

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perancangan strategi *brand communication* program Micro-Study Profesional Design, berdasarkan keterangan dari PLT program ini bahwa program ini belum memiliki strategi *brand communication* sedangkan hal tersebut adalah salah satu kunci utama agar program/merek terkait dapat diikuti dan diminati oleh banyak peserta didik. Disisi lain strategi *brand communication* sangat dituntut untuk up to date terhadap tren teknologi masal terbaru seperti konsep *society 5.0* sehingga hal tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam menciptakan strategi yang tepat sasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi penelitian desain, metode ini memperhitungkan tiga aspek yaitu aspek karya hasil desain yang berwujud visual, aspek produsen / klien / pemilik atau pembuat karya desain dan aspek pemirsa/customer atau yang akan menggunakan karya desain. penelitian ini akan menjadi prinsip dari Society 5.0 yaitu *human-centric* sebagai *guidance* sehingga luaran dari penelitian ini yang berupa rancangan/guideline *brand communication* serta *prototype* dari *brand identity*, video promosi dan konten promosi yang dibutuhkan agar program ini dapat menarik perhatian dan programnya diikuti oleh banyak pelanggan di masa depan.

Kata kunci : Progam Micro-credential; Strategi ; brand communication ; branding ; Society 5.0.