

# Brand Positioning KF13

Dokumen ini berfungsi sebagai **acuan strategis brand positioning KF13 (Klub Fisika Indonesia)**. Digunakan untuk menyamakan persepsi tim dalam pengembangan **landing page, konten publik, proposal, dan aktivitas branding**.

---

## 1. Identitas Brand

**Nama Brand:** KF13 – Klub Fisika Indonesia

**Afiliasi:** Klub Fisika Indonesia ([klubfisika.org](http://klubfisika.org) / [klubfisika.or.id](http://klubfisika.or.id))

**Bentuk:** Komunitas ilmiah & pengembangan fisika

**Fokus:** Pembelajaran, eksplorasi, dan penerapan fisika secara aktif

---

## 2. Latar Belakang & Konteks

KF13 hadir sebagai bagian dari Klub Fisika Indonesia untuk: - Menjadi ruang tumbuh bagi pelajar/anggota yang tertarik pada fisika - Menjembatani fisika teoritis dengan praktik, eksperimen, dan proyek nyata - Mengembangkan budaya berpikir ilmiah sejak dini

KF13 tidak hanya berorientasi pada prestasi, tetapi juga **proses belajar, eksplorasi, dan kolaborasi**.

---

## 3. Target Audiens

**Audiens utama:** - Pelajar SMA/MA yang tertarik pada fisika - Anggota Klub Fisika Indonesia

**Audiens sekunder:** - Mahasiswa fisika atau sains - Guru, pembina, dan mentor - Komunitas sains dan STEM

---

## 4. Brand Promise (Janji Brand)

"KF13 adalah ruang aman dan menantang untuk belajar, bereksperimen, dan bertumbuh melalui fisika."

---

## 5. Value Proposition

**Apa yang KF13 tawarkan:** - Pembelajaran fisika berbasis eksplorasi - Kegiatan nyata: diskusi, eksperimen, proyek - Lingkungan kolaboratif dan suportif - Akses ke komunitas fisika yang lebih luas

**Kenapa KF13 berbeda:** - Tidak hanya fokus teori atau lomba - Menekankan proses berpikir ilmiah - Mendorong rasa ingin tahu dan keberanian mencoba

---

## 6. Brand Positioning Statement

"KF13 adalah komunitas fisika di bawah Klub Fisika Indonesia yang memfasilitasi pelajar untuk memahami, mengeksplorasi, dan menerapkan fisika secara aktif melalui diskusi, eksperimen, dan proyek kolaboratif."

---

## 7. Nilai Inti Brand

- **Ilmiah** – berbasis logika, data, dan metode
  - **Eksploratif** – mendorong rasa ingin tahu
  - **Kolaboratif** – belajar dan tumbuh bersama
  - **Inklusif** – terbuka untuk pemula maupun lanjutan
  - **Berintegritas** – jujur dan bertanggung jawab
- 

## 8. Kepribadian Brand (Brand Personality)

KF13 digambarkan sebagai: - Cerdas namun membumi - Serius dalam sains, santai dalam interaksi - Kritis tapi suportif - Berani mencoba dan bereksperimen

---

## 9. Tone & Gaya Komunikasi

**Nada komunikasi:** - Edukatif - Mengajak, bukan menggurui - Optimis dan eksploratif

**Gaya bahasa:** - Bahasa Indonesia yang jelas - Istilah ilmiah digunakan secukupnya - Ramah untuk pelajar

---

## 10. Pesan Utama Brand (Key Messages)

- Fisika bukan hanya rumus, tapi cara memahami alam
  - Belajar fisika bisa aktif dan menyenangkan
  - Setiap anggota bisa berkembang sesuai ritmenya
- 

## 11. Arah Visual (Ringkas)

- Warna: biru / gelap / netral ilmiah
- Visual: eksperimen, diskusi, aktivitas nyata

- Gaya: bersih, modern, ilmiah
- 

## 12. Indikator Brand Berhasil

Brand KF13 dianggap berhasil jika:

- Dipersepsikan sebagai komunitas fisika yang aktif
- Menarik anggota yang benar-benar tertarik belajar
- Konsisten di website, media sosial, dan kegiatan

---

**Catatan Akhir:** Dokumen ini menjadi referensi utama dalam setiap keputusan komunikasi dan desain KF13.