

ABSTRAK

Kecenderungan minat masyarakat terhadap Kampung Naga mengalami perubahan seiring dengan menurunnya kunjungan dari kelompok umur dewasa, yang merupakan demografi utama. Fenomena yang terjadi di Kampung Naga ini mengakibatkan pemahaman terhadap budaya lokal, termasuk Kampung Naga menjadi rendah. Di sisi lain, upaya beberapa pihak untuk memperkenalkan kearifan lokal Kampung Naga mengalami keterbatasan dalam hal visual sehingga informasi mendalam mengenai kampung tersebut kurang tersampaikan. Untuk mengatasi fenomena tersebut, dirancang sebuah rekomendasi identitas visual Kampung Naga beserta media pengimplementasian yang efektif dalam menyampaikan pesan visualnya. Melalui pendekatan *design thinking* yang terbatas hingga tahap *prototype*, dilakukan analisis mendalam dengan metode analisis SWOT dan matriks perbandingan guna menemukan permasalahan dan solusi terhadap fenomena ini melalui pendekatan desain. Rancangan ini berfokus pada pengembangan identitas visual seperti logo, warna, supergrafis, *tagline*, dan pengimplementasian media informasi seperti *website*.

Kata kunci: Identitas Visual, Kampung Naga, Destinasi Budaya, *Branding*, Komunikasi *Branding*