

ABSTRAK

Kampung Adat Cireundeu merupakan kawasan pemukiman yang terletak di Kota Cimahi. Keunikan yang terdapat pada wilayah Kampung Adat Cireundeu sangat beragam, antara lain Situs Ni mas Ende, Situs mata air Caringin, kawasan hutan yang masih asri dan penduduknya yang masih memegang teguh kepercayaan sunda wiwitan. Pada tahun 2015, pemerintah setempat menetapkan Kampung adat Cireundeu sebagai desa wisata. Namun pada kenyataannya belum banyak yang mengetahui keberadaan Kampung adat Cireundeu. Telah tersedia media promosi berupa Instagram, namun konten video yang tersedia belum memaksimalkan dalam mempromosikan keunikan tradisi dan panorama alam di Cireundeu. Konsep Retorika Visual digunakan dalam proses perancangan video ini menjadi strategi penyampaian pesan sesuai dengan tahapan-tahapan perancangan yang akan berfokus pada gambar yang harus bersifat simbolik, terhubung dengan manusia, dan mengkomunikasikan pesan kepada *audience* agar. Studi kasus dan pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Adapun analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis matriks perbandingan untuk membandingkan video promosi yang sudah ada sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan perancangan video promosi berupa rekomendasi konsep, *story board*, dan video.

Kata Kunci: Video Promosi, Retorika Visual, Kampung adat Cireundeu