

**PERANCANGAN BRAND EXPERIENCE UNTUK
MENINGKATKAN BRAND SALIENCE KURSUS BAHASA KOREA
DI TELKOM UNIVERSITY LANGUAGE CENTER**

***DESIGNING BRAND EXPERIENCE TO INCREASE BRAND SALIENCE
OF KOREAN LANGUAGE COURSES AT TELKOM UNIVERSITY
LANGUAGE CENTER***

**Ahmad Syuro Muslimin¹, SRI MAHARANI BUDI HASWATI, S.Ds., M. Advtg²,
LIGAR MUTHMAINNAH, S.Ds., M.Ds.³**

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
**ahmadsyuro@student.telkomuniversity.ac.id¹. maharanibudi@telkomuniversity.ac.id.²
ligaaarm@telkomuniversity.ac.id³**

Abstrak: Dalam era digital yang semakin pesat, minat masyarakat terhadap budaya Korea, khususnya melalui musik dan drama, mengalami peningkatan yang signifikan. Fenomena ini membuka peluang besar bagi lembaga kursus Bahasa Korea, termasuk Telkom University Language Center. Namun, minat yang tinggi terhadap budaya Korea belum berbanding lurus dengan peningkatan jumlah peserta kursus. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya strategis untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap program kursus Bahasa Korea yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah brand experience yang inovatif dan menarik bagi civitas akademik Telkom University, khususnya generasi muda yang menggemari budaya Korea. Brand experience ini diharapkan dapat meningkatkan brand salience dari program kursus Bahasa Korea King Sejong Institute dan memposisikan Telkom University Language Center sebagai pusat pembelajaran bahasa Korea yang terdepan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara mendalam dengan target audiens, studi pustaka, dan penyebaran kuesioner. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT, matriks perbandingan, dan model AISAS untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, serta perilaku konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah konsep brand experience yang diberi nama "Sejong World". Acara ini dirancang sebagai serangkaian kegiatan yang merangkum berbagai aspek budaya Korea, mulai dari kuliner, permainan tradisional, hingga pertunjukan musik. Melalui "Sejong World", peserta dapat merasakan langsung pengalaman belajar bahasa Korea yang menyenangkan dan mendalam. Booth-booth yang disediakan selama acara juga akan memberikan informasi lengkap mengenai program kursus Bahasa Korea King Sejong Institute. Diharapkan dengan adanya "Sejong World", minat masyarakat, khususnya civitas akademik Telkom University, terhadap program kursus Bahasa Korea dapat meningkat secara signifikan. Selain itu, brand experience ini juga diharapkan dapat memperkuat posisi Telkom University Language Center sebagai pusat pembelajaran bahasa Korea yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Kata kunci: kursus Bahasa korea, brand experience, brand saliance, budaya korea.