

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis properti, khususnya apartemen, semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan hunian masyarakat. *Jember Town Square* (JETOS) merupakan salah satu bisnis properti apartemen di Kota Jember, Jawa Timur, yang menawarkan konsep hunian mewah ala Eropa dengan berbagai fasilitas entertainment dan kuliner. Namun, strategi promosi yang digunakan masih bersifat konvensional, berupa gambaran gedung dan denah dalam format 2D, yang memiliki keterbatasan dalam menyampaikan informasi visual secara mendalam. Media promosi dalam bentuk 2D kurang memberikan pengalaman yang imersif bagi calon pembeli, sehingga diperlukan inovasi pemasaran yang lebih menarik dan interaktif. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah pemanfaatan teknologi *Virtual Reality* (VR). Teknologi ini memungkinkan penciptaan lingkungan tiga dimensi (3D) yang realistis, di mana pengguna dapat berinteraksi dengan ruang virtual secara lebih mendalam. Dengan adanya VR, calon penghuni dapat mengeksplorasi unit apartemen dengan detail yang lebih akurat tanpa harus mengunjungi lokasi fisiknya secara langsung, sehingga memberikan pengalaman yang lebih nyata dibandingkan media promosi tradisional. Implementasi VR juga dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan, memberikan kemudahan dalam memahami tata letak properti, serta mempercepat proses pengambilan keputusan dalam pembelian apartemen. Dalam penelitian ini, metode **Multimedia Development Life Cycle (MDLC)** digunakan untuk mengembangkan sistem, dengan model 3D yang dirancang menggunakan **Blender** dan **Unity3D**, sehingga dapat memberikan visualisasi yang lebih akurat, detail, dan menarik. Hasil kuesioner menunjukkan respons positif dari pengguna terhadap sistem yang dikembangkan, sementara pengujian menggunakan **black box testing** memberikan validasi yang memuaskan terhadap fungsionalitas sistem. Dengan demikian, implementasi VR dalam pemasaran apartemen Jetos dapat menjadi solusi inovatif yang meningkatkan daya saing bisnis properti, memperluas jangkauan pemasaran, serta memberikan pengalaman interaktif yang lebih menarik dan realistis bagi calon pelanggan, menjadikan strategi pemasaran lebih modern dan efektif di era digital saat ini.

**Kata Kunci:** 3D, System Development Life Cycle, *Virtual Reality*.