

# Memaksimalkan Tampilan Visual dan Verbal dari Brand Anda

## Menjaga Konsistensi Brand Anda



**Menjual Ide**  
Mengembangkan Brand



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS DAN DIADAPTASI OLEH:  
Chtissena Novendy Putra

TERINSPIRASI DARI:  
Platform Usaha Sosial (2016) Brand Guideline PLUSe  
Source (Year) Title





# Memaksimalkan Tampilan Visual dan Verbal dari Brand Anda

Kekuatan *brand* sangat bergantung pada konsistensi elemen-elemennya. Membuat panduan *brand* merupakan satu cara untuk menjaga konsistensi *brand* Anda. Dua hal yang harus diperhatikan mengenai konsistensi *brand* adalah tampilan visual dan verbal.

Seperti pada materi "Membangun Brand yang Kuat untuk usaha sosial Anda", salah satu proses *branding* adalah pengembangan *brand*. Di dalam proses tersebut, tampilan visual dan verbal berperan sangat penting dalam menerjemahkan tujuan utama sosial Anda. Ya, mereka melihat dan mendengar *brand* Anda!

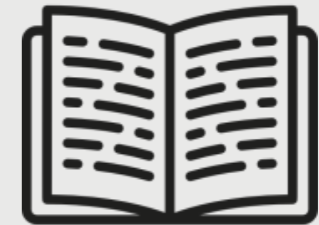
Materi ini akan menjelaskan:

- Bagaimana cara memaksimalkan cerita dari *brand* usaha sosial Anda
- Bagaimana tampilan visual *brand* bisa sesuai dengan target konsumen Anda
- Bagaimana membuat *Brand Guideline* sebagai acuan setiap komunikasi *brand* Anda.

## EMPAT HAL YANG HARUS ANDA PERHATIKAN DALAM TAMPILAN VERBAL BRAND

### 1. KELUARKAN CERITA ANDA

Setiap bisnis pasti punya cerita, begitu juga usaha sosial Anda. Sesuatu yang datang dari hati Anda, mengapa usaha sosial Anda ada. Kemaslah cerita Anda dalam sebuah bentuk yang dapat memenangkan hati pelanggan atau target audiens Anda. Pastikan pelanggan Anda selalu diingatkan dengan gambaran besar dari alasan anda melakukan apa yang Anda lakukan.



### 2. PILIH GAYA BAHASA YANG TEPAT

Anda tentu memiliki target audiens ketika ingin menyampaikan *key message* dan tujuan Anda. Pilihlah gaya bahasa yang sesuai dengan target audiens Anda. Anda tidak ingin menggunakan gaya bahasa orang tua ketika target audiens Anda adalah anak-anak muda dan sebaliknya. Tidak hanya terkait umur, gaya bahasa juga dapat meliputi gender, tempat asal, tingkat pendapatan, dan lain-lain.



### 3. PILIH KOSAKATA-KOSAKATA YANG KHAS

*Brand* yang mudah diingat memiliki hubungan yang sangat tinggi dengan kekuatan *brand* yang bagus. Pemilihan kosakata-kosakata yang mudah diingat dan mudah dicerna sangat penting dalam memupuk kekuatan *brand* dari segi tampilan verbal.



### 4. UTAMAKAN NILAI EKONOMI DAN NILAI SOSIAL PADA SAAT YANG BERSAMAAN

Sebagai usaha sosial, Anda harus memastikan bahwa dalam mengemas tampilan verbal dari *brand* Anda, pelanggan, dan target audiens Anda selalu diingatkan bahwa usaha sosial Anda tidak hanya membawa dampak positif namun juga memiliki manfaat atau nilai produk yang tinggi bagi pelanggan untuk membuat mereka tergerak.





# Memaksimalkan Tampilan Visual dan Verbal dari Brand Anda

## EMPAT HAL YANG HARUS ANDA PERHATIKAN DALAM TAMPILAN VISUAL BRAND

### 1. MEMILIH TIPE HURUF (FONT)

Tipe huruf yang Anda pakai dalam pesan yang Anda sampaikan dalam bentuk teks sangat mempengaruhi persepsi orang mengenai *brand* anda.. Pilihlah tipe huruf atau *font* yang merepresentasikan posisi *brand* Anda. Contohnya jika posisi *brand* anda adalah muda atau dinamis, maka jangan pilih font yang terlihat kaku.



### 2. MEMILIH WARNA DASAR

Anda tentu tidak mau membingungkan pelanggan atau target audiens Anda dengan penggunaan warna yang banyak dalam tampilan visual *brand* Anda. Pilih hanya beberapa warna saja yang sesuai dengan posisi *brand* Anda, setiap warna memiliki filosofinya masing-masing, pilih yang cocok dengan gambaran yang ingin anda tampilkan dalam *brand*.



### 3. PENGGUNAAN ELEMEN GRAFIS LAINNYA

Baik itu penggunaan ikon, bentuk, atau foto, anda harus memastikan bahwa posisi *brand* Anda selalu terjaga. Misalnya dengan posisi *brand* Anda muda dan dinamis, Anda harus memastikan bahwa foto-foto yang digunakan mencerminkan kedua hal tersebut, contohnya foto anak muda yang duduk di kafe atau berdansa.



### 4. TENTUKAN UKURAN LOGO DAN CARA PENGGUNAAN LOGO

Logo yang memiliki banyak variasi akan membuat orang mudah lupa dengan *brand* Anda. Memiliki standar ukuran dan cara penempatan posisi logo akan membantu Anda memiliki tampilan logo yang konsisten sehingga dapat meningkatkan kekuatan *brand* Anda.





# Memaksimalkan Tampilan Visual dan Verbal dari Brand Anda

Panduan brand atau *brand guideline* adalah salah satu alat yang dapat digunakan untuk menjaga konsistensi brand Anda. Brand yang kuat adalah yang dapat membuat target *audiens* tergerak dan selalu teringat nilai-nilai yang Anda bawa sebagai wirausahawan sosial.

Konsistensi dari elemen-elemen *brand* merupakan kunci utama untuk menggaet target *audiens* Anda. Lalu, bagaimana menjaga konsistensi di setiap alat-alat promosi atau pemasaran yang Anda pakai (contoh: website, brosur, pamflet, dll)? Tentu Anda harus menentukan standar dan mengemasnya agar tim Anda mudah mengerti.



"Konsistensi adalah Kuncinya"

## LIMA HAL YANG HARUS ADA DI DALAM BRAND GUIDELINE

### 1. POSISI BRAND



### 2. CERITA BRAND



### 3. ESENSI BRAND



### 4. NILAI-NILAI BRAND



### 5. TEKNIS PENGGUNAAN ELEMEN GRAFIS

