

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 / 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 bumi - 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.