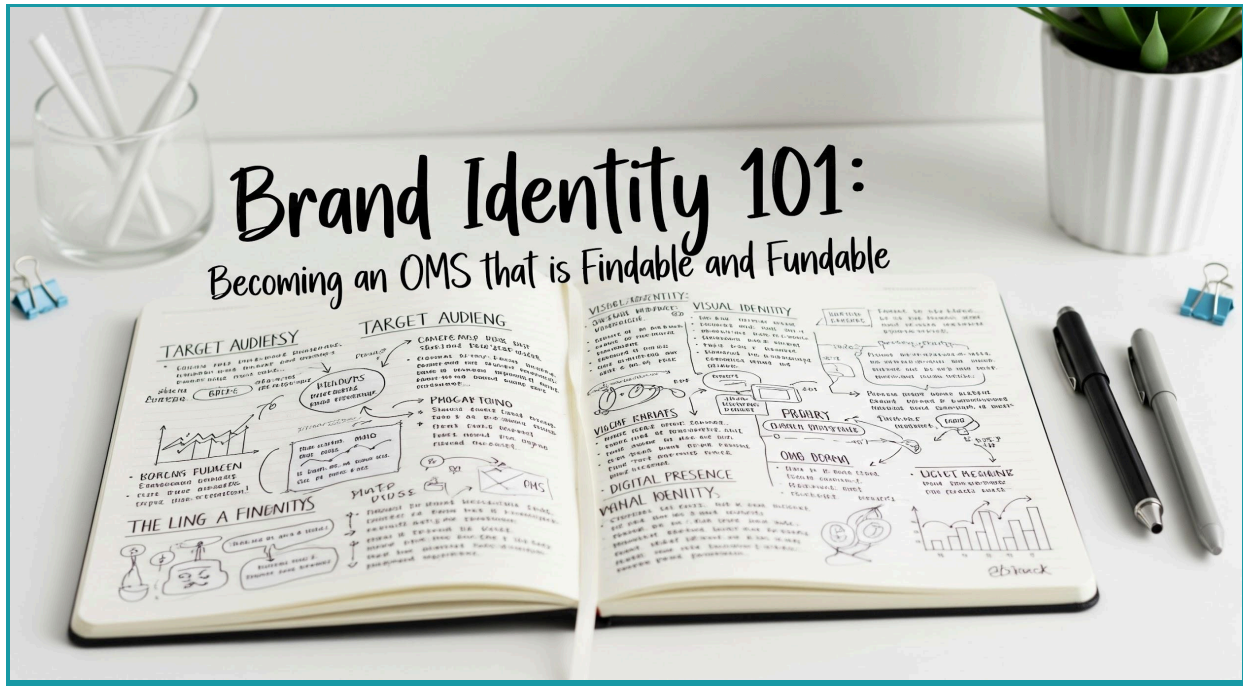


# Brand Identity 101:

## Menjadi OMS yang Findable dan Fundable



## Rangkuman Akhir:

# Apa yang Sudah Kita Pelajari?

Kita telah menempuh sebuah perjalanan penting; bukan sekadar tentang membangun citra organisasi, tapi tentang merumuskan ulang siapa Anda, apa yang Anda perjuangkan, dan bagaimana Anda ingin dikenali dan diingat oleh dunia luar.

## Rekap Singkat

### 1. *Brand Identity*

Kita mulai dengan memahami bahwa identitas organisasi bukan sekadar logo atau nama. Ini adalah keseluruhan kesan dan pengalaman yang dibentuk dari nilai, suara, hingga tampilan visual.

### 2. *Brand Purpose*

Kita menyelami alasan terdalam mengapa organisasi Anda ada. Ini adalah jiwa yang menggerakkan aksi Anda, bukan sekadar kalimat visi-misi di dokumen internal.

### 3. *Audience Persona*

Kita belajar memetakan siapa yang ingin Anda pengaruhi. Karena komunikasi yang tepat sasaran hanya mungkin jika Anda benar-benar mengenal siapa yang diajak bicara.

### 4. *Brand Message*

Kita merumuskan pesan inti yang sederhana, jelas, dan menggugah agar publik memahami misi Anda, dan lebih mudah tergerak untuk mendukungnya.

### 5. *Brand Personality*

Kita memilih karakter organisasi: apakah ingin tampil sebagai sahabat muda yang optimis, pemikir strategis yang tegas, atau pendamping yang empatik. Karena seperti manusia, *brand* juga dikenang lewat karakternya.

### 6. *Visual Identity*

Kita menerjemahkan semua nilai dan karakter itu ke dalam tampilan visual yang konsisten. Karena mata adalah pintu masuk pertama menuju kesan yang mendalam.

## 7. *Brand Guide*

Akhirnya, kita menyusun pedoman agar semua orang yang bekerja di organisasi; baik staf, relawan, maupun mitra dapat menjaga identitas ini bersama-sama.

### **Apa Selanjutnya?**

Dengan semua pengetahuan ini, Anda tidak hanya menjadi lebih siap untuk membangun citra organisasi yang kuat. Anda juga sudah memiliki alat-alat praktis untuk menjadikan organisasi Anda:

- Lebih dikenali oleh media dan masyarakat;
- Lebih dipercaya oleh donor dan mitra;
- Lebih mudah didukung oleh mereka yang ingin ikut bergerak bersama.

Karena *branding* di dunia non-profit bukan soal menjual, tapi soal menyampaikan makna dan membangun dampak.

### **Action Steps Setelah Modul Ini**

Berikut beberapa langkah konkret yang bisa langsung Anda lakukan:

- *Review* kembali komunikasi organisasi Anda saat ini. Apa yang sudah kuat, apa yang perlu diperbaiki?
- Ajak tim Anda berdiskusi soal *brand purpose*, *audience persona*, dan *brand message*.
- Mulailah menyusun atau memperbarui *brand guide* organisasi Anda.
- Uji coba narasi dan visual baru ke publik. Lihat apakah persepsinya berubah.

Ingat, *brand* bukan hanya soal apa yang Anda katakan, tapi tentang bagaimana Anda dikenang. Bangunlah identitas yang tidak hanya dikenali, tapi juga diingat dan dipercaya. Karena dunia butuh lebih banyak organisasi seperti Anda, yang tidak hanya bekerja dalam diam, tapi juga bersuara dengan makna. Sampai jumpa di ruang belajar berikutnya!