

## Abstrak

Umumnya tingkat efektifitas iklan hanya dapat diukur berdasarkan hasil akhir dari penjualan produk. Namun, pengiklan tidak dapat mengetahui secara langsung mengenai efektifitas dari iklan apabila mengiklankan dengan media konvensional. Oleh sebab itu, perlu adanya sistem terkait *display* produk yang dapat mendeteksi *intention user* terhadap iklan produk secara langsung. Guna mengetahui efektifitas iklan. Fungsi yang disebutkan tadi, umumnya ada pada suatu *smart advertisement display* dengan media monitor yang disematkan perangkat pintar untuk mendeteksi *intention user*. Pada *display* tersebut, disematkan Monitor yang digunakan untuk menampilkan beberapa item iklan sekaligus secara dinamis. Namun sayangnya, harga monitor bagi perusahaan tertentu, masih dirasa mahal. Sehingga ada potensi untuk memodifikasi sistem yang ada, dengan menyematkan perangkat pintar tersebut, pada *display* konvensional (misalnya poster). Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui apabila perangkat pintar yang biasanya disematkan pada monitor *smart advertisement display*, dipindahkan ke *display non-monitor*, akan menghasilkan fungsi yang sama untuk deteksi user *intention* terhadap iklan secara langsung. Dari hasil studi, dengan mengambil sebagian sampel iklan yang ada pada *smart advertisement display*, didapatkan bahwa secara fungsional, perangkat pintar yang disematkan pada media poster ternyata menghasilkan output yang sama dengan yang digunakan pada *smart advertisement display*. Didapatkan hasil perhitungan *intention* sebesar 40% pada poster 1 dan 60% pada poster 2 dengan kecepatan pengambilan gambar sebesar 14,8 *fps (frame per second)*. Pada saat sistem mendeteksi objek, didapatkan rata-rata 7 gambar dalam 1 detik

**Kata Kunci:** produk, *intention*, *smart advertisement display*, iklan, *face detection*, *eye detection*