



Menentukan Brand Personality untuk Bisnis Anda

Description

Mengembangkan brand personality yang kuat dan otentik adalah kunci sukses bagi bisnis dalam membangun ekuitas merek (brand equity) dan menjalin hubungan yang bermakna dengan target audiens. Brand personality membantu menciptakan diferensiasi dari kompetitor, meningkatkan brand awareness, serta membangun koneksi emosional dan loyalitas dengan konsumen. Artikel ini akan membahas terkait konsep brand personality, tipe-tipenya, pentingnya bagi bisnis, dan strategi efektif untuk menentukan brand personality yang tepat dan selaras dengan identitas merek (brand identity), nilai-nilai (brand values), positioning, serta persepsi konsumen.

Pembahasan akan mencakup definisi brand personality menurut para ahli branding, mengidentifikasi atribut-atribut kepribadian yang relevan dengan bisnis, memahami preferensi target audiens, dan menyampaikan brand story yang menarik secara konsisten di semua titik sentuh (touchpoints). Dengan brand personality yang kuat, bisnis dapat membangun brand recognition yang lebih baik, meningkatkan ekuitas merek, serta memfasilitasi brand messaging dan visual identity yang efektif dalam memperkuat tone of voice dan brand positioning di benak konsumen.

Pengertian Brand Personality



Brand personality merupakan salah satu faktor yang mendorong seseorang untuk membeli suatu produk. Seperti manusia, brand juga memiliki karakteristik yang berbeda-beda, seperti elegan, natural, sederhana, mewah, unik, lucu, dll. Karakteristik brand tersebut kemudian dicocokkan dengan karakteristik konsumen sehingga hal inilah yang membuat brand personality menjadi salah satu faktor yang mendorong minat beli konsumen.

Pengertian dari [brand personality](#) sendiri adalah bagian dari brand image yang dipegang oleh konsumen dan mengacu pada antropomorfisasi brand, dimana atribut manusia melekat pada objek brand, yang diperlakukan seperti orang dengan siapa mereka mungkin suka membentuk suatu hubungan.

Type-Type Brand Personality

Excitement

Excitement adalah brand personality yang membangkitkan semangat, kegembiraan, dan kesenangan. Brand dengan kepribadian ini cenderung bebas, dinamis, ekspresif, dan penuh semangat. Personality ini sering digunakan oleh brand yang menargetkan generasi muda. Contoh brand dengan personality ini adalah Nike, Red Bull, dan GoPro.

Sincerity

Sincerity adalah brand personality yang jujur, autentik, positif, membawa kebaikan, dan peduli terhadap konsumen. Dibandingkan personality lainnya, sincerity cenderung mengarah pada nilai-nilai kekeluargaan. Brand dengan kepribadian sincerity menunjukkan kesederhanaan, kejujuran, dan kepedulian sosial. Contoh brand dengan personality ini adalah The Body Shop, Patagonia, dan Dove.

Ruggedness

Ruggedness mengacu pada brand personality yang tangguh, atletik, aktif, kuat, dan berani. Brand dengan persona ruggedness menunjukkan keberanian, kegagahan, dan ketangguhan. Personality ini biasanya digunakan oleh brand yang berkaitan dengan olahraga, otomotif, atau perlengkapan pria. Contoh brand dengan personality ini adalah Harley-Davidson, Jeep, dan Timberland.

Competence

Competence adalah brand personality yang menunjukkan sifat kompeten, efisien, dan profesional. Personality ini biasa digunakan oleh brand untuk menunjukkan kesuksesan, pengaruh, hingga kesan leadership. Dengan menggunakan personality ini, brand dapat menunjukkan kemampuan dan profesionalisme mereka. Contoh brand dengan personality ini adalah BMW, IBM, dan Samsung.

Sophistication

Sophistication mengacu pada brand personality yang elegan, mewah, dan berkelas. Brand dengan personality ini menunjukkan kemewahan, keanggunan, dan kesempurnaan. Persona ini sangat lekat dengan brand mahal yang dikenal bergengsi dan berkelas. Contoh brand dengan personality ini adalah Chanel, Rolex, dan Mercedes-Benz.

Fungsi Brand Personality

Pembeda dari Kompetitor

Brand personality adalah alat untuk membedakan brand bisnis dari kompetitor. Di tengah persaingan yang semakin ketat, personality yang kuat membantu konsumen lebih mudah menemukan dan mengingat produk kita. Personality yang kuat akan membantu masyarakat menemukan nilai lebih dari produk yang kita jual.

Memperkuat Brand Story

Brand personality sangat erat kaitannya dengan membangun brand story yang relate dengan konsumen. Ketika ada story yang relate dengan konsumen, maka akan menarik minat konsumen untuk menggunakan produk kita. Brand story juga menjadi salah satu alasan mengapa orang tertarik memilih produk kita dibanding yang lain.

Menyebarkan Brand Awareness

Brand personality memudahkan orang mengenali dan mengingat produk kita, yang pada akhirnya meningkatkan [brand awareness](#). Personality yang unik membantu orang mengetahui produk kita dan pasti akan mempengaruhi penjualan produk.

Mengembangkan Koneksi Emosional

Personality yang tepat mampu membangun koneksi emosional dengan pelanggan, kunci penting keberhasilan sebuah brand. Saat sudah terkoneksi dengan baik, maka semakin banyak orang tertarik membeli atau menggunakan produk.

Memudahkan Komunikasi

Dengan brand personality, komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan akan lebih mudah. Beragam pesan seperti promo dan lainnya akan lebih efektif disampaikan, karena personality membantu menyampaikan brand messaging dengan maksimal.

Cara Menentukan Brand Personality yang Tepat

Berikut adalah cara-cara efektif untuk menentukan brand personality yang tepat bagi bisnis Anda:

1. Pahami Brand Anda secara Mendalam

Langkah pertama adalah memahami nilai-nilai inti dan tujuan brand (brand purpose) Anda. Ajukan pertanyaan seperti:

- Apa yang ingin Anda sampaikan kepada konsumen?
- Apa misi dan visi brand Anda?
- Apakah brand Anda berfokus pada inovasi, keberlanjutan, atau kepuasan pelanggan?

Jawaban atas pertanyaan ini akan membantu membentuk landasan brand personality yang selaras dengan identitas brand.

2. Pertimbangkan Tone dan Voice dari Brand

Brand personality harus tercermin dalam semua aspek komunikasi brand, termasuk logo, desain, pesan, dan perilaku brand. Tentukan tone visual seperti logo, warna, dan desain kemasan, serta [voice](#) seperti nada percakapan, bahasa, dan gaya penulisan yang sesuai dengan karakteristik brand personality.

3. Ketahui Pesan yang Ingin Disampaikan

Pahami target audiens yang ingin Anda raih. Brand personality harus relevan dengan konsumen yang Anda targetkan. Misalnya, jika Anda mengincar audiens muda dan petualang, brand personality yang berani dan inovatif mungkin lebih cocok.

Identifikasi tipe brand personality yang sesuai berdasarkan nilai, tujuan, dan audiens Anda. Apakah brand Anda ingin memiliki brand personality yang jujur, semangat, kompeten, mewah, atau tangguh? Anda dapat menggunakan kerangka brand personality dari Aaker untuk menentukan ini.

4. Jaga Konsistensi dalam Mengomunikasikan Brand Personality

Konsistensi adalah kunci untuk [menciptakan citra yang kuat](#) di mata konsumen. Pastikan brand personality Anda tercermin dalam semua aspek bisnis, mulai dari komunikasi pemasaran hingga layanan pelanggan. Hal ini akan membantu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

5. Lakukan Riset Pasar dan Uji Coba Brand Personality

Lakukan riset pasar dan uji coba brand personality Anda dengan audiens target untuk memastikan efektivitasnya dalam menarik konsumen. Dapatkan umpan balik dan pelajari respons konsumen. Ini akan membantu Anda mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan memastikan bahwa brand personality Anda benar-benar resonan dengan audiens.

6. Pantau Tren Pasar dan Perkembangan Audiens

Pantau tren pasar dan perkembangan audiens secara berkala. Jika perlu, adaptasi dan perbarui brand personality Anda agar tetap relevan. Dunia bisnis selalu berubah, dan menjaga brand personality yang up-to-date adalah cara terbaik untuk tetap relevan dan kompetitif.

Kesimpulan

Membangun brand personality yang kuat dan otentik adalah kunci untuk menciptakan diferensiasi dan koneksi emosional dengan konsumen. Dengan memahami nilai-nilai inti bisnis, menargetkan audiens yang tepat, dan mengomunikasikan brand personality secara konsisten di semua titik sentuh, bisnis dapat meningkatkan ekuitas brand, memperkuat posisi di pasar, serta membangun loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

Proses penentuan brand personality yang tepat membutuhkan upaya yang terencana dan berkelanjutan, mulai dari menganalisis identitas brand hingga melakukan riset pasar dan adaptasi sesuai perkembangan tren. Namun, dengan brand personality yang kuat, bisnis akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dalam membentuk persepsi dan hubungan yang bermakna dengan konsumen.