

## ABSTRAK

Promosi menjadi sebuah upaya yang cukup serius karena potensi objek wisata tidak bisa diketahui oleh wisatawan apabila tidak maksimal dalam melakukan promosi, sehingga dampak yang akan terjadi adalah terus menurunnya angka kunjungan pada objek wisata yang berada di Kabupaten Kuningan dan juga dapat berpengaruh kepada kestabilan ekonomi yang ada di daerah tersebut (*Multiplayer Effect*). Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara, kuesioner dan analisis matriks, penulis akan membuat sebuah video pariwisata yang akan mendorong promosi objek wisata tertentu. Untuk lingkup pariwisata sendiri penulis akan lebih berfokus pada lima objek wisata alam yang memiliki angka pengunjung yang menurun setiap tahunnya, objek wisata seperti ini memang butuh perhatian lebih dalam media promosinya. Pemilihan wisata ini penulis lakukan karena memang untuk kualitas wisata masih sangat natural dan berbeda dengan kota-kota lain, tetapi sayangnya masih kurang dipromosikan dengan baik dalam ranah videografi, padahal pada saat ini dengan hadirnya *YouTube* dan *Instagram*, video menjadi media untuk menyampaikan informasi lebih efektif dan efisien.

Kata Kunci: Pariwisata, Kuningan, Kreatif, *Video*, Produksi