

ABSTRAK

Program *Worth to Know* yang diinisiasi oleh Detikcom bertujuan meningkatkan literasi publik melalui penyajian konten edukatif yang menarik dan berbasis fakta. Dalam era persaingan media online yang semakin ketat, banyak audiens masih mengenal Detikcom hanya sebagai penyedia informasi berita, padahal platform ini telah mengembangkan berbagai konten edukatif untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Oleh karena itu, diperlukan strategi branding yang tepat agar Detikcom dapat membangun citra sebagai media yang tidak hanya cepat dalam menyampaikan berita tetapi juga memiliki nilai edukatif yang kuat. Tantangan utama dalam program ini adalah bagaimana mengimplementasikan strategi branding secara efektif melalui pengembangan konten edukatif guna memperkuat identitas dan kredibilitas Detikcom. Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang strategi branding dengan menekankan pengembangan konsep kreatif serta efektivitas konten edukatif dalam menarik perhatian audiens. Metode pengumpulan data yang digunakan mencakup observasi langsung, wawancara dengan pemangku kepentingan utama, serta analisis konten yang telah diproduksi dalam program *Worth to Know*. Penulisan ini menggunakan teori *Brand Expression* dari Sicco Van Gelder untuk menganalisis elemen utama dalam strategi branding, seperti brand positioning, brand identity, dan brand personality. Hasil perancangan menunjukkan bahwa konten edukatif yang dikemas dengan storytelling, visual menarik, serta berbasis data faktual efektif dalam meningkatkan engagement audiens, memperkuat brand awareness, serta membentuk persepsi positif terhadap Detikcom. Selain itu, konsistensi pesan, kesesuaian tema konten dengan preferensi audiens, serta pemanfaatan format interaktif berkontribusi dalam meningkatkan kredibilitas dan retensi audiens. Perancangan ini menegaskan pentingnya integrasi strategi branding dalam produksi konten untuk membangun identitas media yang kuat. Hasil penulisan ini dapat menjadi acuan bagi platform media lain dalam meningkatkan engagement dan kredibilitas melalui konten edukatif.

Kata Kunci : Strategi Branding, Konten Edukatif, Detikcom, *Brand Expression*, Media Online.