

ABSTRAK

Museum Bank Rakyat Indonesia merupakan salah satu objek wisata yang belum banyak diketahui orang, promosi dilakukan hanya dengan menggunakan media sosial, oleh karena itu perlu adanya media yang memuat informasi, serta visual bagi Museum Bank Rakyat Indonesia yaitu virtual reality. video. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan analisis SWOT dalam proses pengumpulan datanya. Tujuan dari pembuatan video virtual reality ini adalah untuk memudahkan wisatawan mengetahui informasi pariwisata seperti visual museum, sejarah dan penjelasan wisata yang bertujuan untuk memperkenalkan wisata Museum Bank Rakyat Indonesia kepada masyarakat khususnya daerah Barlingmascakeb (Banjarnegara). , Purbalingga, Banyumas, Cilacap dan Kebumen). Penelitian ini menghasilkan media utama berupa video virtual reality, dan media pendukung yang terdiri dari Media Instagram, Poster, X-Banner.

Kata kunci : *Virtual Reality*, Video , Wisata