

## ABSTRAK

Kabupaten Tasikmalaya memiliki banyak objek wisata yang indah. Terutama, Curug Cimanintin yang terdapat di daerah Salopa yang masih tergolong sepi oleh wisatawan. Hal ini disebabkan karena jaraknya yang jauh dari pusat kota, sehingga wisatawan kebanyakan lebih memilih untuk mengunjungi objek wisata alam yang telah populer dan mudah dijangkau. Padahal, objek wisata di kabupaten Tasikmalaya memiliki keindahan dan keunikan yang belum banyak diketahui oleh wisatawan. Media promosi yang digunakan adalah media konvensional sehingga penyampaian informasi kepada wisatawan tidak optimal, hal ini mengakibatkan menurunnya minat para wisatawan untuk berkunjung. Untuk dapat meningkatkan minat wisatawan berkunjung ke objek wisata Curug Cimanintin dibuatlah media promosi digital menggunakan *virtual tour* dengan mengimplementasikan foto dan video 360° dari objek wisata tersebut. Pembuatan *virtual tour* berhasil dilakukan dengan menggunakan metode Luther (1994) yang memiliki tahapan diantaranya; Konsep (*Concept*), Perancangan (*Design*), Pengumpulan Bahan (*Material Collecting*), Penggabungan Elemen Multimedia (*Assembly*), Pengujian (*Testing*), dan Distribusi (*Distribution*). Aplikasi *virtual tour* dapat berjalan dengan baik karena berdasarkan pengujian *black box* setiap fungsionalitas berjalan sebagaimana mestinya dan hasil pengujian *beta* menggunakan kuisioner dengan pengujian *System Usability Scale* (SUS) didapat dengan skor rata-rata sebesar 75,50 sehingga dapat disimpulkan aplikasi *virtual tour* 360 objek wisata Curug Cimanintin dinilai dapat diterima (*acceptable*) oleh pengguna dengan *grade* “C” dalam kategori Baik (*Good*).

**Kata Kunci:** *Virtual Reality, Virtual Tour 360, Wisata, Digital*