

Digital Personal Branding dalam Bentuk Visual dan Audio

KOLABORASI DIGITAL PENGUATAN SDM MEWUJUDKAN PROGRAM UNGGULAN BERSEKOLAH
GRATIS DAN PENDIDIKAN BERKELANJUTAN



Tujuan Pembelajaran

Setelah mengikuti sesi ini, peserta diharapkan mampu:

01

MEMAHAMI KONSEP DASAR PERSONAL
BRANDING DI ERA DIGITAL.

02

MENYUSUN ELEMEN IDENTITAS VISUAL
UNTUK MEREPRESENTASIKAN CITRA
DIRI PROFESIONAL

03

MENGHASILKAN KONTEN AUDIO YANG
MEMPERKUAT PESAN PERSONAL
BRANDING

04

DISTRIBUSI PERSONAL BRANDING
VISUAL DAN AUDIO DI BERBAGAI
PLATFORM DIGITAL

Konsep Dasar Digital Personal Branding





Konsep Dasar Personal Branding Digital

Definisi Menurut Montoya dan Vandehey (2008)

personal branding adalah **proses membangun persepsi** publik tentang **siapa kita**, apa yang kita kuasai, dan **nilai** apa yang kita tawarkan kepada orang lain.

Definisi Menurut Menurut Erwin dan Tumewu (2014)

Personal brand adalah **citra diri yang berkaitan dengan keahlian, perilaku, atau prestasi yang dibangun secara sengaja atau tidak sengaja** untuk menampilkan citra diri seseorang.

Dalam membangun personal branding digital, perlu memahami bahwa branding bukan hanya tentang “**bagaimana terlihat**”, tetapi “**bagaimana dipercaya dan dapat diingat**”

Mengapa Perlu Membangun Personal Branding Digital?

Media sosial kini berfungsi sebagai “reputasi digital”, hal ini bermakna: (Binus University (2020))

01

Tempat untuk menunjukkan profesionalitas dan inspirasi kepada masyarakat.

02

Sarana berbagi konten edukatif, inovasi pembelajaran, dan refleksi diri.

03

Media untuk membangun jejaring profesional dan kolaborasi instansi atau komunitas.

04

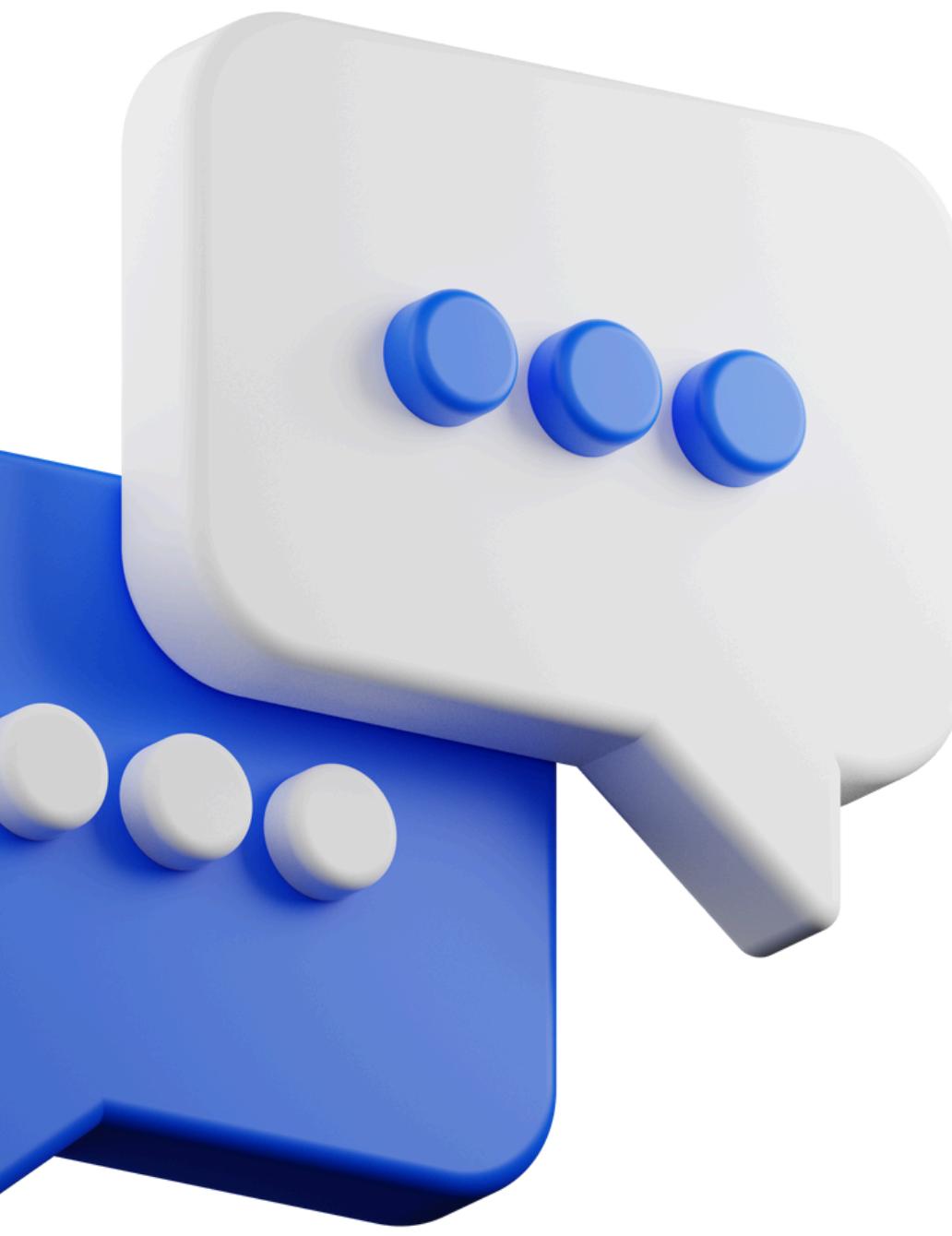
Upaya memperkuat kepercayaan publik terhadap kompetensi ASN era informasi



Tiga Pilar Personal Branding Era Digital



Autentik



Menjadi diri sendiri secara jujur dan terbuka tanpa berpura-pura demi kesempurnaan semu. Keaslian adalah fondasi kepercayaan karena dari ketulusan, yang membuat orang percaya dan terhubung dengan Anda secara nyata.

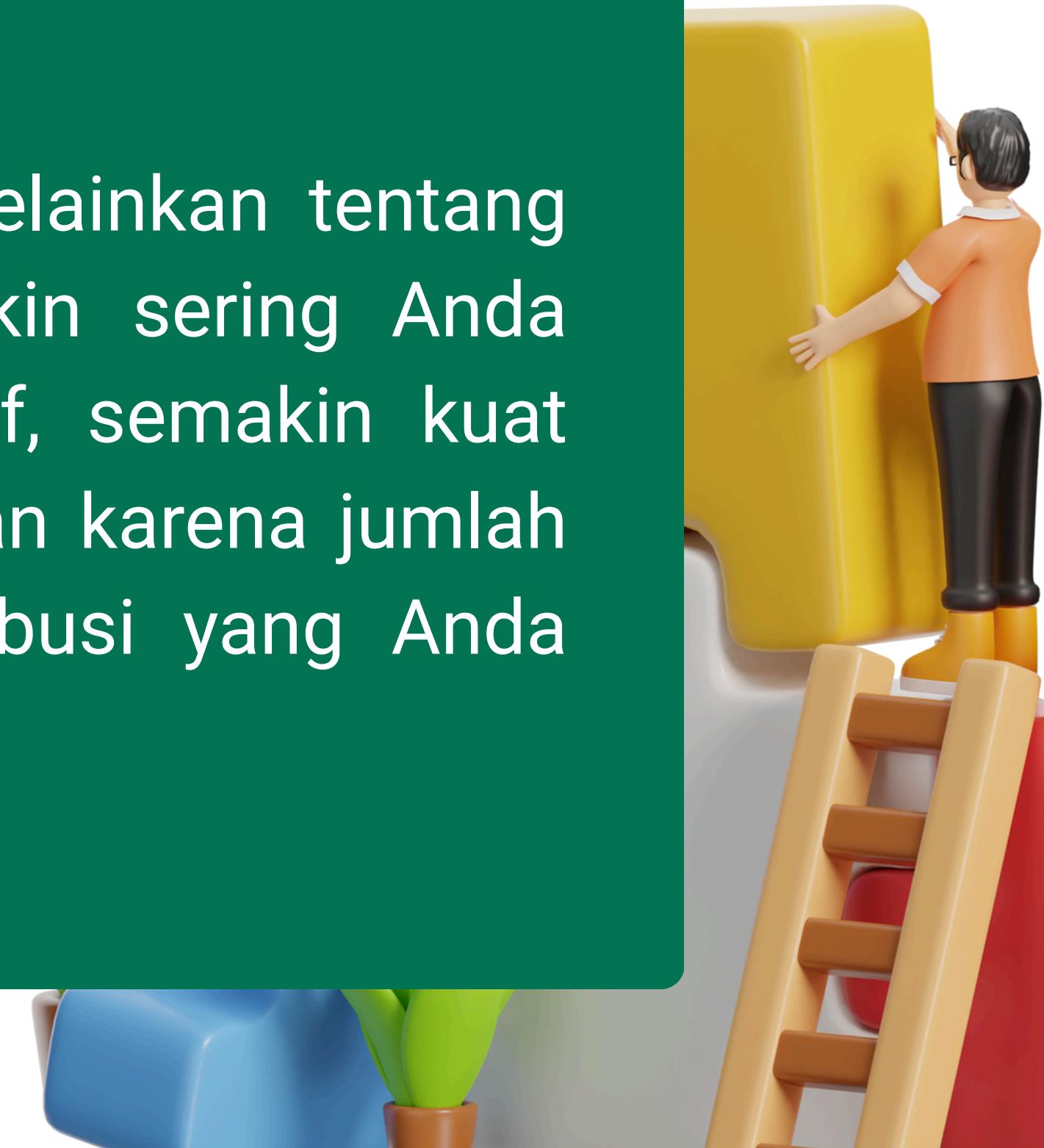
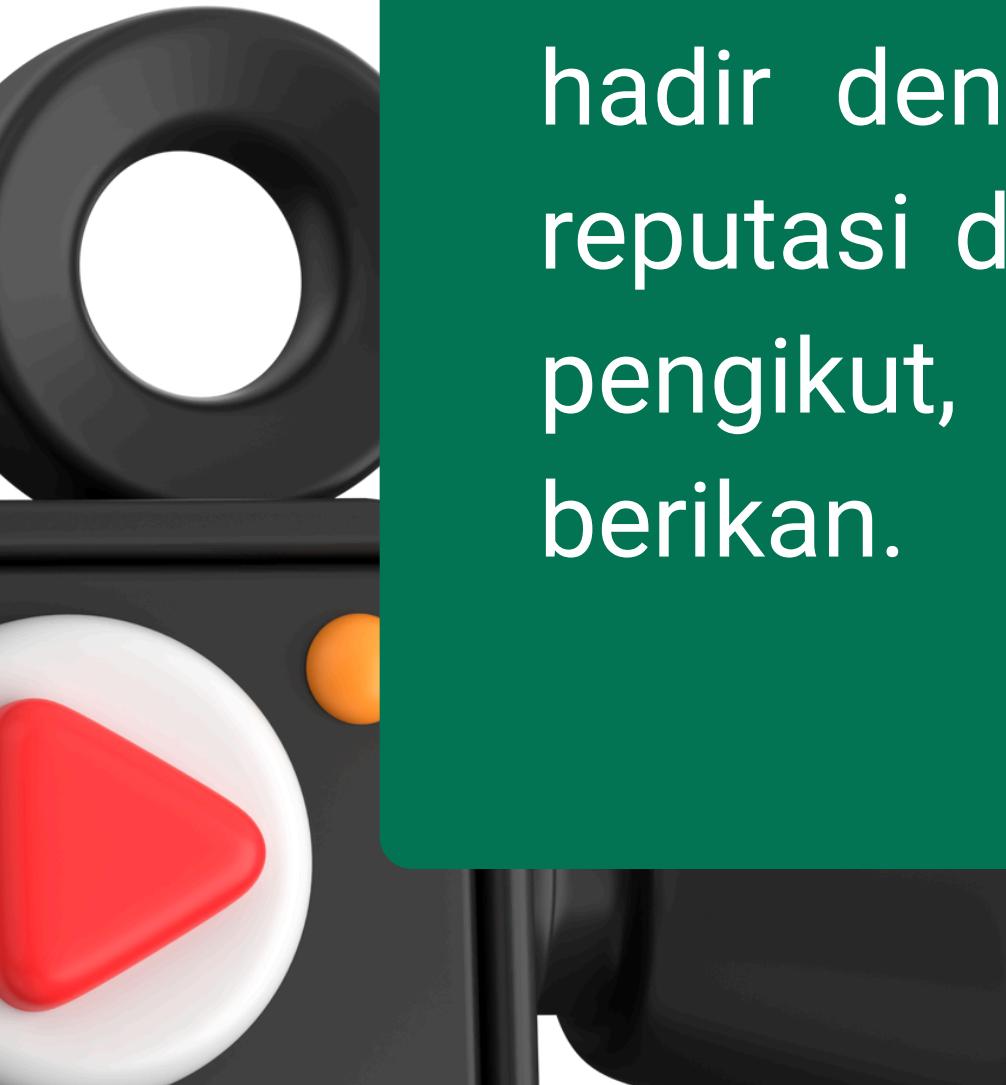
Konsistensi

Menjaga keselarasan antara pesan, nilai, dan gaya komunikasi di seluruh media digital agar identitas diri terlihat jelas dan utuh. Konsistensi mencerminkan komitmen terhadap jati diri karena semakin konsisten Anda tampil, semakin mudah publik mengenali, menghargai, dan mempercayai Anda.



Visibility

Visibility bukan tentang popularitas, melainkan tentang relevansi dan kontribusi nyata. Semakin sering Anda hadir dengan nilai dan dampak positif, semakin kuat reputasi digital yang Anda bangun bukan karena jumlah pengikut, tetapi karena kualitas kontribusi yang Anda berikan.

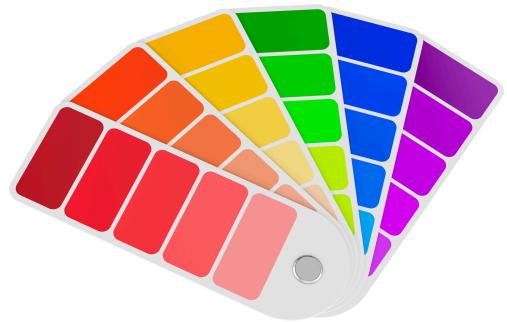


Membangun Identitas Visual Diri



Membangun Identitas Visual Diri

Visual branding adalah cara seseorang menampilkan citra dan nilai dirinya melalui elemen visual agar mudah dikenali, diingat, dan menciptakan kesan profesional di ruang digital.



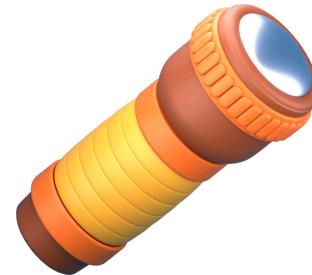
Warna



Bentuk



Tipografi



Gaya Visual

Warna

Warna mencerminkan kepribadian dan emosi karena secara psikologis, setiap warna memiliki asosiasi tertentu yang dapat menimbulkan persepsi, suasana hati, serta reaksi emosional pada audiens. Dalam konteks visual branding, warna bukan sekadar unsur estetika, melainkan alat komunikasi nonverbal yang menyampaikan nilai, karakter, dan identitas seseorang atau organisasi secara instan.

Fungsi Warna dalam Personal Branding Digital

1. Mencerminkan Kepribadian Diri
2. Membangun Kesan Pertama (First Impression)
3. Membentuk Konsistensi Visual
4. Menguatkan Nilai Emosional dan Pesan Komunikasi

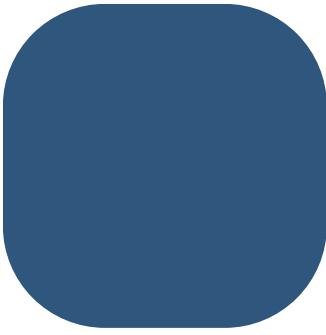
Morton, J. (2006). *Color Matters: The Science and Art of Color*. Colorcom Press.

Telkom University (2023). Personal Branding di Era Digital: Strategi Membangun Identitas Profesional.

Binus University (2020). Media Sosial sebagai Sarana Personal Branding.

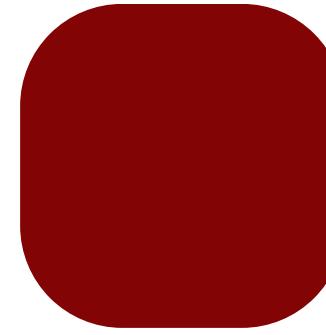


Makna Psikologis Beberapa Warna Umum



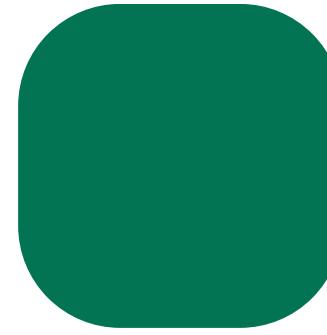
Biru

Profesional, tenang, terpercaya
ASN, pendidik, institusi formal



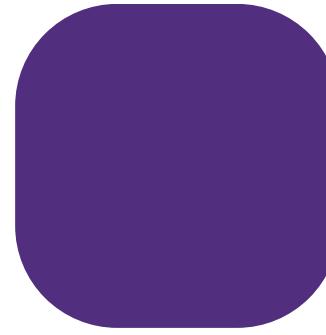
Merah

Energi, semangat, keberanian
Kreator, pebisnis, motivator



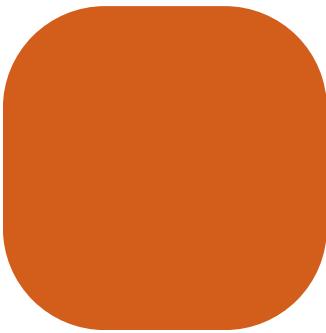
Hijau

Harmonis, alami, keseimbangan
Aktivis lingkungan, edukator



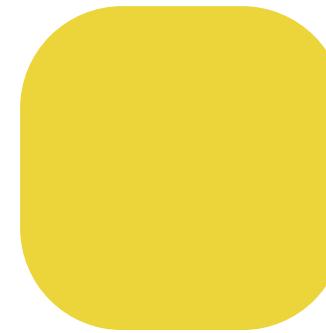
Ungu

Elegan, inspiratif, spiritual
Konsultan, mentor, content creator



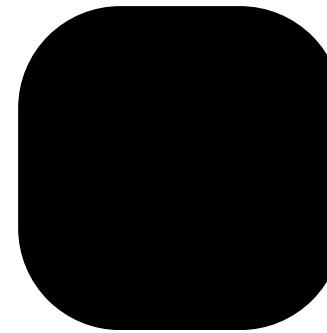
Orange

Kreatif, hangat, antusias
Pengusaha, komunikator publik



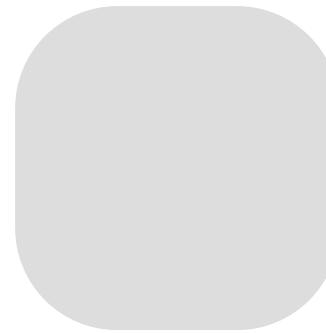
Kuning

Ceria, optimis, positif
Influencer, pelatih, pembicara



Hitam

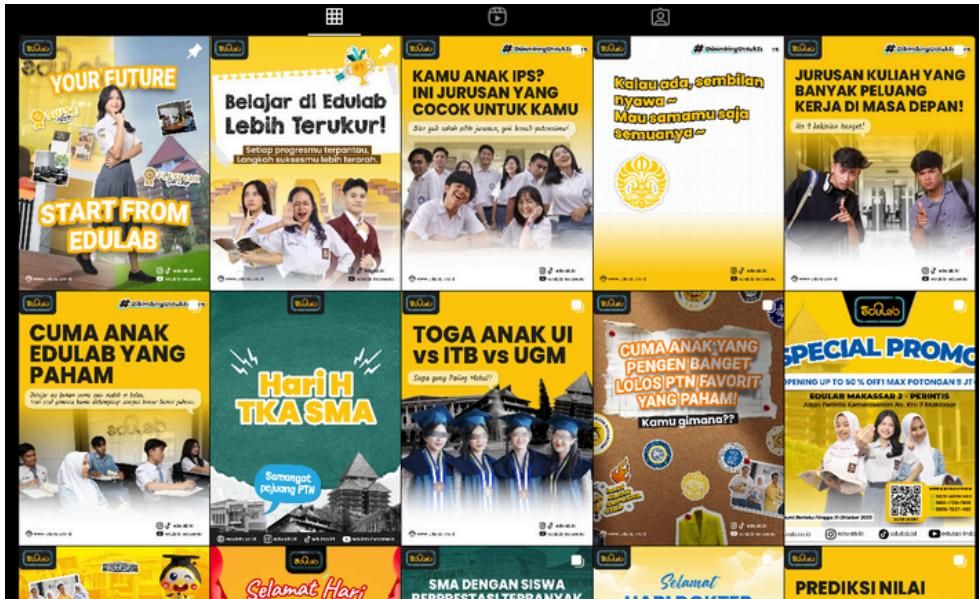
Kuat, berwibawa, eksklusif
Profesional, pemimpin, desainer



Putih

Bersih, jujur, sederhana
Akademisi, fasilitator, edukator

Contoh tren warna



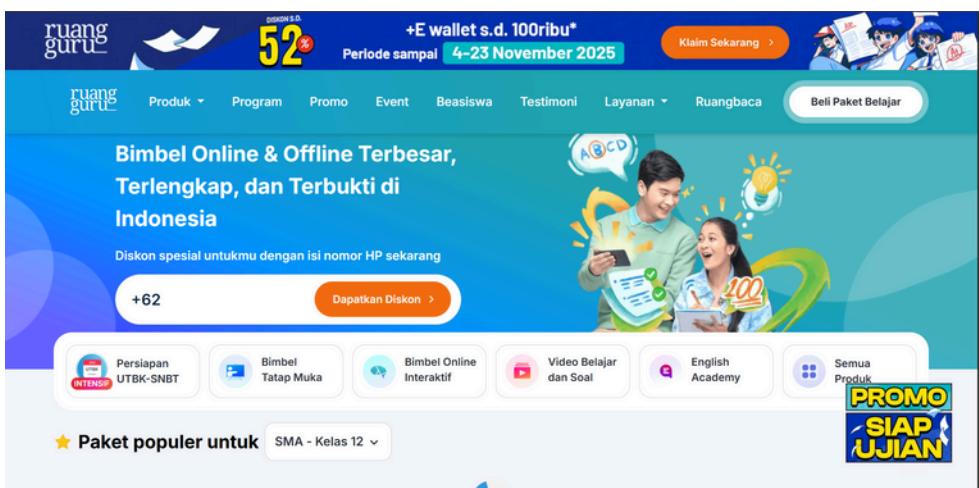
Tren warna kuning pada edulab

- Menunjukkan kesan pebelajaran itu ceria dan optimis



Tren warna biru pada kemendikbud

- Menunjukkan kesan profesional dan terpercaya



Tren warna biru pada ruangguru

- Menunjukkan kesan profesional dan terpercaya



Tren warna biru pada rumahpendidikan

- Menunjukkan kesan kreatif dan hangat

Tipografi

Tipografi adalah seni dan teknik mengatur huruf agar mudah dibaca, menarik secara visual, dan mampu menyampaikan emosi serta karakter pesan.

Dalam konteks personal branding digital, tipografi berfungsi sebagai penanda gaya komunikasi bagaimana seseorang ingin dilihat dan dirasakan oleh audiensnya: formal, profesional, santai, edukatif, atau kreatif.

Fungsi Tipografi dalam Personal Branding

1. Mencerminkan Karakter Pribadi
2. Menentukan Suasana Pesan (Tone of Voice)
3. Meningkatkan Keterbacaan dan Estetika
4. Membangun Konsistensi Visual

Morton, J. (2006). *Color Matters: The Science and Art of Color*. Colorcom Press.

Telkom University (2023). Personal Branding di Era Digital: Strategi Membangun Identitas Profesional.

Binus University (2020). Media Sosial sebagai Sarana Personal Branding.

Kategori Umum Tipografi dan Maknanya

Jenis Font	Nama Font	Kesan yang Dihasilkan
Serif (ada kait di ujung huruf)	Times New Roman Playfair Display	Klasik, formal, intelektual
Sans-Serif (tanpa kait, bersih)	Poppins Lato Montserrat	Modern, profesional, ramah
Script / Handwriting	<i>Pacifico</i> <i>Great Vibes</i>	Personal, hangat, kreatif
Display / Decorative	BEBAS NEUE Impact	Tegas, kuat, berkarakter

Gaya Visual (Visual Style)

Gaya visual adalah karakter atau ciri khas tampilan visual yang menggambarkan kepribadian, nilai, dan pesan seseorang atau organisasi melalui unsur-unsur desain seperti warna, bentuk, tipografi, pencahayaan, dan komposisi.

Jenis Gaya	Ciri-Ciri	Cocok untuk
Profesional & Minimalis	Warna netral (biru, abu), desain sederhana, ruang putih banyak	ASN, akademisi, konsultan
Kreatif & Dinamis	Warna cerah, elemen ilustratif, gaya santai	Konten kreator, desainer, pengusaha muda
Inspiratif & Hangat	Tone hangat, ekspresi lembut, tipografi ramah	Pembicara publik, pelatih, edukator
Elegan & Eksklusif	Warna gelap (hitam, emas, ungu), font serif	Pemimpin, profesional senior, brand premium
Edukasi Modern	Kombinasi biru muda dan putih, desain datar (flat design)	Trainer, akademisi digital, lembaga pendidikan

Tips Membangun Gaya Visual Pribadi

Kenali diri dan nilai Anda

1. Apakah Anda ingin terlihat profesional, hangat, atau energik?
2. Gaya visual harus mencerminkan karakter asli Anda (authenticity).

Gunakan konsistensi di semua platform

1. Warna, font, dan tone foto/video harus seragam di Instagram, LinkedIn, YouTube, dan dokumen resmi.
2. Gunakan template atau moodboard.
3. Buat moodboard di Canva atau Pinterest berisi palet warna, font, dan contoh gaya yang mencerminkan identitas Anda.

Pastikan mudah dikenali

1. Audiens harus bisa menebak “itu Anda” hanya dengan melihat tampilan visualnya, bahkan tanpa membaca nama akun.

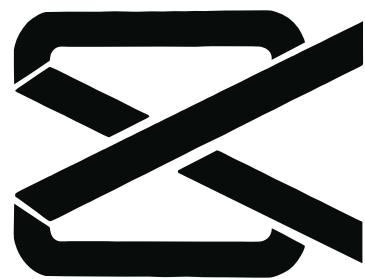


Tools Design Cepat

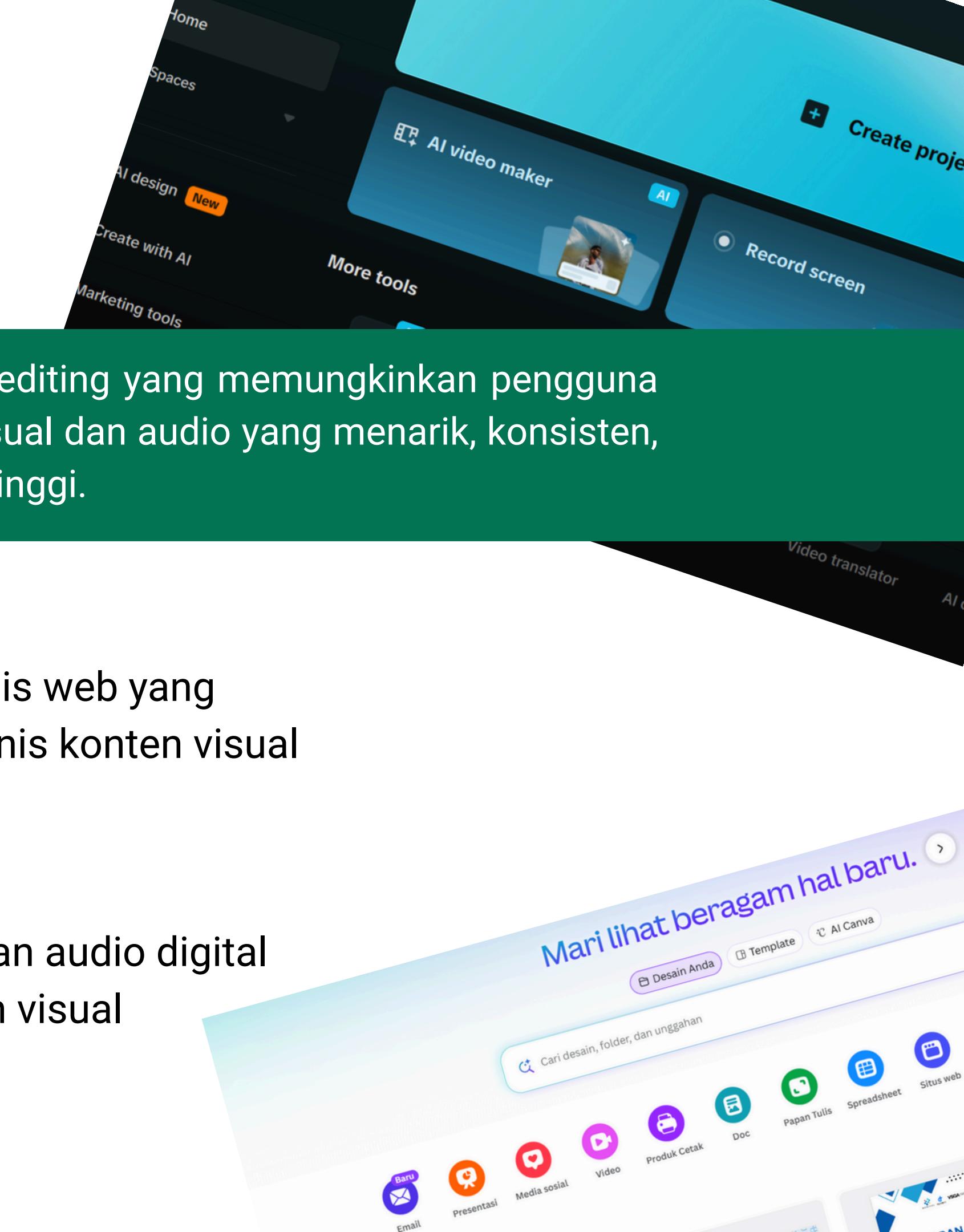
Tools desain cepat adalah platform digital berbasis visual editing yang memungkinkan pengguna baik pemula maupun profesional untuk membuat konten visual dan audio yang menarik, konsisten, dan profesional tanpa memerlukan keahlian desain tingkat tinggi.



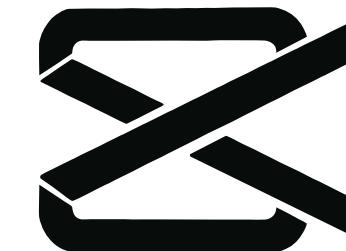
Canva adalah alat desain grafis berbasis web yang digunakan untuk membuat berbagai jenis konten visual



CapCut adalah aplikasi editing video dan audio digital yang dirancang untuk membuat konten visual



Perbandingan dan Rekomendasi Penggunaan



Fokus Utama

Desain visual & presentasi

Editing video & audio

Kelebihan

Template banyak, brand kit

Transisi cepat, subtitle otomatis

Tingkat Kemudahan

Sangat mudah

Mudah (berbasis mobile)

Cocok Untuk

ASN, pendidik, kreator visual

Kreator konten video, edukator digital

Output

Poster, feed, slide, logo

Reels, TikTok, vlog, podcast visual

Membangun Citra Melalui Suara dan Musik



Membangun Citra Melalui Suara dan Musik

Audio branding adalah proses membentuk identitas dan citra diri melalui unsur suara baik itu intonasi, nada bicara, efek audio, maupun musik latar. Dalam dunia digital, suara bukan hanya pendukung visual, tetapi alat komunikasi emosional yang memperkuat pesan dan membantu audiens mengenali Anda bahkan tanpa melihat wajah atau logo.

Elemen Utama Audio Branding

1. Suara (Voice)
2. Tone (Nada dan Warna Suara)
3. Musik Latar (Background Music)
4. Jingle / Sound Signature

Tips:

Gunakan suara dan musik yang mencerminkan personality brand Anda. Jika Anda seorang profesional atau pendidik, pilih nada suara yang jelas, dan hangat

Teknik Voice Delivery yang Efektif

Pelafalan & Intonasi

Kemampuan mengucapkan kata dengan jelas, tepat, dan menggunakan naik-turun nada suara untuk menegaskan makna pesan.

Tujuan agar audiens mudah memahami isi pesan dan merasakan emosi dari pembicara.



Ekspresi Suara

Penggunaan emosi dan energi vokal agar pesan terdengar hidup dan berkarakter.

Tujuan membangun kedekatan emosional dengan pendengar.

Tempo

Kecepatan berbicara yang disesuaikan dengan konteks pesan dan karakter audiens.

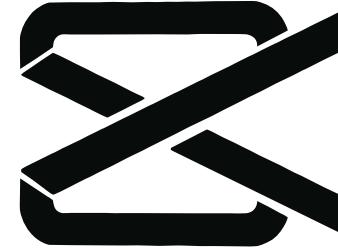
Tujuan menjaga ritme komunikasi agar tetap nyaman didengar.



Tools Rekomendasi untuk Audio



Audacity



CapCut

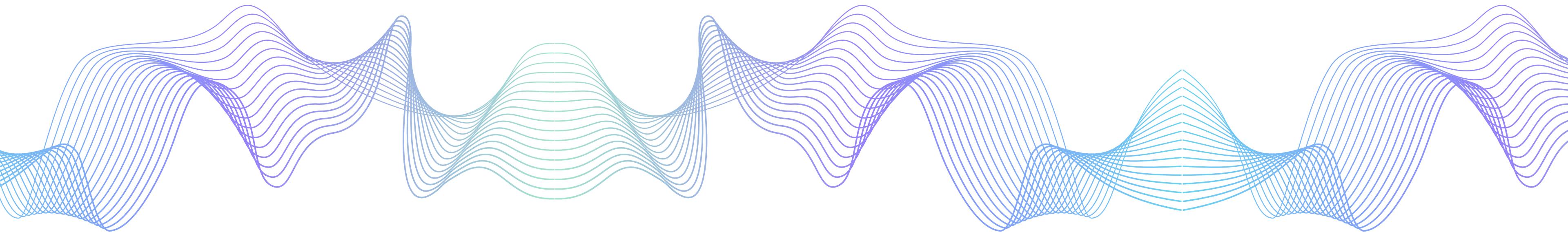


Spotify for Podcasters



BandLab

“Suara adalah identitas kedua Anda di dunia digital. Melalui tone, tempo, dan musik, audiens dapat merasakan kepribadian dan nilai Anda bahkan sebelum mereka melihat wajah Anda.”



Strategi Distribusi & Konsistensi Personal Branding Digital



your content is like "Ikigai"



IKIGAI

Kata Ikigai berasal bahasa Jepang yang terdiri dari kata “iki” yang berarti kehidupan dan “gai” yang berarti nilai, sehingga Ikigai dapat diartikan sebagai alasan kita hidup, menjalani hidup mulai bangun pagi atau kesenangan dan makna kehidupan.

Strategi Distribusi & Konsistensi Personal Branding Digital

Strategi distribusi dan konsistensi adalah upaya untuk menyebarkan konten personal branding secara terarah di berbagai platform digital, dengan menjaga agar identitas visual, audio, dan pesan komunikasi tetap seragam.

Tujuannya bukan hanya agar konten dilihat banyak orang, tetapi agar audiens mengenali dan mempercayai Anda di mana pun mereka menemukan konten tersebut.



Setiap media punya karakteristiknya masing-masing.



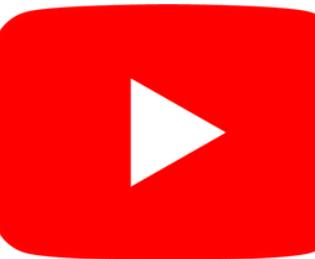
Instagram

Visual dan estetika tinggi; cocok untuk branding visual dan storytelling pendek.



Spotify (Podcast)

Fokus pada audio dan narasi mendalam; membangun kedekatan emosional lewat suara.



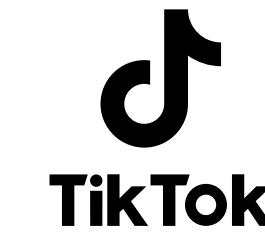
Youtube

Platform video panjang; kuat untuk konten edukatif dan personal authority.



Website/blog

Media permanen untuk kredibilitas profesional dan publikasi karya.



Tiktok

Format cepat, dinamis, berbasis tren dan sound.

Tips untuk personal branding lebih mudah diingat

Kenali Nilai Diri (Know Your Value)

Temukan keunikan dan keahlian yang membedakan Anda dari orang lain.

Gunakan Cerita Pribadi (Tell Your Story)

Cerita nyata lebih berkesan daripada klaim. Tampilkan perjalanan dan pengalaman Anda.

Bangun Citra yang Konsisten (Be Consistent)

Gunakan warna, tone, gaya komunikasi, dan visual yang sama di setiap platform.

Gunakan Signature Style (Ciri Khas)

Punya gaya khas dalam berbicara, menulis, atau menampilkan diri (visual maupun suara).

Tunjukkan Kredibilitas (Show, Don't Tell)

Buktikan kompetensi melalui karya, testimoni, atau kontribusi nyata.

Bangun Interaksi (Engage Your Audience)

Balas komentar, buat diskusi, dan hadir secara aktif personal branding tumbuh lewat hubungan.

Evaluasi dan Adaptasi (Reflect and Adjust)

Pantau respon audiens, lihat data engagement, lalu sesuaikan strategi tanpa kehilangan jati diri.

Hal yang WAJIB di Perhatikan!

UU ITE

1. Pasal 27, mendistribusikan dan atau mentransmisikan dan atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan atau dokumen elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusaiaan, penghinaan dan atau pencemaran nama baik, pemerasan dan atau pengecaman.
2. Pasal 28, mendistribusikan berita bohong atau hoax kepada masyarakat terkait suku, agama, ras, dan antargolongan.
3. Pasal 29, menyebarkan ancaman kekerasan atau menakut-nakuti.
4. Pasal 30, mengakses, mengambil, dan meretas sistem elektronik milik orang lain dengan cara apapun.
5. Pasal 31, melakukan intersepsi atau penyadapan terhadap sistem elektronik milik orang lain dari public ke private dan sebaliknya.
6. Pasal 32, mengubah, merusak, memindahkan ke tempat yang tidak berhak, menyembunyikan informasi atau dokumen elektronik, serta membuka dokumen atau informasi rahasia.
7. Pasal 33, mengganggu sistem elektronik.

Etika

1. Tidak mengandung unsur **ofensif SARA**
2. Tidak ada **penggiringan opini**
3. Tidak boleh menyerang **pihak/orang lain, apalagi berdasarkan bias pribadi**
4. Usahakan konten yang dibuat **ramah segala usia pengguna internet**
5. Bijaklah dalam membuat konten dan **hindari konten negatif**
6. Selalu memberikan **credit kepada kreator asli**

Referensi

1. Wheeler, A. (2018). Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. Wiley.
2. Lupton, E. (2010). Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, and Students. Princeton Architectural Press.
3. Gorn, G. J., et al. (2019). The Influence of Music on Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*.
4. Labrecque, L. I., & Milne, G. R. (2012). Exciting Red and Competent Blue: The Importance of Color in Marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(5), 711–727.
5. Telkom University. (2023). Personal Branding di Era Digital: Strategi Membangun Identitas Profesional. Bandung.
6. Binus University. (2020). Media Sosial sebagai Sarana Personal Branding. Malang.
7. Bytedance Ltd. (2023). CapCut Creative Suite User Guide.

Tugas

Mini Campaign Media Sosial #ASN Melayani

Deskripsi:

Buat kampanye mini di media sosial (Instagram) dengan tema:

“Guru: Menginspirasi, dan Berintegritas di Era Digital”

Buat 3 konten untuk diunggah di akun Instagram Anda (boleh akun pribadi atau akun khusus tugas):

- 2 konten visual grafis (poster, infografis, atau foto aktivitas mengajar yang dikemas menarik)
- 1 konten video pendek (maksimal durasi 1 menit – bisa berupa refleksi guru, pesan edukatif, atau aktivitas pembelajaran inspiratif)

Setiap konten wajib menampilkan:

- Aktivitas guru yang positif, seperti proses belajar-mengajar, inovasi pembelajaran digital, atau kegiatan pengembangan karakter siswa.
- Caption berisi pesan inspiratif dan motivasi pendidikan di era digital.

Setelah diunggah, kirimkan:

- Tangkapan layar (screenshot) dari setiap postingan.
- Tautan (link) Instagram yang menampilkan unggahan Anda.

Note:

- Orisinal (buatan sendiri, bukan hasil unduhan).
- Sopan, tidak mengandung SARA, politik, atau promosi komersial.
- Menonjolkan peran ASN guru sebagai agen perubahan yang berintegritas.

TERIMAKASIH