**RINGKASAN**

**Skripsi berjudul “Sosialisasi *Skywalk* Cihampelas Sebagai Objek Pariwisata Baru di Kota Bandung”. Tujuan diadakanya penlitian ini adalah tentang kawasan tersebut yang saat ini menjadi destinasi objek pariwisata di Kota Bandung sebagai objek penelitian. Dalam pembangunan *Skywalk* tersebut yang saat ini sudah rampung, masyarakat Kota Bandung maupun dari luar Kota Bandung banyak mendatangi tempat tersebut. Dengan demikian peneliti ingin membahas mengenai bagaimana pemerintah dalam mensosialisasikan tempat tersebut sebagai objek pariwisata baru di Kota Bandung.**

**Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah studi kepustakaan, dan studi lapangan yaitu observasi lapangan dan wawancara mendalam. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keterangan dan informasi yang dibutuhkan, peneliti memanfaatkan informan, peneliti menggunakan informan sebanyak 2 orang serta 8 orang informan pendukung, informan disini adalah Dinas Budaya dan Pariwisata serta Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya.**

**Berdasarkan hasil penelitian kepada informan kunci peneliti menemukan bagaimana peran media massa dan media sosial yang sangat mudah di gunakan dalam menyebarkan informasi dalam upaya memperkenalkan *Skywalk.* sejauh ini dalam mensosialiasikannya sudahlah sampai kepada masyarakat dan upaya pemerintah sudah dilakukan dalam meberikan informasi mengenai *Skywalk*. Dalam hal ini Pemerintah memanfaatkan penggunaan media massa dan media sosial dalam mensosialisikan *Skywalk* ini serta memberikan pengetahuan mengenai *skywalk*, pemanfaatan media massa dan media sosial sangatlah berguna dalam penyebaran informasi oleh karenanya dalam mensosialisasikan *Skywalk* ini peran media sangat membantu pemerintah dalam menyebarkan suatu informasi penting.**

**Kesimpulan yang dapat disampaikan adalah dalam memperkenalkan tempat tersebut Pemerintah Kota Bandung sudah berhasil dalam memperkenalkan *skywalk* sebagai objek pariwisata di Kota Bandung melalui media massa karena sebagian besar masyarakat dapat mengetahui tempat tersebut dari media massa dan media sosial.**

***ABSTRACK***

***Thesis titled "Socialization Skywalk Cihampelas as a New Tourism Object in the city of Bandung". The purpose of this research is held about the area that is currently a tourist destination in the city of Bandung as a research object. In the construction of the Skywalk is currently completed, the people of Bandung and outside the city of Bandung many come to the place. Thus the researchers want to discuss about how the government in socializing the place as a new tourism object in the city of Bandung.***

***The research method used is qualitative research method with descriptive approach, data collection technique used by researcher is literature study, and field study is field observation and depth interview. In this research to get information and information needed, researcher use informant, researcher use informant as much as 2 person and 8 informant supporter, informant here is Department of Culture and Tourism and Spatial and Cipta Karya.***

***Based on the results of research to key informants researchers found how the role of media massa and social media that is very easy to use in disseminating information in an effort to introduce Skywalk. So far in socializing it has come to the public and government efforts have been done in providing information about Skywalk. In this case the Government utilize the use of media massa and social media in socializing this Skywalk and provide knowledge about skywalk, the utilization of media massa and social media is very useful in disseminating information therefore in socializing Skywalk this role of media is very helpful in disseminating the important information.***

***The conclusion that can be delivered is in introducing the place Bandung City Government has succeeded in introducing skywalk as an object of tourism in the city of Bandung through media massa because most people can know the place from the media massa and social media.***

***RINGKESAN***

**Ieu Skripsi minangka boga judul *“Sosialisasi Skywalk Sebagai Objek Pariwisata Baru di Kota Bandung”*. Tujuan diayakeunna ieu panalungtikan nyaeta ngeunaan kawasan nu kiwari jadi objek pangjugjugan pikeun pariwisata di kota Kota Bandung. Sajeroning pangwangunan eta *Skywalk* nu kiwari geus rengse, masyarakat Kota Bandung ogenudatang ti luar Kota Bandung loba nu ngajugjug ka ieu tempat. Kukituna ieu panalungtikan ngabahas ngeunaan *proses* nu dilakukeun ku pamarentah dina raraga ngasosialisasikeun ieu tempat minangka objek wisataanyar di Kota Bandung.**

**Metode nu dipake dina ieu panalungtikan nyaeta *metode penelitian kualitatif* kalayan make *pendekatan deskriptif*, teknik ngumpulkeun data nu dipake ku peneliti nyaeta *studi kepustakaan,* jeung studi lapangan nyaeta *observasi lapangan* jeung wawancara nu jero. Sajeroning panalungtikan, pikeun ngahimpun ngumpulkeun katerangan jeung *informasi* nu dibutuhkeun, digunakeun *informasi* ti dua *informan* utama jeung dalapan *informan* tambahan nu di pilih ti *Dinas Budaya dan Pariwisata* jeung *Dinas Tata Ruang dan Cipta Karya.***

**Dumasar hasil panalungtikan ka *informan* utama, kapanggih informasi yen peran *media massa* jeung *media sosial* nu badag dina raraga nyebarkeun *informasi* dina upaya ngawanohkeun *Skywalk* ka masyarakat. Sajeroning proses, upaya pamarentah pikeun mere *informasi* ngeunaan *Skywalk* ka masyarakat geus meunang hasil. Pamarentah ngagunakeun peran *media sosial* jeung *media massa* dina raraga ngasosialisasikeun jeung mere pangaweruh ka masyarakat ngeunaan ieu *Skywalk,* ngagunakeun *media massa* jeung *media sosial* kabukti mere manfaat nu badag dina nyebarkeun informasi kukituna dina ngalaksanakeun *sosialisasi* ngeunaan ieu *Skywalk* peran media ngabantu pisan pamarentah sajeroning nyebarkeun *informasi* nu dianggap penting.**

**Simpulan nu bisa ditepikeun minangka hasil ieu panalungtikan nyaeta kasimpulan yen dina sajeroning ngawanohkeun eta tempat *(Skywalk)* minangka tempat pangjugjugan pikeun pariwisata pamarentah Kota Bandung geus meunang hasil tina ngagunakeun *media massa* sabab masyarakat mikanyaho eta tempat teh dumasar tina informasi nu di tarima ti *media sosial* jeung *media massa.***