, Jombang, Blitar, Tulungagung, Trenggalek, dan sekitarnya; b) Demografis adalah pelajar dan lulusan SMA/SMK/MA Sederajat, kalangan menengah ke atas; c) Psikografis yaitu siswa memiliki minat bidang IT dan wirausaha, berpikiran terbuka dengan program studi kekinian; dan d) behaviour yaitu siswa yang memilih kampus dekat dengan tempat tinggal atau orang tua, memiliki prestasi akademik ataupun non akademik.

Berdasarkan data di atas maka didapatkan konsep pesan utama perancangan yang disesuaikan dengan data segmentasi pasar yaitu mengedepankan informasi dasar tentang Kampus Udinus Kediri meliputi lokasi kampus, jenis prodi yang ditawarkan, dan layanan yang diberikan.

Pra Produksi

Pra Produksi yaitu tahap awal pembuatan yang meliputi desain brosur, desain karakter dan environment serta pembuatan narasi informasi yang menjadi konten AR.

a) Desain brosur

Setelah berdiskusi dengan tim admisi pembuatan desain brosur menggunakan standar desain brosur yang sudah dibuat oleh tim admisi, tetapi menambahkan unsur visual sebagai *marker* yang digunakan dalam pembuatan AR. Adapun desain brosur adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Desain brosur Udinus Kediri

(Sumber: Admisi Udinus, 2025)

Desain brosur ini nantinya akan dikembangkan dengan penambahan visual sebagai marker AR yang mengedepankan kemenarikan. Seperti tampak di atas, konten brosur didominasi informasi tekstual pada isi yang dirasa dapat ditingkat kontennya secara visual seperti fasilitas lab, karakter maskot Udinus yang dapat digunakan sebagai penarik perhatian dan marker AR.

b) Desain Asset

Desain Asset ditujukan sebagai panduan dalam pembuatan modeling karakter dan environment dalam Animasi 3D yang akan dibuat. Adapun desain asset yang dibuat adalah

1. Desain Karakter

Desain karakter ini mengambil maskot Udinus Kediri yaitu si Warik. Si Warik merupakan Intellectual Property (IP) dari program studi D4 Animasi Udinus yang diangkat menjadi maskot Udinus (Nathania dkk, 2022). Berikut adalah desain karakter si Warik.



Gambar 2. Model sheet maskot Udinus “Si Warik”

(sumber: arsip prodi Animasi Udinus; Nathania dkk, 2022)

2. Desain Environment

Desain environment ini adalah bangunan kampus Udinus Kediri yang menjadi fokus utama dalam pengenalan informasi Udinus Kediri. Saat ini masih banyak siswa yang belum mengetahui keberadaan Udinus Kediri, khususnya siswa yang berasal dari luar Kota Kediri. Pengenalan lingkungan kampus dan fasilitas dipandu dengan narasi informasi dari desain karakter akan memberikan gambaran bagi siswa untuk lebih mengetahui Udinus Kediri.

c) Konsep Narasi Cerita

Konsep pembuatan AR nantinya akan disediakan beberapa marker dalam halaman brosur yang berbeda. Sehingga narasi cerita yang dibuat adalah cerita pendek sesuai informasi yang akan diberikan dalam marker. Adapun konsep narasi ceritanya adalah 1) Narasi Cover. Cerita animasi fokus pada karakter yang menyapa pembaca dengan pembawaan yang hangat dan menyenangkan; 2) Narasi Program Studi. Cerita animasi pengenalan program studi oleh karakter dengan memperlihatkan kompetensi utama masing-masing program studi. 3) Narasi Lokasi. Cerita animasi pengenalan kampus dengan karakter memberi pengarah rute menuju kampus dan pengenalan fasilitas utama kampus.

Produksi

Pembuatan modeling dan animasi 3D sebagai konten AR, serta pengaplikasian teknologi AR dalam media brosur dan poster.

a) Modeling 3D

Pembuatan modeling 3D disesuaikan dengan kebutuhan yang akan disajikan dalam AR. Melihat segmen audiens berupa siswa SMA/SMK Sederajat yang memiliki keterbatasan pada kuota data dalam menjalankan aplikasi AR ini nantinya, maka pendekatan visual dalam pembuatan desain karakter menggunakan teknik *low poly*. Teknik ini merupakan gaya pemodelan 3D yang menggunakan jumlah poligon yang relatif sedikit untuk membuat model. Model *low poly* memiliki tampilan yang lebih sederhana dan kurang detail dibandingkan dengan model *high poly* yang lebih realistis. *Low poly* ini memudahkan dalam produksi dan juga bagi pengguna karena lebih ringan dan lebih mudah diproses.

Berikut adalah hasil modeling dari desain karakter maskot Udinus Si Warik dengan pendekatan low poly.



Gambar 3. Modeling Si Warik dengan teknik low poly

Pembuatan modeling menggunakan software blender. Pendekatan low poly pada karakter menyederhanakan bentuk wajah di dalam topeng, tetapi bentuk keseluruhan karakter tetap mempertahankan elemen bentuk, warna, dan visual maskot si Warik. Adapun modeling environment seperti gedung kampus Udinus Kediri adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Modeling bangunan kampus Udinus Kediri

b) Pembuatan Animasi Konten AR

Selanjutnya dilakukan pembuatan animasi dari modeling 3D yang telah dibuat sesuai dengan konsep narasi cerita yang telah dibuat. Adapun konsep narasi yang dibuat adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Animasi Konten AR

No	Narasi	Visual	Keterangan
1	Cover depan brosur		Pada tampilan depan brosur dengan visual yang relatif selalu berubah sesuai dengan jenis brosur, maka tampilan animasi konten AR fokus pada maskot yang menyapa pembaca.
2	Program Studi		Pada halaman program studi, menampilkan interaksi maskot Si Warik dengan objek yang identik dengan program studi.
3	Lokasi		Pada tampilan lokasi Kampus menampilkan animasi Si Warik yang berjalan di atas map dari jembatan brawijaya hingga kampus Udinus Kediri.

c) Pembuatan AR

Pembuatan AR menggunakan software Unity. Konsep dalam AR media brosur ini tidak mengedepankan desain antarmuka aplikasi. Meskipun pengguna harus melakukan pengunduhan aplikasi untuk membaca konten marker AR pada brosur tetapi pengguna akan diarahkan untuk memindai marker secara langsung. Adapun marker dibuat dari visual grafis yang ada dalam brosur yaitu karakter Si Warik di cover atau halaman depan brosur, icon program studi pada halaman dalam brosur, dan denah lokasi kampus.



Gambar 5. Grafis dalam brosur sebagai marker AR

Selanjutnya penerapan AR pada brosur dapat dilihat saat kamera diarahkan pada marker seperti tampak pada gambar 6. Marker yang terbaca akan menampilkan visual konten animasi.



Gambar 6. Tampilan AR brosur

Pasca Produksi

Pasca Produksi yaitu tahap evaluasi internal meliputi pengujian produk secara internal dalam upaya finalisasi produk yang siap diujikan ke pengguna. Pengujian AR dilakukan untuk mengetahui kondisi output dari sistem aplikasi berdasarkan input yang diberikan terkait fungsionalitas sistem. Pengujian dilakukan dengan menggunakan beberapa device android meliputi Redmi Note 11 Pro, OPPO dan Real me. Kesimpulan pada pengujian ini bahwa sistem dapat berjalan dengan baik dan sesuai yang diharapkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan *Augmented Reality* (AR) pada media brosur merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pengalaman pengguna dengan terlibat aktif dalam mengeksplorasi konten brosur. Brosur tidak hanya menampilkan grafis visual informasi, tetapi juga memuat informasi dinamis berupa animasi yang menjadi konten AR. Konten animasi memudahkan pengguna untuk memahami informasi yang diberikan seperti animasi lokasi kampus yang ditampilkan. Berdasarkan pengujian juga dapat diketahui bahwa sistem AR dapat berjalan baik dan sesuai harapan pada beberapa jenis *device smartphone*. Pada penelitian selanjutnya disarankan melakukan evaluasi pengalaman pengguna yang melibatkan banyak responden siswa. Peningkatan konten animasi interaktif sangat disarankan seperti memberikan konsep gamifikasi, tetapi tetap pada tujuan utama perancangan yaitu memberikan informasi pengenalan kampus Udinus Kediri agar siswa tertarik untuk mendaftar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Universitas Dian Nuswantoro melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Udinus yang telah memberikan hibah dana penelitian Internal Universitas Dian Nuswantoro Semester Ganjil 2024/2025 dengan Nomor Kontrak 005/A.38-04/UDN-09/I/2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyaningsih, Yuli. (2020) Teknologi Augmented Reality pada Promosi Berbasis Android. *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)*, 1.2: 91-116.
- Indahsari, Leoni & Sumirat, Sumirat. (2023). Implementasi teknologi augmented reality dalam pembelajaran interaktif. *Cognoscere: Jurnal Komunikasi Dan Media Pendidikan*, 1.1: 7-11.
- Nathania, N. V., Kadiasti, R., Hastuti, K., & Prayoga, A. S. (2022). Akulturasi Budaya Warak Ngendhog Dalam Bentuk Film Animasi 3D Si Warik. *Andharupa: Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia*, 8, 475-488.
- Robianto, R., Andrianof, H., & Salim, E. (2022). Pemanfaatan Teknologi Augmented Reality (AR) pada Perancangan Ebrochure sebagai Media Promosi Berbasis Android. *Jurnal Sains Informatika Terapan*, 1(1), 61-66.
- Sanyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS; 2012.
- Setiawan, Agus. (2018). *Metodologi Desain*. Yogyakarta: arttex.
- Yusup dkk. (2023). Literature Review: Peran media pembelajaran berbasis augmented

reality dalam media sosial. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian, dan Inovasi*, 3.5.



© 2025 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).