

Abstrak

Destinasi pariwisata merupakan salah satu bagian dari pembangunan Kepariwisata Indonesia. Kota Bandung memiliki daya tarik wisata cukup tinggi. Berdasarkan kondisi pariwisata dan pola pengembangan perkotaannya, Kota Bandung dapat diklasifikasikan sebagai destinasi pariwisata *urban tourism* dengan berbagai variasi potensi daya tarik wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik dan mancanegara. Untuk menunjang potensi pariwisata di Kota Bandung diperlukan sebuah media informasi. Wisatawan yang datang ke Kota Bandung akan membutuhkan informasi tentang tempat wisata yang akan dituju. Untuk mendapatkan informasi tersebut, wisatawan dapat menggunakan aplikasi *Augmented Reality* (AR) berbasis Android. Melalui inovasi tersebut, diharapkan wisatawan dapat mencari informasi tentang tempat wisata yang ada di Kota Bandung dengan lebih mudah. Metode pengerjaan proyek akhir ini menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dimana metode ini memiliki 6 tahapan, yaitu *concept, design, material, collecting, assembly, testing* dan *distribution*. Metode pengujian yang digunakan yaitu *User Acceptance Testing* dengan membagikan kuesioner yang berisikan 10 pertanyaan melalui Google Form pada 20 responden. Dari hasil jawaban responden, dapat disimpulkan bahwa rata-rata persentase dari 10 pertanyaan di atas adalah 87,75%. Persentase tersebut dapat dikategorikan bahwa responden “Sangat Setuju” bahwa *asset* pada aplikasi Pengenalan Objek Pariwisata Kota Bandung Berbasis *Augmented Reality* ini menarik dan informatif.

Kata kunci: Pariwisata, augmented reality, Kota Bandung