



Apa itu Brand Voice? Strategi, Pentingnya, dan Contoh

Description

Membangun brand identity yang kuat dan mengesankan sangat penting untuk membantu bisnis Anda menonjol dari ribuan bisnis yang telah ada saat ini. Salah satu aspek penting dalam menciptakan brand identity yang kuat adalah membuat brand voice yang konsisten dan menarik, yang merefleksikan brand personality, brand values, dan brand positioning Anda. Brand voice yang kuat dapat membantu Anda membuat koneksi yang bermakna dengan target audiens, membangun kepercayaan dan brand recognition, serta meningkatkan brand experience secara keseluruhan.

Dalam artikel ini, akan dibahas terkait pentingnya memiliki tone of voice yang selaras dalam semua aspek brand communication, mulai dari konten website, postingan media sosial dan interaksi dengan pelanggan. Terdapat pula pembahasan terkait strategi untuk mengembangkan tone of voice yang selaras dengan brand image, brand messaging, dan customer personas. Dengan mengikuti panduan dalam artikel ini, Anda dapat menciptakan writing style dan brand storytelling yang autentik untuk memperkuat brand loyalty dan diferensiasi dari pesaing.

Apa itu Brand Voice?



Brand voice adalah kepribadian yang diciptakan sebuah bisnis untuk berkomunikasi dengan target audience mereka di berbagai media. [Aspek](#) ini mencakup pendekatan yang seragam dalam hal nada, gaya, dan pesan untuk membangun pengakuan brand dan menumbuhkan koneksi dengan audience. [Brand voice](#) yang kuat dapat membantu Anda membentuk koneksi yang bermakna dengan audiens, yang sangat penting untuk mendorong mereka terlibat dengan brand Anda.

[Brand voice](#) menjadi elemen penting dalam [brand identity](#) Anda, yang dikomunikasikan melalui pesan, konten, visual, bahkan penawaran produk Anda. Dibutuhkan brand voice yang kuat untuk secara efektif berkomunikasi dengan pelanggan.

Aspek ini bukan hanya tentang cara kita berbicara atau menulis, tetapi juga tentang bagaimana kita berinteraksi dan berkomunikasi dengan audience. Brand voice yang kuat dan konsisten membantu menciptakan identitas brand yang jelas dan mudah dikenali. Hal ini sangat penting untuk membangun koneksi emosional dengan audience, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi brand di pasar.

Brand voice yang kuat juga dapat membantu Anda menonjol di mata pelanggan. Menurut Harvard Business Review, pelanggan yang *“terkoneksi sepenuhnya”* yang sepenuhnya puas dengan brand Anda dan dapat melihat *“diferensiasi brand”* *“52% lebih berharga daripada pelanggan yang ‘sangat puas’ yang puas dengan produk yang Anda tawarkan tetapi tidak sepenuhnya terhubung dengan brand Anda. Anda harus menargetkan agar pelanggan Anda ‘terkoneksi sepenuhnya’ sehingga mereka dapat membedakan brand Anda dari brand lain. Di sinilah brand voice Anda berperan penting.*

Elemen Kunci Brand Voice



Brand voice mencakup kata-kata dan bahasa yang Anda gunakan untuk berbicara dengan audience Anda. Namun, yang lebih penting adalah bagaimana voice ini mewakili â??perspektif unikâ?• dan value yang Anda pegang.

[Elemen](#) utama dari brand voice meliputi:

1. Brand Tone

Brand tone adalah sikap yang digunakan untuk menyampaikan value dan keyakinan Anda. Ini adalah cara Anda berbicara dan bagaimana Anda menyampaikan pesan. Tone dapat bervariasi tergantung pada konteks, tetapi harus selalu konsisten dengan brand voice Anda.

2. Brand Personality

Brand personality adalah sifat-sifat dan karakteristik brand Anda. Ini menciptakan citra yang lebih hidup dan dapat dikenali oleh audience. Personality membantu memperkuat pesan dan bahasa yang Anda gunakan dengan menciptakan voice yang lebih khas dan terdefinisi.

Membedakan Brand Voice dari Brand Tone



Brand voice dan [brand tone](#) berkolaborasi bersama untuk mendefinisikan brand personality Anda. Brand voice adalah kepribadian yang Anda refleksikan melalui komunikasi yang ditujukan kepada target audience Anda, membantu membangun koneksi yang berkesan antara brand dan mereka.

Sementara itu, brand tone dapat berubah tergantung pada audiens atau jenis konten. Jika brand voice mencakup kata-kata dan bahasa yang Anda gunakan, maka brand tone membantu mendefinisikan cara Anda menggunakan kata-kata dan bahasa tersebut. Tone bisa bersifat peduli dan ramah atau lebih santai dan langsung—apapun itu, harus selaras dengan brand voice Anda secara keseluruhan.

Dengan demikian, [brand voice](#) adalah kepribadian yang konsisten, sementara brand tone bervariasi sesuai konteks. Keduanya membantu Anda membangun brand awareness melalui konsistensi serta memberi karakter dan menekankan kepribadian brand Anda.

Mengembangkan Brand Voice yang Menarik

Brand voice Anda lebih dari sekadar kata-kata di halaman atau slogan yang menarik. Kepribadian, nada, dan gaya yang Anda gunakan menyampaikan brand identity dan value brand Anda kepada audience.

Langkah pertama untuk menciptakan brand voice yang menarik adalah memahami secara mendalam target audience Anda. Apa value, preferensi, dan tantangan mereka? Bagaimana brand Anda dapat memberikan solusi atau dukungan? Lakukan penelitian audience yang menyeluruh untuk mengumpulkan wawasan yang akan menginformasikan brand voice Anda.

Menentukan Brand Values dan Target Audiens

Brand Anda harus memiliki kepribadian yang selaras dengan value dan aspirasi audience Anda. Apakah Anda jenaka dan imajinatif, atau serius dan berwibawa? Definisikan sifat dan karakteristik kepribadian brand Anda, karena ini akan membimbing nada dan gaya Anda.

Konsistensi sangat penting dalam membangun brand voice yang kuat. Jika brand voice Anda ramah dan informal atau profesional dan formal, pastikan Anda tetap konsisten di semua saluran komunikasi, dari website dan media sosial hingga interaksi layanan pelanggan.

Pilihlah kata-kata dan frasa yang menarik bagi audience Anda. Bicaralah dalam bahasa yang mereka pahami dan gunakan terminologi yang mencerminkan minat dan kebutuhan mereka. Hindari jargon atau bahasa teknis yang mungkin membuat mereka merasa asing atau bingung.

Narasi adalah alat yang ampuh untuk menyampaikan brand voice Anda. Buatlah cerita brand yang menarik yang terhubung secara emosional dengan audience Anda. Bagikan perjalanan, value, dan misi brand Anda dengan cara yang menginspirasi dan menarik bagi target audience Anda.

Menentukan Tone, Bahasa, dan Gaya



Brand voice Anda harus menunjukkan empati dan pemahaman terhadap tantangan yang dihadapi oleh audience Anda. Tinjau masalah mereka dan tawarkan solusi yang relevan. Posisikan brand Anda sebagai mitra yang peduli dan berkomitmen untuk meningkatkan kualitas hidup mereka.

Autentisitas dan transparansi adalah elemen yang tidak bisa ditawar dalam lanskap pemasaran saat ini. Jadilah jujur tentang kekuatan dan kelemahan brand Anda. Akui kesalahan dan tunjukkan sisi manusiawi dari brand Anda. Autentisitas membangun kepercayaan, dan kepercayaan mengarah pada loyalitas pelanggan.

Cara Membuat Brand Voice

Brand voice Anda harus berkembang dan berubah seiring waktu. Evaluasilah secara berkala bagaimana audience Anda merespons pesan Anda. Gunakan pengujian A/B dan kumpulkan umpan balik untuk menyempurnakan brand voice Anda dari waktu ke waktu. Tetaplah peka terhadap perubahan preferensi audience Anda dan sesuaikan pendekatan Anda sesuai kebutuhan.

Contoh Brand Voice yang Sukses

Apple: Kesederhanaan dan Modernitas

[Apple](#) memiliki brand identity yang kuat dan ikonik yang dibangun di sekitar filosofi desain yang sederhana namun modern. Logo Apple yang terkenal—apel dengan gigitan—dirancang oleh Rob

Janoff untuk melambangkan pengetahuan dan buah terlarang. Filosofi desain Apple berpusat pada satu kata: kesederhanaan. Mereka percaya dalam menciptakan produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga estetis dan mudah digunakan.

Komitmen Apple pada minimalisme dan desain berpusat pada pengguna terlihat jelas di semua produk mereka, mulai dari garis ramping iPhone hingga antarmuka intuitif Mac. Mereka percaya bahwa teknologi harus meningkatkan kehidupan kita tanpa membingungkan kita dengan kerumitan. Jonathan Ive, desainer legendaris yang berperan penting dalam penciptaan produk ikonik seperti iPhone dan MacBook, sangat berpengaruh dalam membentuk filosofi desain Apple. Obsesi Ive dengan detail dan pengejaran kesempurnaan menghasilkan produk yang bukan hanya alat tetapi juga karya seni.

Apple mempertahankan tone yang kasual namun serius, penuh rasa hormat, dan antusias. Mereka fokus pada desain inovatif dan fungsionalitas produk mereka. Pendekatan ramah dan berpengetahuan ini memposisikan Apple sebagai sekutu bagi pelanggannya, membantu mereka mengungkap potensi kreatif mereka. Nada suara Apple di halaman iPhone 14 sangat percaya diri, aspiratif, dan terampil, dengan gaya penulisan yang membuat iPhone 14 terlihat seperti ponsel terbaik di pasaran.

Fenty Beauty: Berani dan Inklusif

Fenty Beauty adalah brand kosmetik yang berani dan inklusif, menciptakan gerakan industri yang menentang norma. Diluncurkan dengan 40 warna foundation yang melayani berbagai jenis kulit, Fenty Beauty menyuarakan inklusivitas dan membuat pernyataan bahwa semua wanita layak mendapatkan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kampanye pemasaran Fenty Beauty yang menampilkan model dari berbagai latar belakang dan warna kulit membuat brand ini tampak segar dan menyegarkan.

[Fenty Beauty](#) memiliki pengaruh signifikan pada budaya populer, terutama di industri kecantikan. Strateginya menghasilkan nilai media sebesar \$72 juta dalam satu bulan pertama, menunjukkan betapa menguntungkannya inklusivitas. Dengan wanita berseru di media sosial “ambil semua uangku!”, Fenty Beauty berhasil menciptakan gerakan yang membuat industri kosmetik mengikuti jejaknya dalam menyediakan pilihan yang lebih beragam.

Duolingo: Humoris dan Menarik

Duolingo menonjol dengan kepribadian brand yang jenaka dan menghibur di media sosial, terutama TikTok. Sebagai aplikasi pembelajaran bahasa yang digamifikasi, Duolingo fokus pada membuat proses belajar bahasa menjadi menyenangkan. Maskot mereka, Duo si Burung Hantu dan Lily berambut ungu, menjadi ikon yang membuat Duolingo terlihat lebih manusiawi, dapat diakses, dan akrab bagi pengguna di seluruh dunia.

Duolingo selalu mengikuti tren budaya populer terbaru, dari film baru hingga tantangan dansa viral di TikTok. Mereka memasukkan sentuhan humor khas mereka ke dalam konten yang mengacu pada budaya populer, membuatnya mudah dibagikan dan diingat. Duolingo juga aktif terlibat dengan

penggemar di kolom komentar dan merespons dengan cara yang jenaka dan menghibur, menciptakan komunitas yang terhubung.

[Duolingo](#) tidak bermain aman dengan menciptakan konten pendidikan biasa. Alih-alih, mereka menciptakan persona media sosial yang aneh dan menyenangkan yang membuat penonton tertarik, terkejut, dan terhibur. Strategi ini menghasilkan pertumbuhan pengguna aktif harian sebesar 65% dan pertumbuhan pengguna aktif bulanan sebesar 46% pada 2023, serta peningkatan pendapatan total sebesar 45% mencapai \$151,0 juta pada kuartal keempat 2023. Individualitas [Duolingo](#) bersinar melalui kampanye media sosial mereka â?? dan itu adalah resep kesuksesan mereka.

Kesimpulan

Melalui brand voice yang kuat dan konsisten, Anda dapat membangun hubungan yang bermakna dengan pelanggan. Dengan memahami elemen-elemen kunci seperti tone dan personality, serta pentingnya membedakan brand Anda dari yang lain, Anda dapat menciptakan komunikasi yang efektif dan berdampak. Brand voice yang otentik dan relevan akan membantu Anda menyampaikan pesan yang menginspirasi dan memikat, menjadikan brand Anda lebih menonjol di mata pelanggan.

Dengan mengikuti strategi yang tepat, mulai dari memahami audience, menciptakan proposisi value, menganalisis pasar, mengembangkan brand voice yang kuat, menyusun pernyataan pesan kunci, hingga mengimplementasikan pesan tersebut di berbagai saluran, brand dapat menciptakan koneksi emosional yang mendalam dengan konsumen. Selain itu, menerima feedback dan terus beradaptasi dengan perubahan pasar juga penting untuk menjaga relevansi brand message.

Pada akhirnya, brand voice yang solid dan otentik akan membantu brand memenangkan loyalitas dan kepercayaan konsumen dalam jangka panjang. Melalui pemahaman yang mendalam tentang audience, value inti, dan [identitas brand](#), bisnis dapat menyampaikan pesan yang bermakna dan menginspirasi, sehingga mampu menonjol di tengah keramaian pasar.

Pentingnya Kerja Sama dengan Branding Agency dalam Membuat Brand Voice

Bekerja sama dengan branding agency yang berpengalaman seperti Creativeans sangat penting dalam mengembangkan brand voice yang kuat dan konsisten. Branding agency memiliki keahlian dalam memahami pasar, merumuskan strategi komunikasi, dan menciptakan tone of voice yang selaras dengan brand values dan audience Anda. Mereka dapat membantu mengidentifikasi elemen-elemen unik dari brand Anda dan menyusunnya menjadi pesan yang jelas dan menarik.

Dengan dukungan branding agency, Anda dapat memastikan bahwa setiap aspek komunikasi brand, mulai dari website hingga media sosial, mencerminkan brand personality yang autentik dan berkesan, meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan serta memperkuat posisi brand Anda di pasar.

40