

ABSTRAK

Kampung Naga, sebuah warisan budaya yang kaya akan tradisi dan kearifan lokal, terletak di Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar sebagai destinasi pariwisata, Kampung Naga masih belum sepenuhnya memanfaatkan promosi secara efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan melestarikan budayanya. Penelitian ini untuk merancang motion graphic sebagai sarana promosi kampung naga, Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif dan Model *Development Life Cycle* (MDLC) sebagai metode untuk merancang untuk mengimplementasikan strategi promosi yang tepat guna memperkenalkan Kampung Naga kepada Target *Audience* serta untuk melestarikan kekayaan kebudayaan tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan strategi promosi yang efektif untuk Kampung Naga. Langkah-langkah MDLC yang meliputi perencanaan, analisis, desain, implementasi, dan evaluasi digunakan untuk merancang dan menguji strategi promosi yang komprehensif. Berdasarkan kuesioner yang di sebarakan setelah pembuatan media promosi, *motion graphic* mendapatkan respon baik sebagai media promosi untuk kampung naga dan pelestarian budayanya.

Kata Kunci : Kampung Naga, Tasikmalaya, Motion Graphic, Promosi, Budaya