

ABSTRAK

Sebagai kota yang memiliki banyak keunggulan pada sektor budaya, pariwisata dan ekonomi kreatif. Kota Bandung melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berinovasi untuk membuat sebuah media promosi alternatif dalam bentuk *Virtual Tour* dan *Virtual Reality*. Pembuatan media promosi alternatif ini bertujuan untuk menaikkan *engagement* dan *awareness* pada sektor budaya, pariwisata dan ekonomi kreatif Kota Bandung. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung berencana membuat sebuah pameran yang menampilkan budaya, pariwisata dan ekonomi kreatif Kota Bandung dalam bentuk virtual yang diberi nama Paviliun Bandung. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung bekerja sama dengan penulis untuk membuat sebuah *Virtual Tour* 360 dan *Virtual Tour* untuk Paviliun Bandung. Pada proses pembuatannya penulis menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*).

Kata Kunci: Media promosi alternatif, *Virtual Reality*, *Virtual Tour*