



# PEMETAAN DIFERENSIASI ORGANISASI

Pelatihan Kehumasan & Corporate Branding  
Badan Diklat Hukum & HAM Jawa Tengah



# GOVERNMENT branding Perlukah?

Agustina Tuty - Dinas Kominfo Prov.

Jateng

Semarang, 5 Juni 2024



# brand

- Nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya dari barang atau jasa pesaing (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran);
- Brands are a product of the work of managers who attempt to augment their products with values and associations that are recognised by and are meaningful to their customers (Chris Fill, Marketing Communications)

# brand

- Brand is the name, symbol, packaging and service reputation (Assael);
- Kombinasi unik antara simbol/atribut fisik dari produk atau layanan dengan harapan dan keyakinan konsumen/pengguna tentang produk/layanan tersebut (The Chartered Institute of Marketing).

NAMA + TANDA + NILAI

HARAPAN KEYAKINAN



# branding

A systematic process that involves research, clarifying strategy, designing an identity, creating touch points and then managing these assets as an integral part of your overall business strategy. Ultimately, good branding helps you cut through the noise to make your organisation the number one choice for the product or service you offer.



# branding

A fun, interesting and complex process that mixes vision, values, marketing insights, intelligent design and big ideas with creativity and imagination. The aim is to devise the best ways of attracting customers, turning their interest into desire (and then action) to create loyal fans who love your brand and return to it over and over again.



# branding

- Salah satu elemen penting bagi pelanggan dalam membuat keputusan pembelian;
- Gambaran tentang identitas bisnis yang mencakup produk dan layanan;
- It gives your promotional campaign an extra kick, with increased credibility and effectiveness.
- Upaya membuat karyawan dan seluruh stakeholders internal merasa bangga menjadi bagian dari perusahaan/organisasi/produk/layanan.

# branding

- Brand is the name, symbol, packaging and service reputation (Assael);
- Kombinasi unik antara simbol/atribut fisik dari produk atau layanan dengan harapan dan keyakinan konsumen/pengguna tentang produk/layanan tersebut (The Chartered Institute of Marketing).

NAMA + TANDA + NILAI

HARAPAN KEYAKINAN

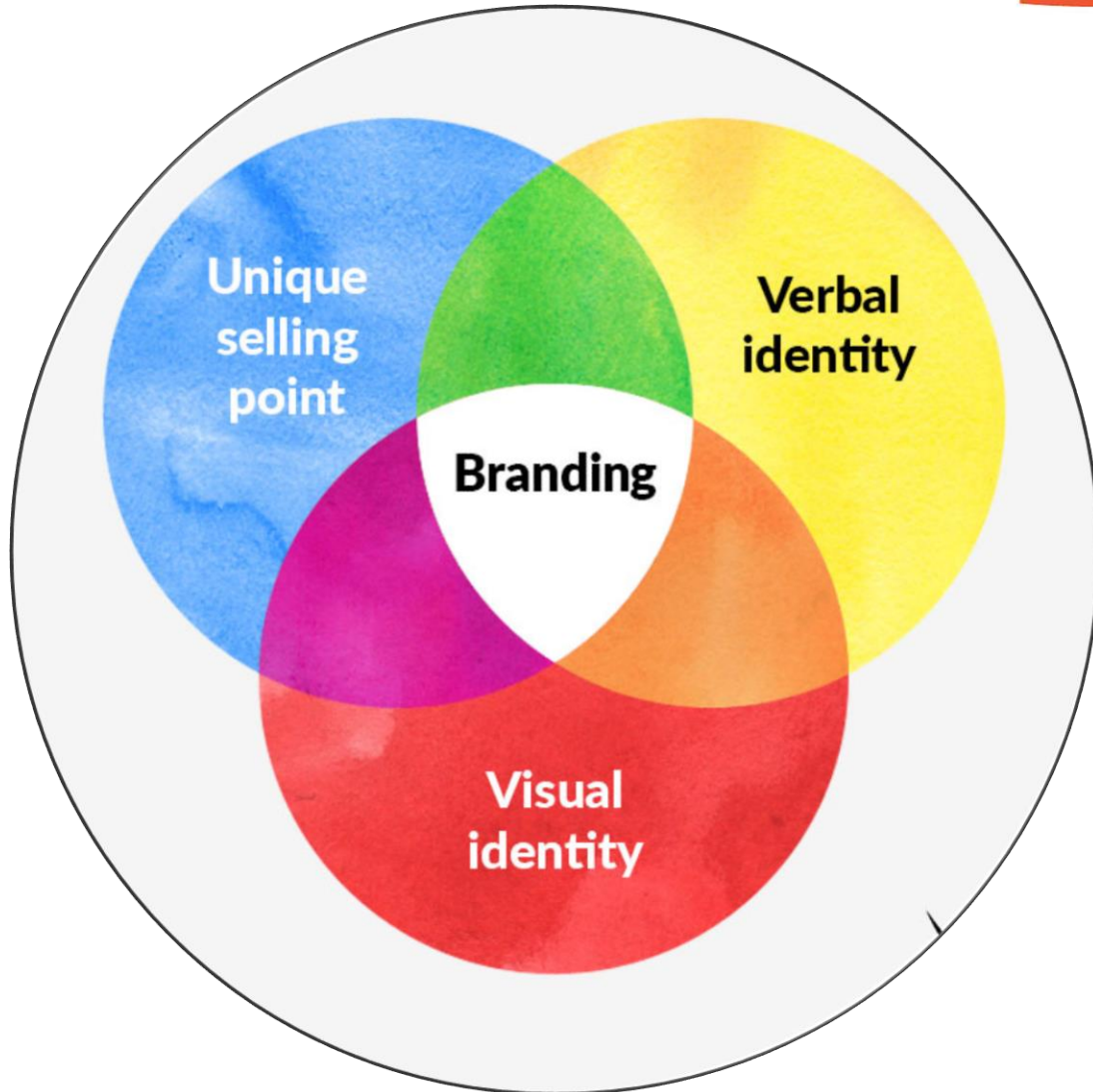
# APA SIH BRANDING

- Logo/symbol
- Karya Design
- Sebuah Strategy
- Advertising/iklan
- Marketing/upy pemasaran
- Tingkatkan trust
- Identitas sesuatu
- Mengandung nilai/value



**BRANDING** = kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan/organisasi dengan tujuan untuk membangun dan membesarkan sebuah brand atau merek atau bagian tertentu dari organisasi

# Konsep Branding



**Unique Selling point** : pelajari keunggulan produk, seperti insentif pajak yang diunggulkan, kemudahan perijinan, potensi naker, bonus, dsb

**Visual Identity** : simbolisasi, desain yg menarik, jangan plagiasi, filosofis structure

**Verbal Identity** : tagline/slogan, soundbite atau pilihan kata/diksi yg menarik

CONTOH

Branding





**CONTOH  
BAHASA KOMUNIKATI  
YG EFEKTIF**

700 JT >> 600 JT

**Turun  
Harga**

Kel. Pasanggrahan, Kec.  
Ujungberung, Kota Bandung

087809510767 081331050706



# CONTOH PERSUASIF

A close-up photograph of a hand holding a small green plant seedling in a white cup. The background is dark and blurred. In the top right corner, there is a logo for 'PSM PRAKTEK SIMULASI MANAJERIAL'. Overlaid on the image are three blue text boxes with yellow borders, containing persuasive text.

**KENAPA HARUS BERGABUNG????**

**PROFIT 66% DARI MODAL**

**Investasi kembali dalam 3 Tahun**

# ELEMEN BRAND

Nama merek  
Logo  
Tampilan Visual  
Maskot  
Kata-kata  
Suara



R|R

# Apa yang Anda ingat tentang

# ini?





# Apa yang Anda ingat tentang

ini?





# Produk apakah ini?

- Mobil penumpang 4
- Mesin 1200 CC
- City car LCGC



# Produk apakah ini?

- Mobil penumpang 4
- Mesin 1200 CC
- City car LCGC





# Produk apakah ini?

- Minuman
- Iklannya nyleneh





# Produk apakah ini?

- Minuman
- Iklannya nyleneh





# Apa nama perusahaan ini?

- Penyedia layanan digital
- Decacron dari Indonesia
- Transportasi dan lokapasar



# Apa nama perusahaan ini?

- Penyedia layanan digital
- Decacron dari Indonesia
- Transportasi dan lokapasar

**gotwo**  
**Go Far, Go Together**

# Branding untuk apa?

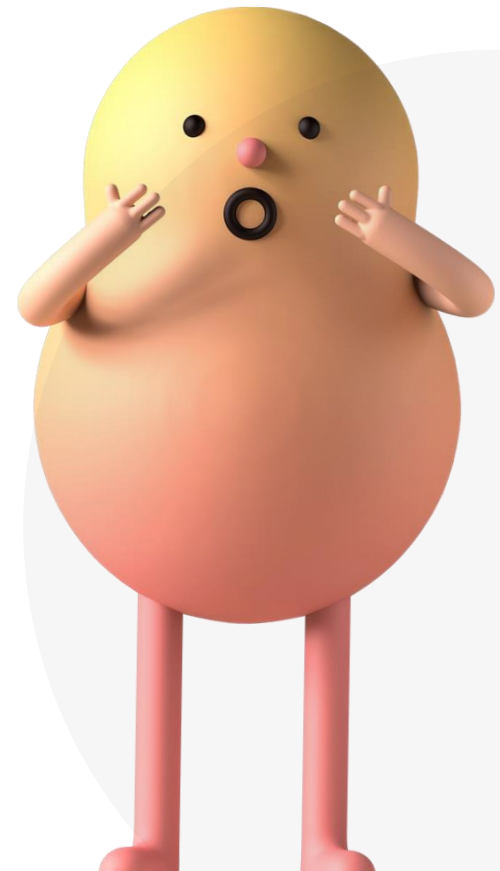
membangun citra positif dan reputasi perusahaan  
membangun kepercayaan konsumen.

membantu penjualan produk/layanan.

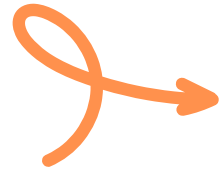
membangun loyalitas pelanggan

membangun partisipasi publik

meningkatkan kinerja perusahaan/layanan



# Fungsi Branding



01

Membangun Citra Perusahaan

02

Memberikan Ciri Khas

03

Promosi Dan Daya Tarik

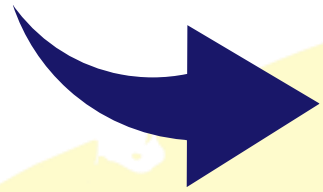
04

Pengendali Pasar

# Jenis Branding

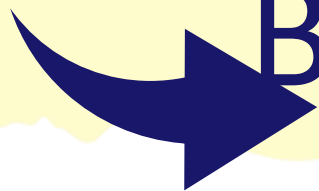


# Product Branding



memberikan identitas pada sebuah produk unggulannya agar mampu memengaruhi konsumen untuk memilih produk tersebut dibandingkan produk pesaing.

# Personal Branding



merupakan proses pembentukan persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang. Aspek-aspek tersebut di antaranya adalah keilmuan, kepribadian, ataupun kemampuan

# Corporate Branding



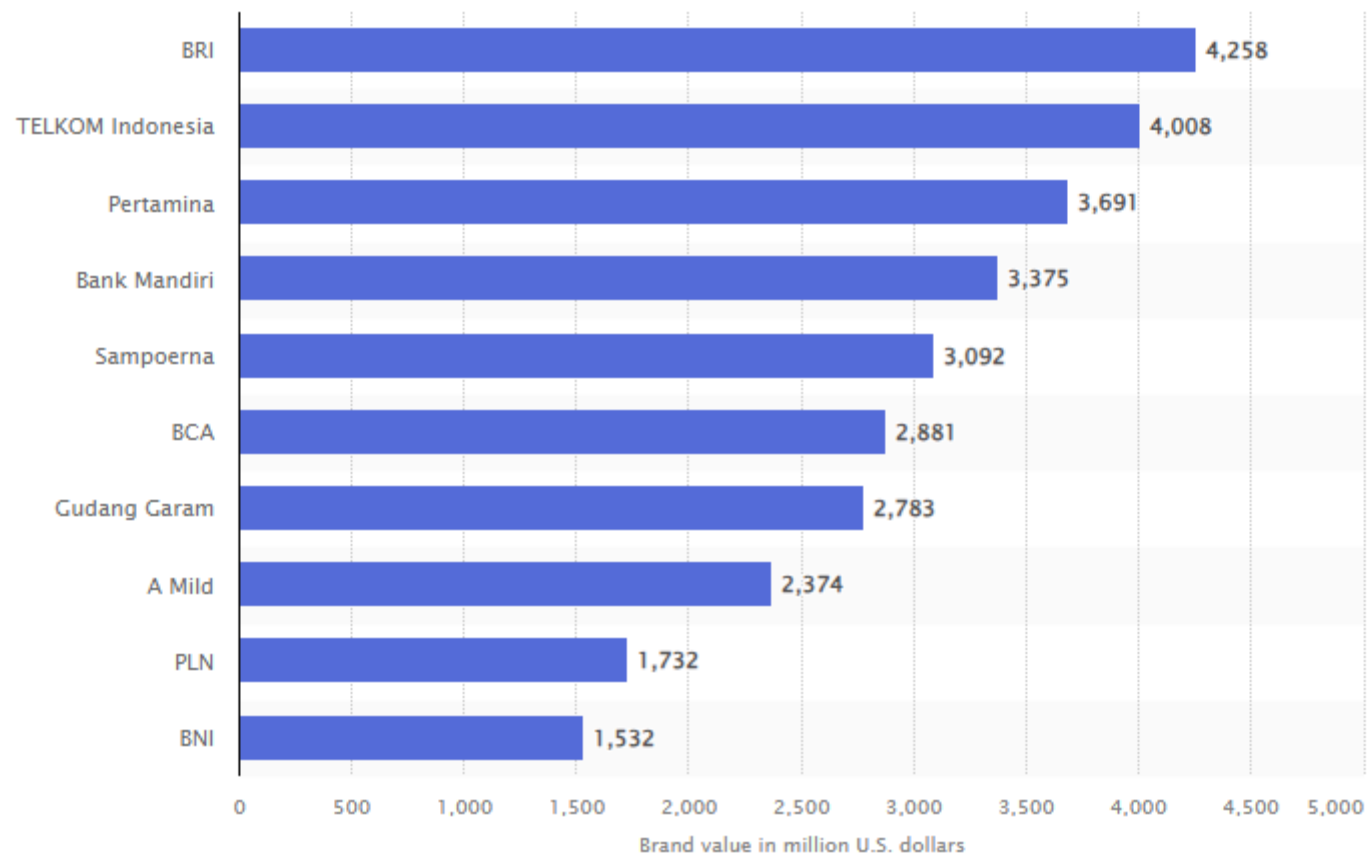
Semua aspek perusahaan, mulai dari produk atau jasa yang ditawarkan, kontribusi karyawan di mata masyarakat, hingga aktivitas tanggung jawab perusahaan (CSR) akan dipamerkan. Tujuannya untuk mengembangkan reputasi perusahaan di mata masyarakat dan membangun kepercayaan publik

# Cultural Branding



Promosi identitas budaya, adat kebiasaan masyarakat, keunikan lanskap suatu wilayah untuk pengembangan sektor pariwisata





[Additional Information](#)

© Statista 2024

[Show source](#)

# ISTILAH DALAM BRANDING

Brand Identity  
Brand Recognition  
Brand Value  
Brand Equity  
Brand Positioning

*Core Value*

**BerAKHLAK**

Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten  
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

*Employer Branding*

 **bangga  
melayani  
bangsa**

Surat Edaran Menteri PANRB Nomor 20 Tahun 2021

Tentang *Implementasi Core Values dan Employer Branding ASN*

# BerAKHLAK

Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten  
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

## Berorientasi Pelayanan

- Memahami dan memenuhi kebutuhan masyarakat
- Ramah, cekatan, solutif, dan dapat diandalkan
- Melakukan perbaikan tiada henti

## Akuntabel

- Melaksanakan tugas dengan jujur, bertanggung jawab, cermat, disiplin, dan berintegritas tinggi
- Menggunakan kekayaan dan barang milik negara secara bertanggung jawab, efektif, dan efisien
- Tidak menyalahgunakan kewenangan jabatan

## Kompeten

- Meningkatkan kompetensi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah
- Membantu orang lain belajar
- Melaksanakan tugas dengan kualitas terbaik

## Harmonis

- Menghargai setiap orang apapun latar belakangnya
- Suka menolong orang lain
- Membangun lingkungan kerja yang kondusif

## Kolaboratif

- Memberi kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi
- Terbuka dalam bekerja sama untuk menghasilkan nilai tambah
- Menggerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan bersama

## Adaptif

- Cepat menyesuaikan diri menghadapi perubahan
- Terus berinovasi dan mengembangkan kreativitas
- Bertindak proaktif

## Loyal

- Memegang teguh ideologi Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, NKRI serta pemerintahan yang sah
- Menjaga nama baik sesama ASN, Pimpinan, Instansi, dan Negara
- Menjaga rahasia jabatan dan negara



# GOVERNMENT BRANDING

- Branding is a legitimate government activity, not necessary but critical;
- Branding is not a mission but rather the reputational qualities that set it apart;
- the head of the agency has a major impact on its branding.
- Branding depend on balancing intern case with public responce



# Branding pemerintah bisa terdiri dari

- JARGON
- KEWILAYAHAN / CITY BRAND
- NOMENKLATUR
- PROGRAM
- KERJA/BENTUK KEGIATAN
- LEADERSHIP/ETOS/PERIL AKU/BUDAYA KERA



# TANTANGAN



- Nomenklatur yang susah diingat menyulitkan branding, maka pilih hal lain seperti program kerja ataupun bentuk kegiatan yg bisa menggantikan;
- Kontinuyitas dan konsistensi penting, maka dukungan sumberdaya
- Harus terasa beda/special, maka perlu inovatif
- Kreatif dan massif, perlu imajinasi dan jejaring

# TUGAS HUMAS DLM GOVERNMENT BRANDING

- Bidik potensi branding dari kebijakan pemerintah - ANALITIK
- Mendesain branding berdasarkan sasaran dan media - KREATIF
- Pengelolaan engagement untuk tingkatkan diseminasi - SPREAD
- Cepat tanggap terhadap feedback branding - RESPONSIF
- Perlu pengembangan kisi-kisi branding - INOVATIF



# Yg Perlu diperhatikan



MEMBUTUHKAN ANGGARAN DAN SARPRAS YG MEMADAI



PERLU SDM KOMPETEN KONSEN PD TUGAS, & KOMITMEN PIMPINAN



PILIH KONTEN STRATEGIS, TDK SEKEDAR SHARE, CARI YG PRIORITAS, MENARIK & DISUKAI publik



PERLU SHARING SUMBERDATA VALID DAN BIGDATA SEBAGAI SUMBER KONTEN



DAILY ENGGAGMENT, ATAU KONTINYUITAS PENAYANGAN



ANALISIS MEDIA ONLINE UTK MENGETAHUI TREND STATISTIK, VIRAL, PERSEPSI INVESTOR

**Tugas:**  
ceritakan branding berdasarkan  
Ditjen Kemenkumham (AHU, PAS,  
Imigrasi, KI, HAM, BHPN, BSK,  
BPSDM)




Tugas bisa diunggah di link berikut:

<https://s.id/26Gr2>





A silhouette of a person sitting on a ledge, looking down, with a thought bubble containing text. The background is a gradient from light to dark blue.

**MESKIPUN MEDIA  
ONLINE UNGGUL,  
JGN LUPA MEDIA  
LAINNYA**

**Perlu INTEGRATED MEDIA  
atau BAURAN MEDIA**

# KEKUATAN & KELEMATAN MEDSOS

## KEKUATAN

JANGKAUAN KONEKSI YANG LUAS

REAL TIME UTK SHARING INFORMASI

MURAH, EFISIEN

PENGGUNA TERUS MENINGKAT

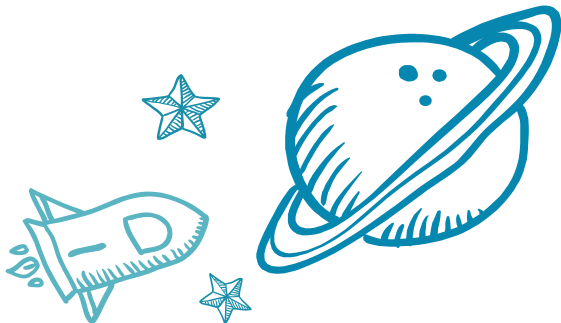
## KELEMAHAN

RENTAN SALAH PAHAM KARENA PERBEDAAN PERSEPSI

MUNCUL CYBER CRIME

VALIDASI INFORMASI PERLU DITINGKATKAN TERHADAP HOAX, DISINFORMASI

MUNCUL IKLAN YG GANGGU PROSES INFORMASI



# INOVASI BERBASIS IT TATA LAKSANA DI PEMPROV JATENG



## Government Resources Management System (GRMS)

Government Resources Management System (GRMS)  
Provinsi Jawa Tengah

adalah

sistem aplikasi terintegrasi untuk mencatat proses bisnis internal birokrasi, yang terdiri dari perencanaan, pengelolaan keuangan pemerintah, pengelolaan pembangunan dan integrasi data pemerintah lainnya dalam menyokong pelayanan publik dan pembangunan sehingga tercipta monitoring dan evaluasi kinerja birokrasi secara *real-time* dan transparan.

Matur  
nuwun