

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (DISBUDPAR) merupakan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang berada di bawah Pemerintahan Kota, mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian urusan Daerah di bidang Kebudayaan, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta fungsi dinas sebagai perumusan kebijakan teknis, penyelenggaraan, pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang Kebudayaan, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Sebagai Kota yang memiliki banyak keunggulan pada sektor budaya, pariwisata dan ekonomi kreatif. DISBUDPAR Kota Bandung selalu melakukan inovasi untuk mempromosikan sektor budaya, pariwisata dan ekonomi kreatif. Dalam melakukan kegiatan promosi DISBUDPAR Kota Bandung memanfaatkan Platform Digital yaitu Media Sosial dan Website DISBUDPAR Kota Bandung. Pemanfaatan Platform Digital untuk kegiatan promosi merupakan hal yang baik, karena dengan memanfaatkan promosi melalui Platform Digital dapat dengan mudah menjangkau banyak orang.

Sesuai dengan permintaan mitra yang menginginkan sebuah pameran *virtual* supaya dapat bisa menarik *audience* berupa *Virtual Reality* dan *Tour 360* yang berisi konten budaya, pariwisata dan ekonomi kreatif sebagai media promosi. Oleh karena itu penulis bermaksud untuk membuat *Virtual Reality* dan *Tour 360* Paviliun Bandung sebagai media promosi yang nantinya akan di publish di website DISBUDPAR Kota Bandung. Penulis berharap semoga Proyek Akhir ini dapat menarik *audience* untuk mengetahui lebih banyak seputar budaya, pariwisata dan ekonomi kreatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa masalah yang terjadi adalah bagaimana membuat aplikasi *Virtual Reality* dan *Tour 360* sebagai media promosi supaya dapat menarik *audience* untuk mempromosikan sektor budaya, pariwisata dan ekonomi kreatif Kota Bandung.

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dalam proyek akhir ini adalah membangun sebuah media promosi supaya dapat menarik audience berupa Virtual Reality dan Tour 360 untuk mempromosikan sektor budaya, pariwisata dan ekonomi kreatif Kota Bandung.

1.4 Batasan Masalah

1. Proyek Akhir ini dikerjakan secara kelompok, Penulis hanya mengerjakan bagian interior.
2. Hasil dari pengerjaan ini akan diserahkan ke pihak DISBUDPAR Kota Bandung dan akan diupload ke website DISBUDPAR Kota Bandung.
3. Konten Budaya untuk Virtual Reality dan Tour 360 ini menggunakan budaya Sunda, sedangkan untuk konten Pariwisata hanya untuk Kota Bandung dan Ekonomi Kreatif menggunakan para pelaku Ekonomi Lokal Bandung.
4. Pengguna aplikasi ini adalah masyarakat umum.

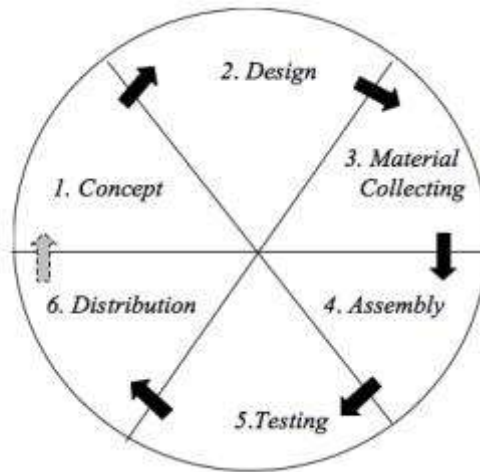
1.5 Definisi Operasional

Adapun isi dari definisi operasional adalah sebagai berikut :

1. *Virtual reality* merupakan teknologi yang dapat membuat penggunaanya memasuki dunia maya (virtual) dan berinteraksi di dalamnya, karena *virtual reality* merupakan teknologi berbasis komputer yang mengkombinasikan perangkat khusus *input* dan *output* agar pengguna dapat berinteraksi secara mendalam dengan lingkungan maya seolah-olah berada pada dunia nyata. [1]
2. *Virtual tour* merupakan teknologi yang menempatkan *user* di dalam gambar dan memungkinkan *user* untuk meningkatkan kesadaran situasional serta meningkatkan daya lihat, tangkap dan menganalisa data virtual secara signifikan. [2]
3. Media diartikan pengantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Secara harfiah “media” mempunyai arti atau pengantar. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. [3]

1.6 Metode Pengerjaan

Metodologi dalam pembuatan Virtual Reality dan Tour 360 pada Paviliun Bandung untuk DISBUDPAR Kota Bandung yaitu *Multimedia Development Life Cycle* :



Gambar 1.6—1 Metode Pengerjaan