

ABSTRAK

Hallyu merupakan istilah yang diberikan atas fenomena menyebarknya budaya modern Korea Selatan ke seluruh dunia, salah satunya ke Indonesia. Populernya budaya Korea di Indonesia menaikkan minat masyarakat Indonesia untuk mempelajari budaya Korea. *Korean Cultural Indonesia* yang berada dibawah naungan KOCIS (*Korean Culture and Information Service*) berdiri di Jakarta dengan tujuan untuk menyebarluaskan dan mengedukasi masyarakat Indonesia mengenai budaya Korea melalui pertukaran budaya guna meningkatkan branding negara Korea yang sesuai dengan visi-misi KOCIS. KCCI memiliki banyak program edukasi budaya yang dilaksanakan di KCCI ataupun diluar KCCI, adanya program yang dilaksanakan di luar KCCI dikarenakan konsep penyediaan fasilitas berdasarkan program belum maksimal dan belum mencerminkan branding negara Korea di dalamnya, fasilitas yang tersedia pun memiliki kekurangan dari segi organisasi ruang dan sirkulasi ruangnya. Dan juga, salah satu fenomena yang terjadi di dalam KCCI yaitu pola perilaku pengunjung yang hanya datang ke area tertentu saja.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode campuran kualitatif dan kuantitatif, dengan menggunakan observasi, dokumentasi, wawancara, pengukuran, dan studi pustaka pada tahap pengumpulan data. Kesimpulan di dapat melalui hasil analisis terhadap fenomena dan masalah eksisting yang ada di KCCI dan tahap pembuatan konsep/penyelesaian masalah serta pengembangan desain untu output desainnya. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan informasi kepada *Korean Culural Center Indonesia* dalam memaksimalkan penyediaan fasilitas untuk program-programnya yang dapat meningkatkan branding negara Korea sesuai dengan visi-misi KOCIS melalui visualisasi budaya dalam ruang interior.

Kata Kunci: *Hallyu*, program, fasilitas eksisting, tujuan berdiri KCCI, visi-misi KOCIS