



 **prasimax**  
Panduan Identitas Brand

# Daftar Isi

Buku Panduan Aplikasi Identitas Prasimax ini bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan brand Prasimax.

Perubahan dan penambahan di kemudian hari dapat diintegrasikan ke dalam buku manual ini.

Konsep, desain, template, image, ilustrasi, tipografi, dan warna yang berbentuk di dalam buku manual ini ditujukan sebagai guideline/panduan mengaplikasikan identitas brand Prasimax.

Panduan tersebut wajib diikuti dan dilaksanakan secara konsisten dan akurat dalam seluruh pengerjaan desain aplikasi.

PT ibrand tidak bertanggung jawab atas kesalahan interpretasi dari panduan dalam Buku Panduan Aplikasi Identitas ini.

Untuk memastikan bahwa identitas brand Prasimax teraplikasikan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan softcopy dari pemilik brand.

Image/foto dalam Buku Panduan Aplikasi Identitas ini hanya digunakan sebagai contoh saja. Masing-masing mempunyai copyright. PT ibrand tidak bertanggung jawab atas pemakaian image/foto tersebut untuk keperluan di luar produksi buku panduan di kemudian hari.

<b>Tentang Brand</b>	<b>4</b>
<b>Strategi Brand</b>	<b>5</b>
<b>Rasional Identitas</b>	<b>8</b>
<b>Panduan Identitas Brand</b>	
Konfigurasi Identitas Primer	10
Konfigurasi Warna Identitas	11
Konfigurasi Identitas Hitam Putih	12
Konstruksi Identitas	13
Batas Ruang Dan Ukuran Minimum	14
Aturan Tipografi	15
Konfigurasi Identitas Unit Bisnis	16
<b>Panduan Elemen</b>	
Elemen Grafis	18
<b>Panduan Fotografi</b>	
Aturan Fotografi	21
<b>Panduan Implementasi</b>	
Kop Surat	23
Amplop Surat	24
Kartu Nama	25
Stiker CD	26
Uniform	27
Kendaraan	28
Brosur	29
Office signage	30
Standy banner	31
Banner Template	32
Sertifikat	33
ID Card	34
Company Profile	35
Website	36
Template Power Point	37
<b>Aturan Salah</b>	
Aturan Salah Logo	39
Aturan Salah Elemen Grafis	40
Aturan Salah Fotografi	41



Prasimax mulai berdiri dengan gagasan idealis untuk menyumbangkan pengetahuan di bidang embedded system dan Elektronika. Secara kelembagaan, Prasimax berdiri dengan bentuk Yayasan Prasimax Bina Teknologi.

Dengan komitmen yang kuat pada idealisme tersebut, maka Prasimax tetap konsisten mengusung nilai-nilai untuk maju serta secara terus-menerus berinovasi menyempurnakan produk dan servisnya hingga pada tahun 2010 berdirilah PT Prasimax Inovasi Teknologi. Dengan semakin berkembangnya portfolio bisnis Prasimax, maka perusahaan ini semakin membentangkan kapasitasnya untuk senantiasa menciptakan challenge dalam memberikan solusi sebagai nature of business dari Prasimax.

Proses yang tercakup pada jabaran di atas menjadi landasan bagi gagasan tim pendiri dan manajemen Prasimax untuk mencari formulasi yang tepat dalam mendefinisikan Prasimax sebagai sebuah entitas brand.

### Strategi Brand

Dalam menghadirkan sebuah identitas baru bagi Prasimax, sebuah formulasi strategi brand berikut diolah dari proses tahapan pencarian/discovery yang juga mengacu pada visi, misi dan values yang dimiliki Prasimax. Strategi brand tersebut dibuat dalam rumusan 7 brand elements yang terintegrasi agar dapat menjadi pedoman bagi jati diri brand Prasimax dan untuk selanjutnya bisa secara konsisten diterapkan, sehingga tetap bisa menunjukkan brand image yang tepat di waktu mendatang.

### Prasimax “7 Elements of Branding” Brand Values

Hal ini merupakan elemen pertama yang merangkum nilai prinsip terbaik yang dianut oleh Prasimax, baik sebagai sebuah badan bisnis dan juga sebagai standar sikap dan pola pikir para personil berkompeten yang tergabung di dalamnya. Nilai atau values ini harus selalu menjadi platform yang dijiwai dan diterapkan dalam menghidupkan nama Prasimax baik pada lingkungan internal sekaligus lingkungan eksternal.

- **Innovation oriented**
- **Customer focus**
- **Technology solution**
- **Committed to give all expertise and experience**

### Brand Competencies

Eksistensi Prasimax di tengah para kompetitornya dan saat berhadapan dengan target market-nya (khususnya para klien dan partner) akan senantiasa merefleksikan keunggulan berikut pada setiap lini bisnisnya sehingga bisa menjadi brand kepercayaan yang dapat diandalkan.

- **Integrated Technology Solution**
- **Leading Innovation on Intelligent Device**
- **Quality Proven Product & Services**

### Brand Positioning

Secara strategis brand Prasimax membutuhkan ketepatan untuk memposisikan brand-nya saat berkompetisi di tengah market yang dibidiknya. Dalam hal ini business & marketing strategy dari PT Prasimax Inovasi Teknologi juga berperan sebagai referensi penting bagi penetapan positioning brand Prasimax. Secara esensinya dapat disimpulkan bahwa dengan kualitas dan kompetensi brand Prasimax yang terus mengedepankan inovasi, maka Prasimax tidak akan membatasi siapa pun yang memang memerlukan solusi

berbasis teknologi dari Prasimax. Karena melalui berbagai kebutuhan yang bervariasi inilah maka Prasimax akan selalu tertantang untuk memberi jawaban melalui pengembangan inovasi yang terus-menerus. Brand positioning inilah yang akan menciptakan bentuk hubungan yang spesifik antara brand Prasimax dengan client/customer-nya. Dalam statement singkat maka brand positioning Prasimax adalah:

**For everyone who need technology solutions, Prasimax is an advanced solutions provider that offers innovative or customizable digital electronic products and services from quality, experienced and expert people**

### Brand Differentiation

Unsur-unsur pembeda yang menjadi keunggulan brand Prasimax akan turut memperkuat brand positioning-nya. Melalui konsistensi untuk menampilkan dan mengkomunikasikan keunikan pembeda ini kepada market sejatinya Prasimax akan dapat meningkatkan reference & recognition terhadap brand-nya. Pilihan media tangible yang tepat sangat dibutuhkan untuk mewadahi edukasi dan penyebaran diferensiasi Prasimax ini sehingga market memiliki awareness yang baik dalam mengidentifikasi Prasimax dibandingkan dengan brand kompetitor lainnya.

- **Vast experience in multi-industries products & services & gives integrated services solution with customized product**
- **High quality human resource based on proven educational background & good in team work**
- **Proven embedded system as main solution for technology core solution & always update in technology**
- **Having reputable Academy to create qualified human resource for Prasimax & for client**

### Brand Personalities

Berikut ini adalah tipe karakter dari brand Prasimax jika brand ini dianalogikan seperti sifat manusia. Secara fungsinya elemen brand personalities ini bisa dijadikan untuk menjembatani berbagai entitas yang terkandung dalam brand Prasimax saat berinteraksi dengan target market-nya, sehingga di waktu mendatang relationship baik sesuai yang diharapkan dapat berhasil dibangun.

- **Energetic**
- **Explorative**
- **Challenger**
- **Problem solver**
- **Innovative**
- **Technology minded**

### Brand Expression

Agar terbentuk impresi target market yang tepat dalam mengidentifikasi Prasimax, maka tahapan brand expression inilah yang menjadi kuncinya untuk mengaktualisasikan elemen-elemen intangible dari brand Prasimax. Pada tatanan ini entitas nyata/tangible seperti visualisasi atau aplikasi brand akan diciptakan untuk memperkuat bahwa opini target market secara jelas memahami Prasimax dengan tampilan ekspresi berikut:

- **Trusted**
- **Forward-looking**
- **Challenger**
- **Welcoming**
- **Humanize**

### Brand Promise

Secara esensial apa yang dijanjikan brand Prasimax kepada target market-nya harus bisa memenuhi statement **“Solve Through Innovation”**. Dengan kapasitas dan kompetensi yang dimiliki Prasimax sesungguhnya komitmen ini sudah menjadi nature of business-nya, sehingga komitmen ini optimis bisa selalu teruji melalui bukti konkrit akan keberhasilan dan kepuasan yang telah dirasakan oleh klien dan partner dari Prasimax selama ini. Tentunya sepanjang eksistensi brand Prasimax, konsistensi terhadap komitmen ini harus tetap dijaga bahkan semakin ditingkatkan dengan inovasi baru yang memberikan nilai tambah kompetitif sehingga selalu bisa menjawab tren di market teknologi yang sangat dinamis.

### Brand Soul

Sebagaimana jiwa yang dimiliki manusia, brand soul ini adalah inti yang menggerakkan semua unsur dan elemen dari sebuah brand. Dalam implementasinya, segenap entitas brand menyelaraskan diri dengan soul ini.

Sebagai hasil ekstraksi dari integrasi 7 elemen brand di atas maka inti jiwa dari jati diri brand Prasimax tidak lain adalah **“Innovative”**

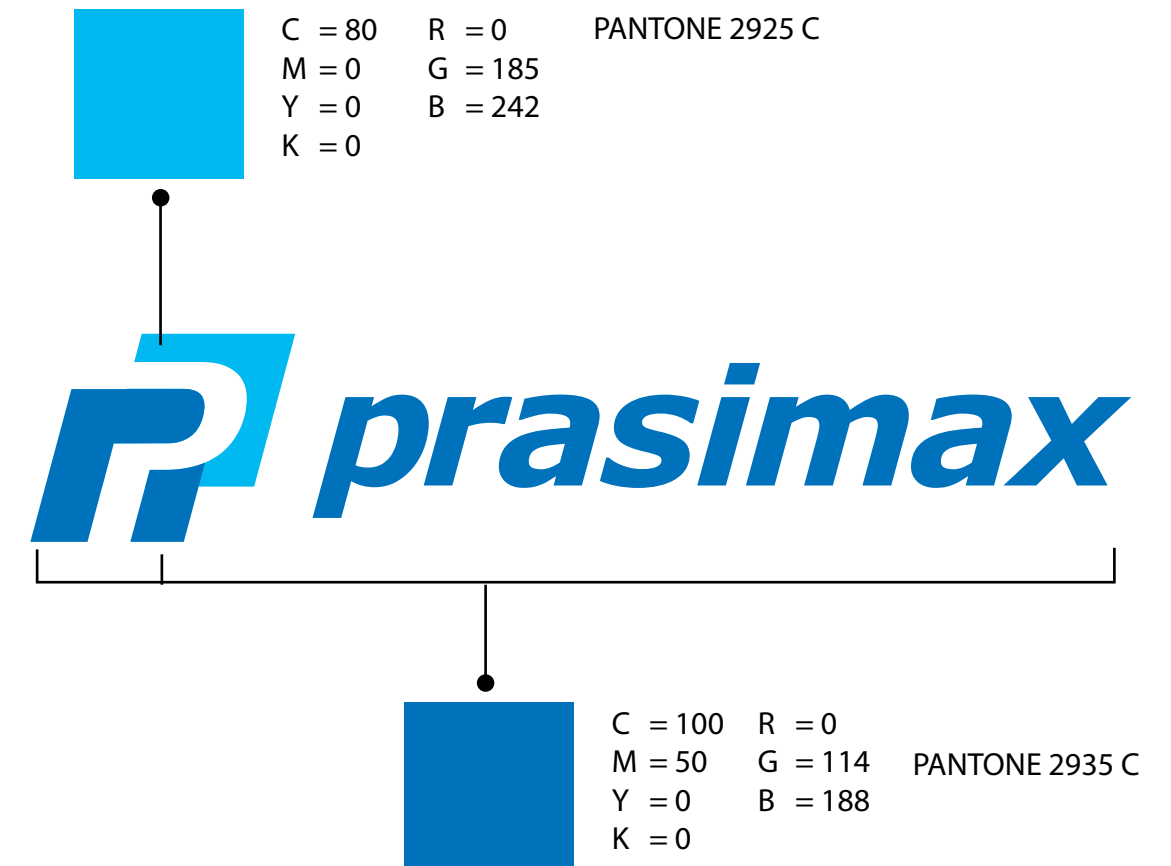




Esensi identitas Prasimax yang baru ini mengedepankan inspirasi inovasi di bidang teknologi yang menjadi solusi. Sebagaimana proses terintegrasi dan detail yang senantiasa dijalankan Prasimax dalam menghadirkan solusi tersebut, maka kualitas integrated dan detail tersebut juga menjadi landasan dalam formulasi identitas ini di mana tiap elemennya dikonstruksi secara presisi menjadi kesatuan yang utuh.

Dengan aspirasi dan inspirasi bahwa setiap inovasi teknologi yang dihadirkan oleh Prasimax secara spesifik harus menjadi solusi bagi siapa pun yang membutuhkan, maka hadirnya identitas Prasimax ini tetap diaktualisasikan dengan visual yang mudah dipahami oleh siapa saja. Pesan yang secara langsung memperkuat recognizing terhadap Prasimax diwakili dengan inisial "P" di atas elemen kotak yang terinspirasi dari circuit board untuk mewakili teknologi. Pemilihan warna biru menambahkan makna "humanized" sehingga brand ini tidak berjarak dengan siapa pun yang membutuhkan solusi inovasi teknologi.

***Panduan Identitas Brand***



Konfigurasi primer adalah konfigurasi yang sebaiknya diimplementasikan semaksimal mungkin dalam semua bentuk aplikasi.

Identitas Primer pada brand Prasimax adalah permainan antara garis dan typografi dari huruf "P" yang di ambil dari kata "precision" dan memiliki 2 warna yaitu biru tua dan biru muda. Serta penempatan konfigurasi primer ini adalah harus selalu di atas bidang berwarna putih yang telah ditentukan oleh aturan warna pada panduan identitas Prasimax.

Konfigurasi warna identitas pada brand Prasimax adalah biru tua dan biru muda.



Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.



Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

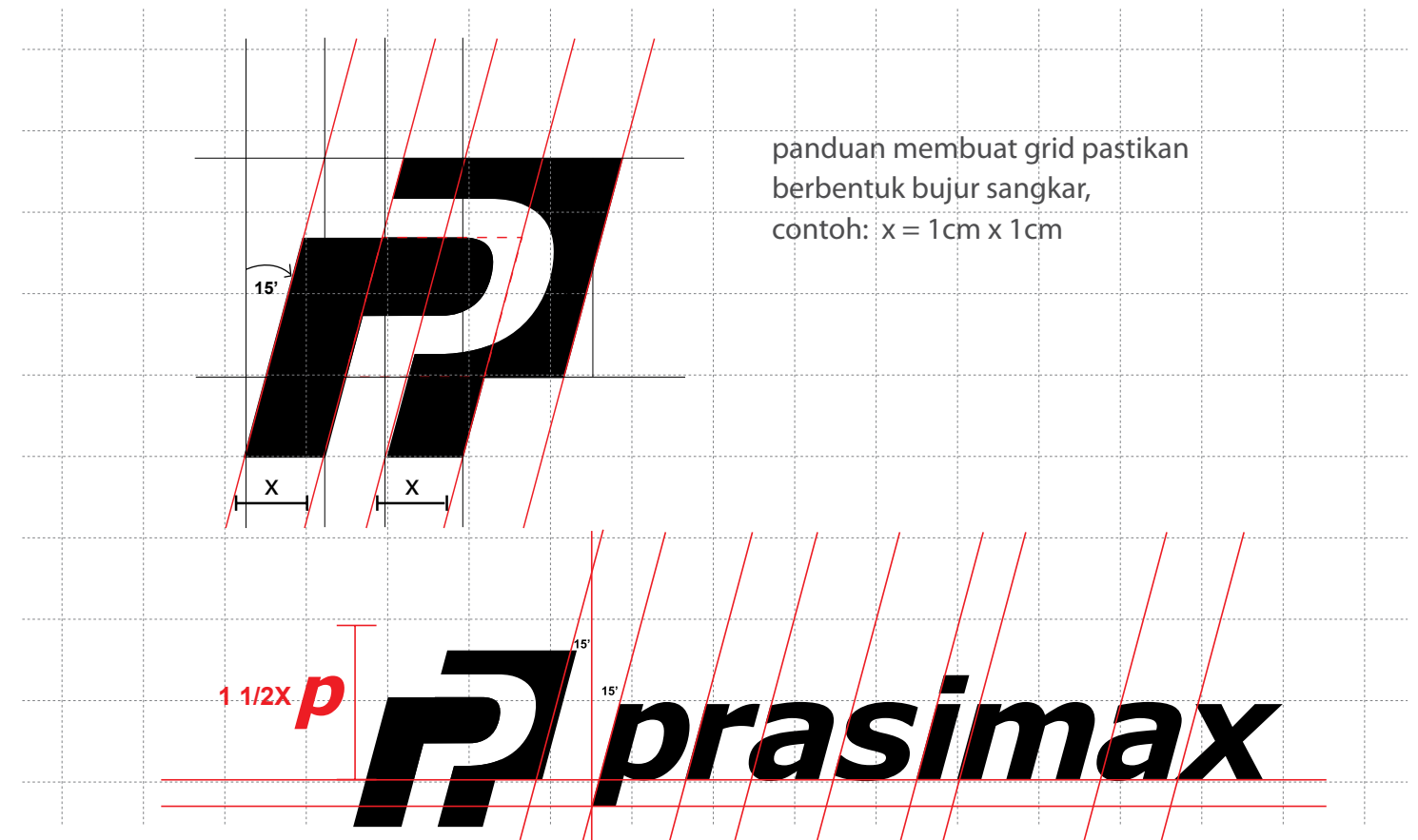
**P prasimax**

**P prasimax**

Konfigurasi hitam putih diaplikasikan saat identitas di atas latar hitam atau putih.

Konfigurasi ini juga digunakan untuk teknik produksi tertentu (sablon, stempel, lempengan logam dll).

! Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.



Konstruksi identitas diperlukan untuk membantu pembuatan identitas secara manual (spanduk, umbul-umbul, dsb).

Bagi media aplikasi yang lain diharapkan agar menggunakan softcopy untuk menghindari distorsi

! Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.



Myriad Pro

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!/?/,:;"',.()&@

Sebagai jarak aman identitas menggunakan huruf “p” yang terdapat pada logo dengan skala ukuran 100%.



Tinggi minimum untuk identitas adalah 1 cm

Jenis tipografi untuk kepentingan segala kegiatan korporasi ditetapkan untuk menggunakan font Myriad Pro

Untuk menjaga konsistensi identitas brand Prasimax harus menggunakan jenis tipografi di atas, misal: pada body copy surat menyurat & isi presentasi Powerpoint, content website, content pada poster promosi, dan lainnya.



Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.



Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.



## Konfigurasi Identitas Unit Bisnis

Batas maksimal lebar tulisan  
unit bisnis



C100 M50 Y0 K0	C80 M0 Y0 K0	C50 M0 Y0 K0
PANTONE 2935 C	PANTONE 2925 C	PANTONE 297 C
Font : Myriad Pro		

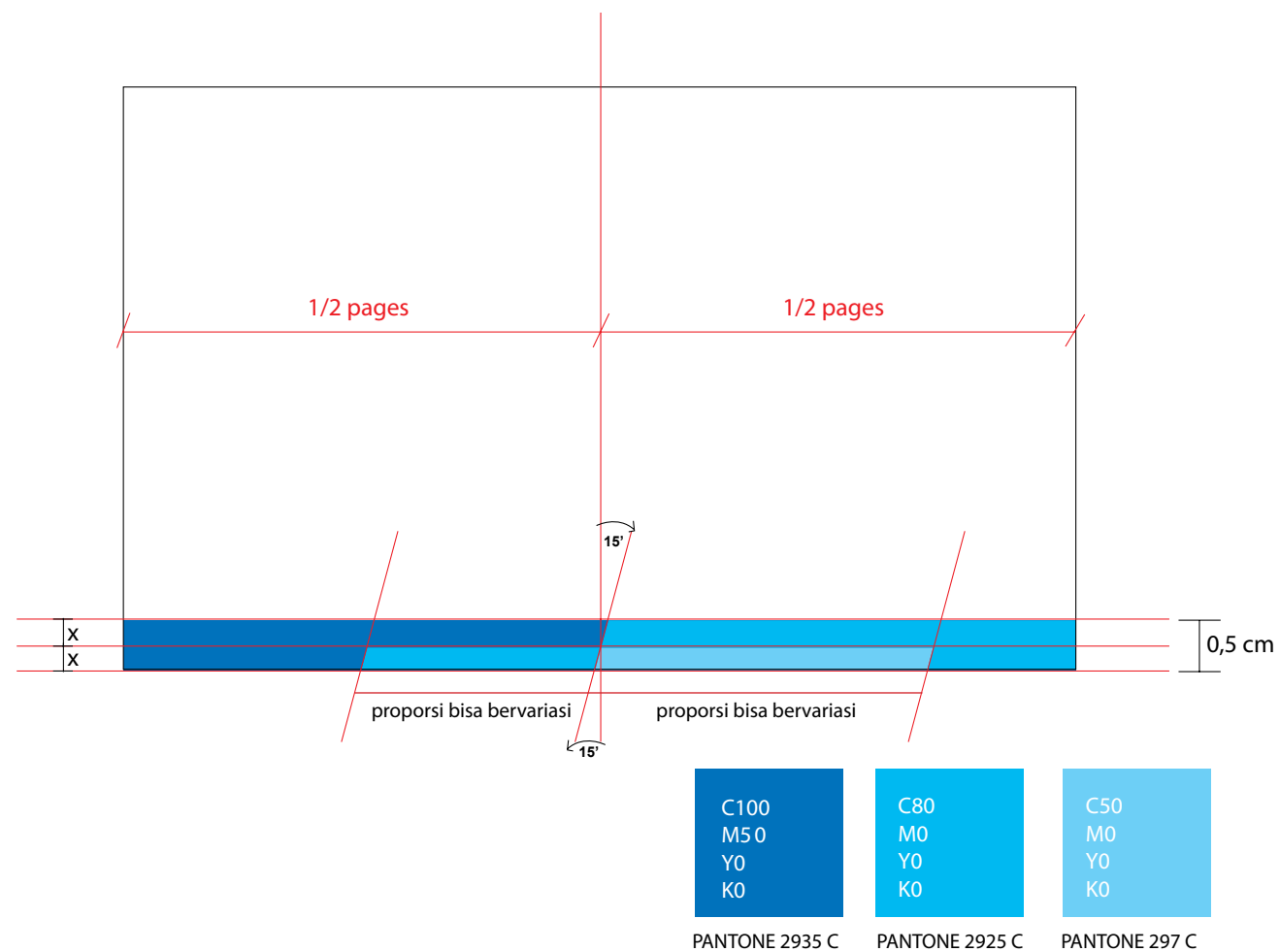
Penulisan unit bisnis menggunakan  
font : Myriad Pro (italic)

Konfigurasi unit  
bisnis dipakai apabila  
di kemudian hari  
Brand Prasimax akan  
mempunyai unit  
bisnis baru

Untuk menjaga konsistensi identitas unit  
bisnis brand Prasimax harus menggunakan  
jenis tipografi di atas dan harus mengikuti  
batas maksimal area penulisan.

## Panduan Elemen

## Elemen Grafis



Elemen grafis berikut adalah beberapa acuan bentuk dan posisi untuk di gunakan dan di aplikasikan pada semua bidang dan bentuk pada media aplikasi.

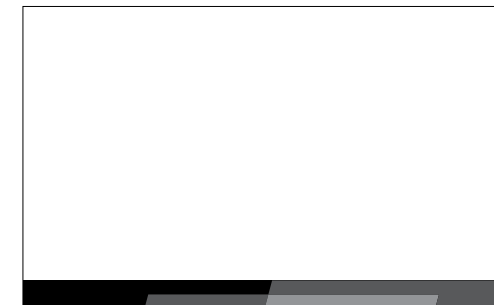
Peletakan elemen grafis hanya di letakkan di bawah bidang desain. Dalam mengimplementasikan elemen grafis pada bidang aplikasi harap memperhatikan batas ruang dan ukuran yang telah ditentukan diatas.



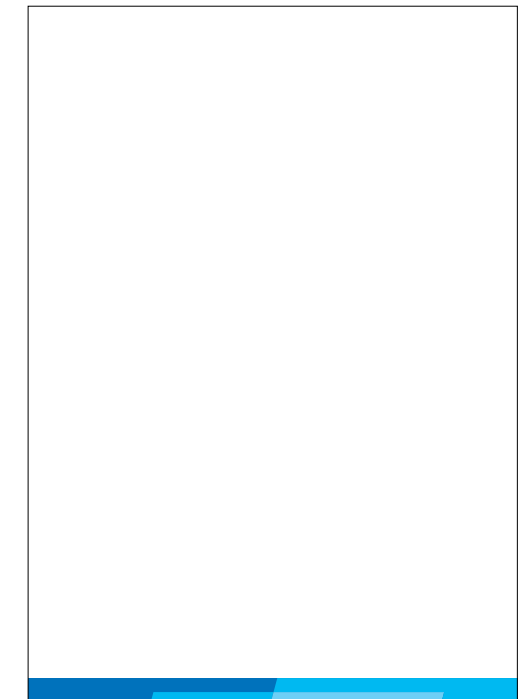
Agar identitas teraplikasikan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

## Elemen Grafis

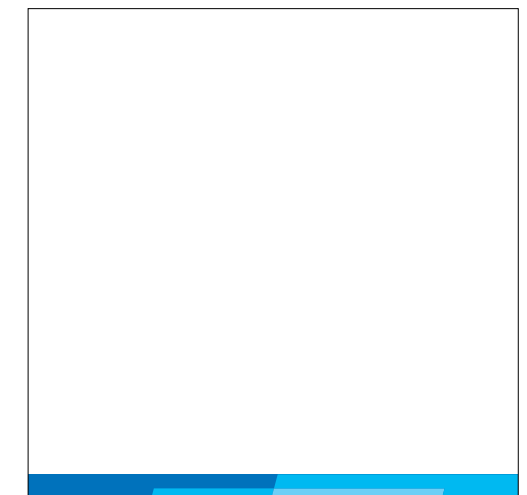
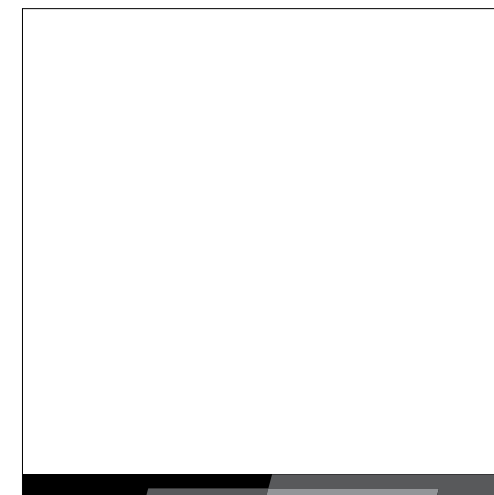
### a. Bidang Landscape



### b. Bidang Portrait



### c. Bidang Square/Kotak



Peletakan elemen grafis hanya di letakkan di bawah bidang desain. Dalam mengimplementasikan elemen grafis pada bidang aplikasi harap memperhatikan batas ruang dan ukuran yang telah ditentukan diatas.



## Panduan Fotografi

Konsep Fotografi Prasimax harus merefleksikan unsur inovasi teknologi yang harmonis dengan manusia

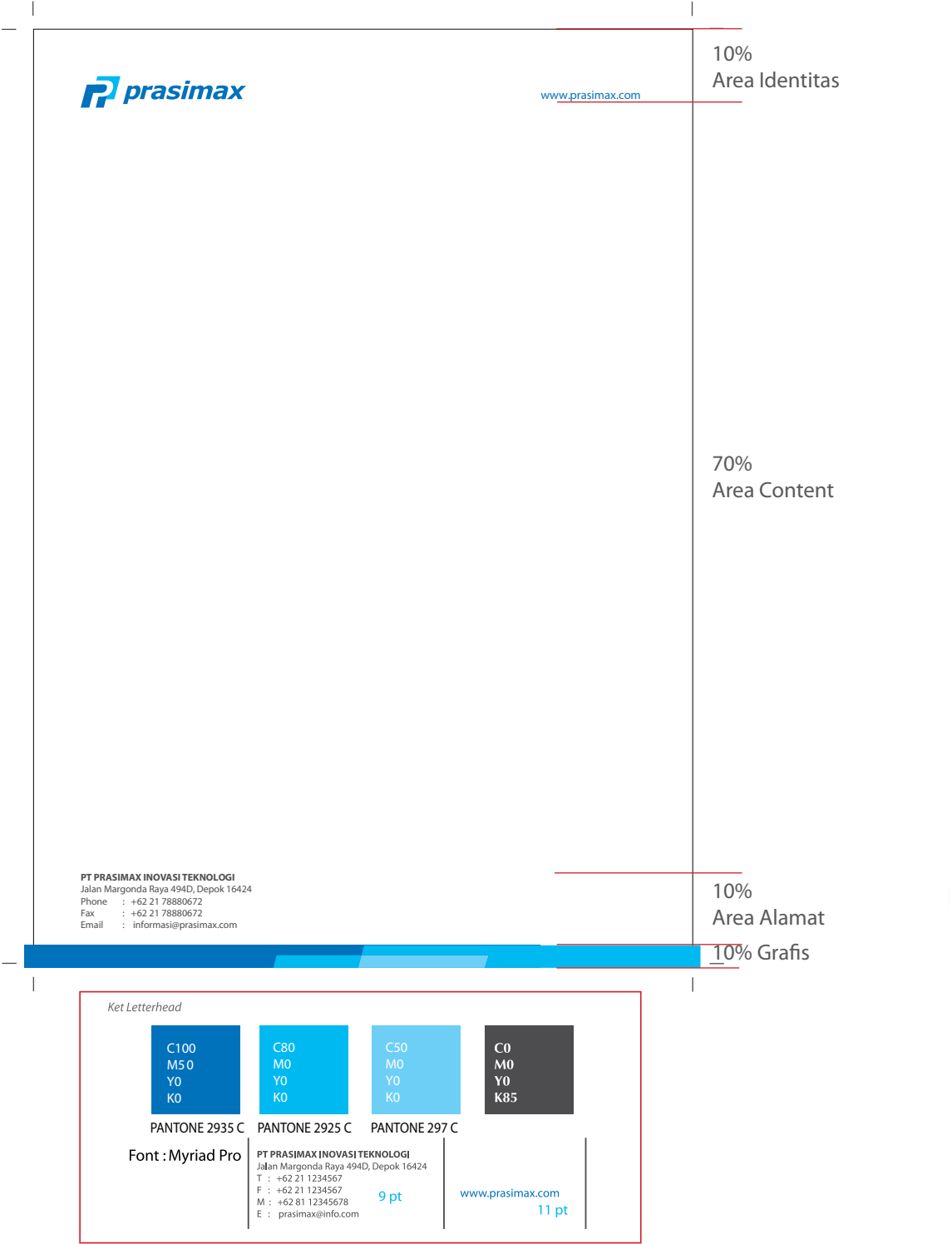
Agar fotografi dapat merefleksikan unsur teknologi harap melalui proses "Digital Imaging". Tone Manner dan warnanya harus modern dan mencerminkan teknologi, serta apabila memungkinkan secara source fotografinya foto yang dipilih dapat dikombinasikan dengan unsur manusia.



# Panduan Implementasi

Skala 50%  
Dari ukuran  
sebenarnya

## Kop Surat

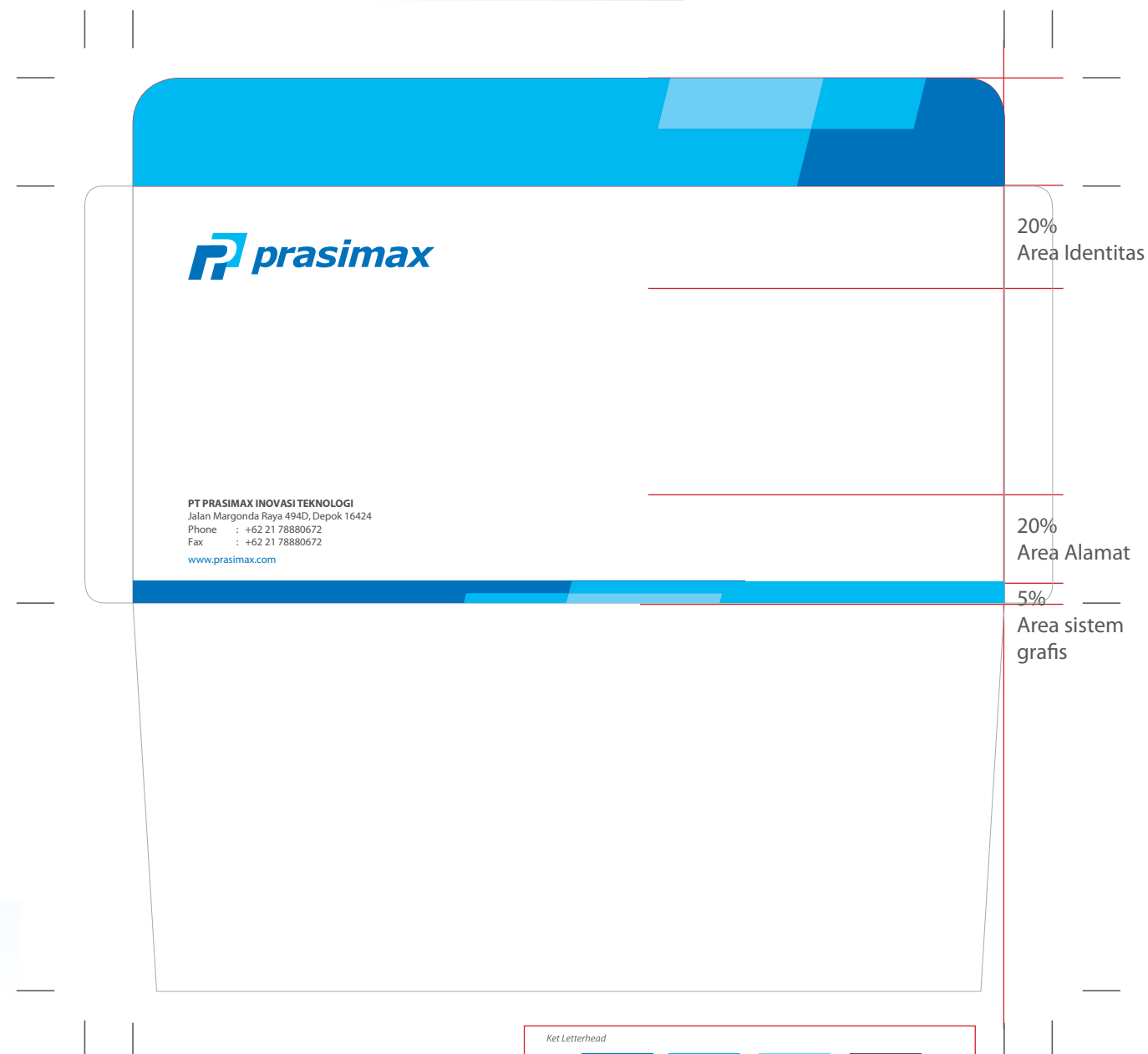


! Agar identitas teraplikasikan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

- Ukuran: A4  
Spesifikasi Printing:
- standar : HVS 80 gr, 4/0
  - premium : Fortuna fancy paper, soft white 104 gr, 4/0



## Amplop Surat



Skala 60%  
dari ukuran  
sebenarnya

Ket Letterhead			
C100 M50 Y0 K0	C80 M0 Y0 K0	C50 M0 Y0 K0	C0 M0 Y0 K85
PANTONE 2935 C	PANTONE 2925 C	PANTONE 297 C	
Font : Myriad Pro			
PT PRASIMAX INOVASI TEKNOLOGI			
Jalan Margonda Raya 494D, Depok 16424			
T : +62 21 1234567			
F : +62 21 1234567			
M : +62 81 12345678			
E : prasimaxinfo.com			
www.prasimax.com			
9 pt			
11 pt			



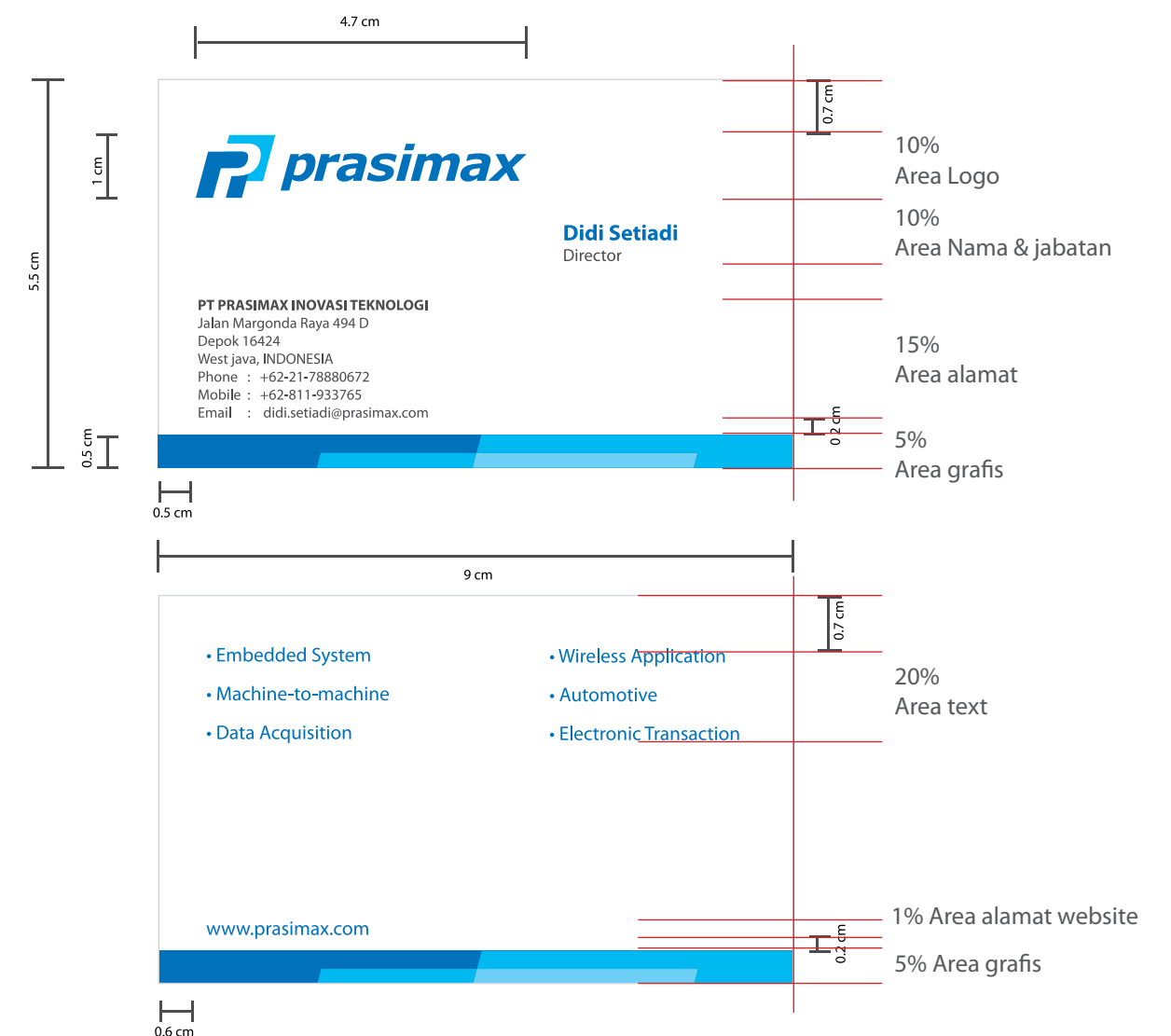
Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten,  
sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Ukuran: A4

Spesifikasi Printing:

- standar : HVS 80 gr, 4/0
- premium : Fortuna fancy paper, soft white 104 gr, 4/0

## Kartu Nama



Depan			
C100 M50 Y0 K0	C80 M0 Y0 K0	C50 M0 Y0 K0	C0 M0 Y0 K85
PANTONE 2935 C	PANTONE 2925 C	PANTONE 297 C	
Font : Myriad Pro			
PT PRASIMAX INOVASI TEKNOLOGI			
Jalan Margonda Raya 494 D			
Depok 16424			
West java, INDONESIA			
Phone : +62-21-78880672			
Mobile : +62-811-933765			
Email : didi.setiadi@prasimax.com			
6 pt			
Didi Setiadi			
Bold Type			
Director			
Regular Type			
9 pt			
7 pt			

Belakang

Font : Myriad Pro

• Embedded System	www.prasimax.com
• Machine-to-machine	8 pt
• Data Acquisition	8 pt



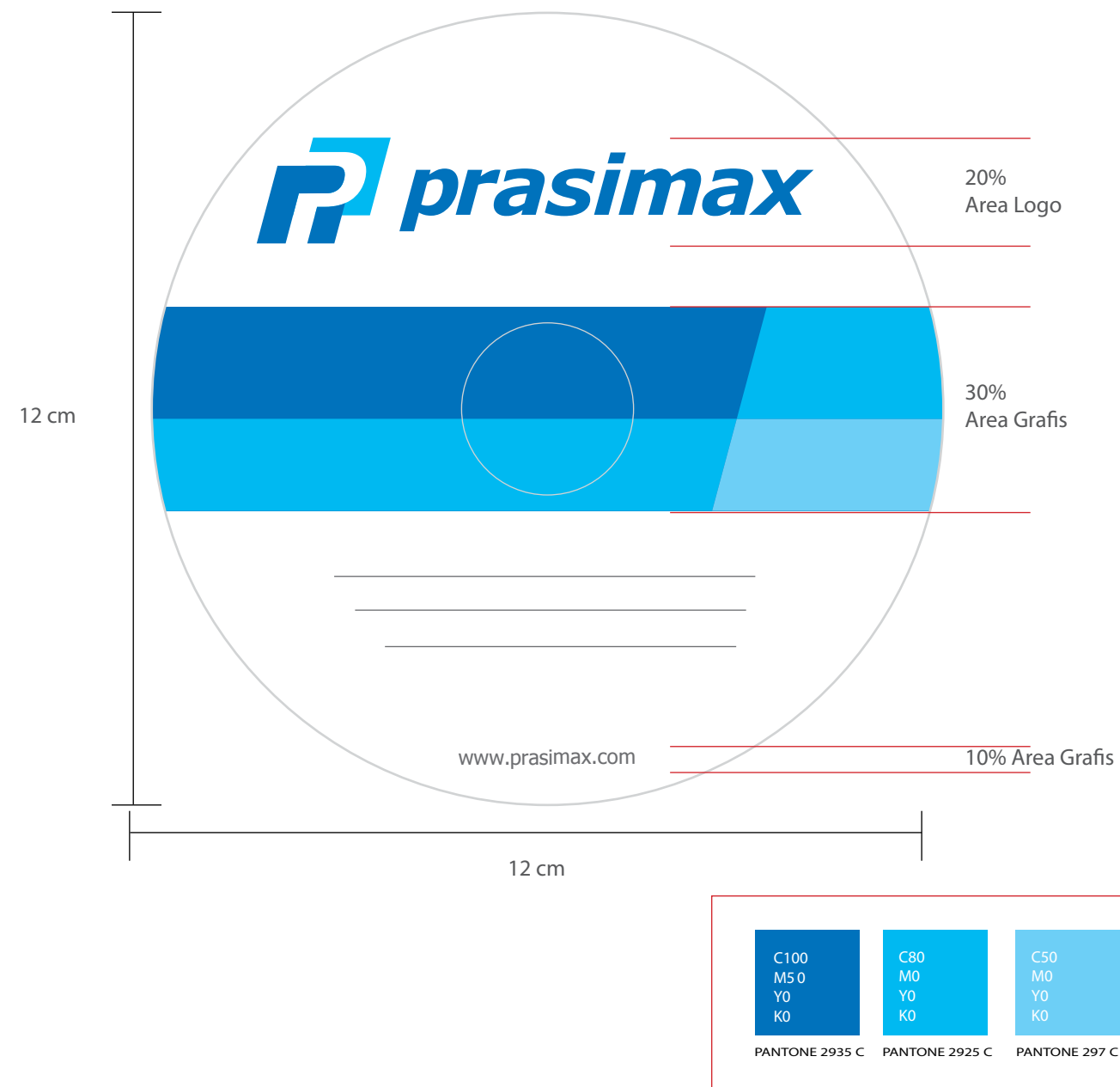
Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten,  
sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Ukuran: 9 cm x 5,5 cm

Spesifikasi Printing: Art Carton 210 gr, Doff, 4/4



## Stiker CD



Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Ukuran: diameter 12 cm  
Spesifikasi Printing: HVS 80 gr, 4/0

## Uniform



Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Model : polo shirt, logo bordir  
Aplikasi dapat disesuaikan dengan ukuran material dan warna yang tersedia, harap sesuaikan dengan warna identitas brand Prasimax.

## Kendaraan

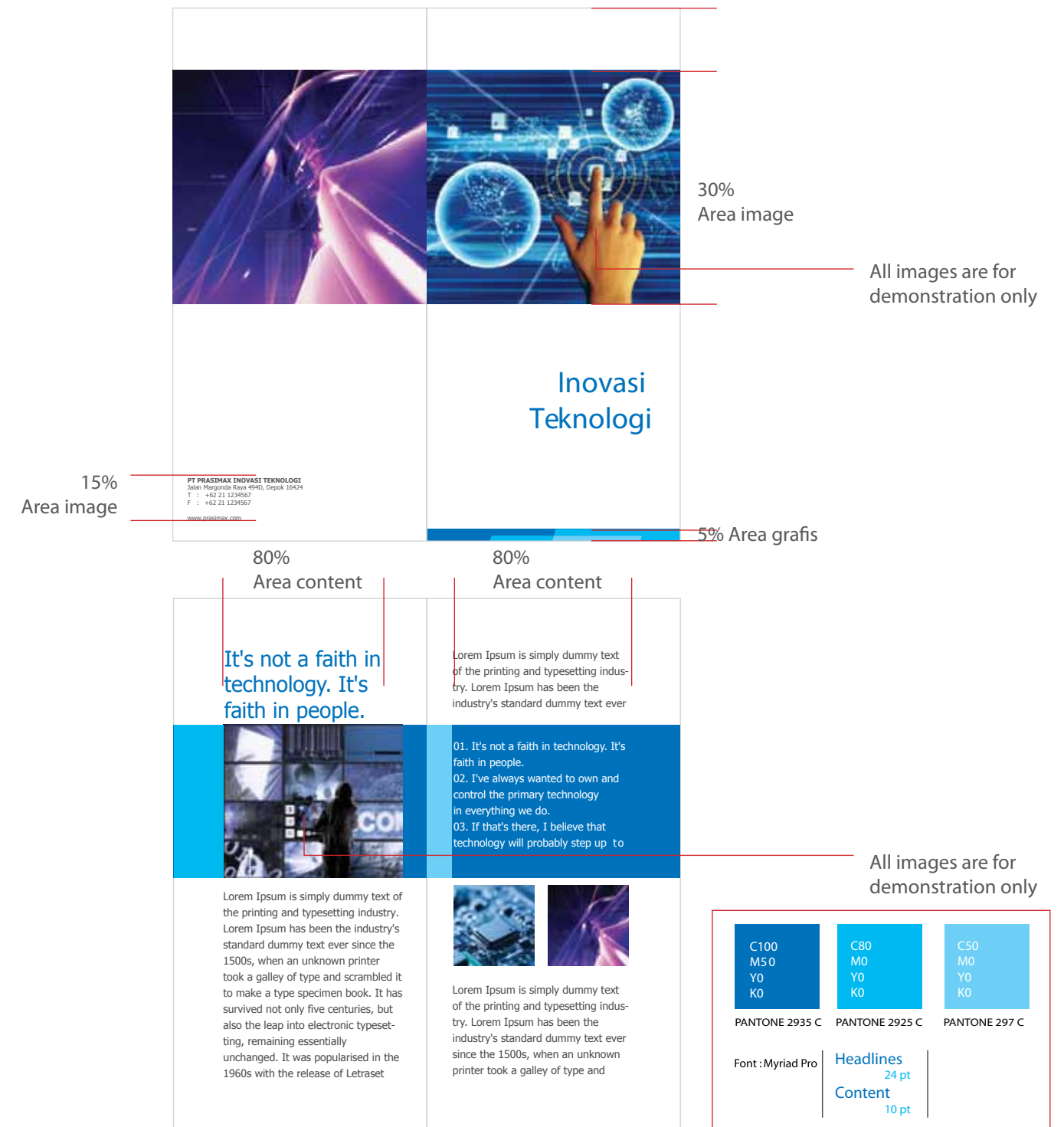


Aplikasi dapat disesuaikan dengan ukuran material dan warna yang tersedia, harap sesuaikan dengan warna identitas brand Prasimax.

! Agar identitas teraplikasikan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Seperti pada aplikasi di atas, modifikasi desain diambil dari unsur secondary elemen grafis, tetapi warna identitas masih sama dan kemiringan setiap potongan selalu 15 derajat

## Brosur



! Agar identitas teraplikasikan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Ukuran tertutup: L : 20 cm, T : 21 cm  
Spesifikasi Printing: Matt paper 100 gr, 4/4

## Office signage

Usahakan semaksimal mungkin media signage adalah bidang horizontal



mandatory signage dalam bidang vertikal

! Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Aplikasi dapat disesuaikan dengan ukuran material dan warna yang tersedia, harap sesuaikan dengan warna identitas brand Prasimax.

## Standy banner

All images are for demonstration only



! Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Aplikasi dapat disesuaikan dengan ukuran material dan warna yang tersedia, harap sesuaikan dengan warna identitas brand Prasimax.

## Banner Template

## Sertifikat

LAYOUT 01



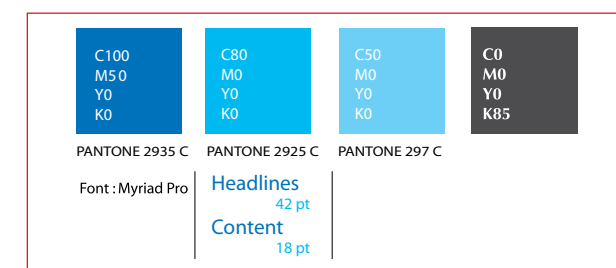
LAYOUT 02



! Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Aplikasi dapat disesuaikan dengan ukuran material dan warna yang tersedia, harap sesuaikan dengan warna identitas brand Prasimax.

Skala 60%  
dari ukuran  
sebenarnya




! Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Ukuran: L=29,7 cm x T=21 cm  
Spesifikasi Printing: Art Carton 210 gr, Doff, 4/0




## ID Card

 Agar identitas teraplikasikan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Ukuran: L= 5,4 cm x T=8,6 cm  
Spesifikasi Printing:  
Bahan PVC tebal 0,60 mm  
Lapisan PVC/ Overlay (plastik laminating) tebal 0,20 mm

## Company Profile



 Agar identitas teraplikasikan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Ukuran: L=21 cm x T=29,7 cm  
Spesifikasi Printing: Art Carton 260 gr, Doff, 4/4



## Website

home page



content page



! Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Aplikasi dapat disesuaikan dengan ukuran material dan warna yang tersedia, harap sesuaikan dengan warna identitas brand Prasimax.

## Template Power Point



Aplikasi penempatan logo Prasimax di bawah hanya boleh di aplikasikan di Template Power Point saja (lainnya tidak diperbolehkan)

! Agar identitas terapkan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

## Aturan Salah

## Aturan Salah Logo



**TIDAK DIBENARKAN**  
Merubah konfigurasi identitas



**TIDAK DIBENARKAN**  
Merubah warna pada identitas



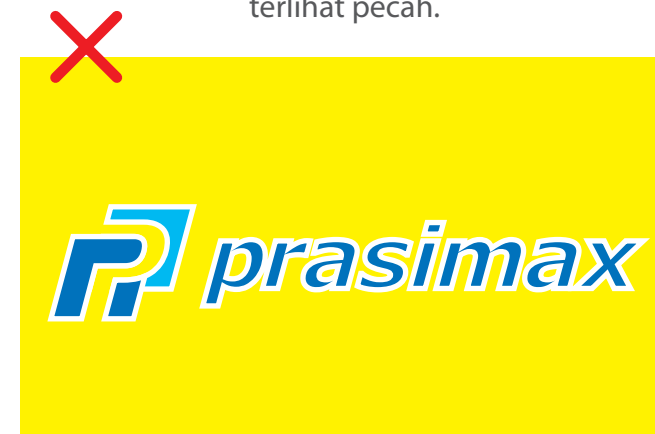
**TIDAK DIBENARKAN**  
Memberikan efek tertentu pada identitas (distorsi, emboss, motif, bayangan, dll).



**TIDAK DIBENARKAN**  
Mengaplikasikan identitas dengan resolusi/dpi rendah, sehingga identitas terlihat pecah.



**TIDAK DIBENARKAN**  
Mengaplikasikan identitas di atas bidang bergambar/ foto, atau berwarna. Maka pengaplikasian identitas harus merubah warna menjadi putih atau mengaplikasikan identitas hitam putih (lihat hal. konfigurasi identitas hitam putih).



**TIDAK DIBENARKAN**  
Mengaplikasikan identitas dengan outline saat di atas bidang warna



**TIDAK DIBENARKAN**  
Logo tidak boleh di-stretch, rotate atau miring

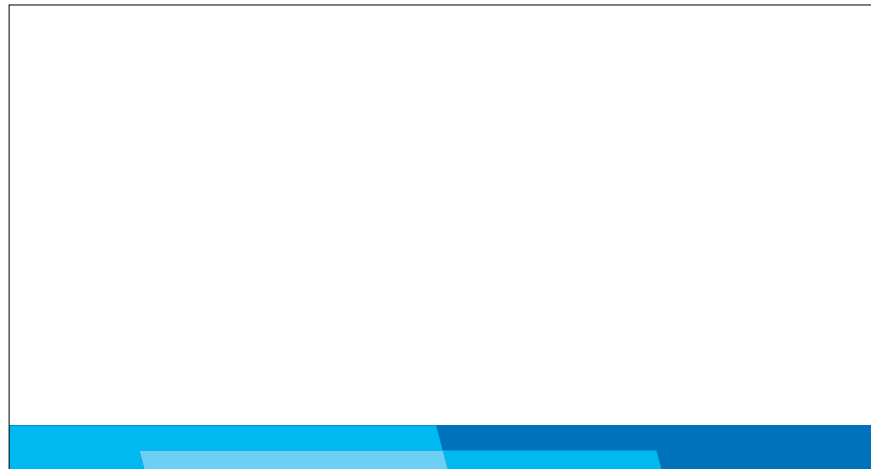


**TIDAK DIBENARKAN**  
Logo dibuat 3 dimensi pada aplikasi desain 2 dimensi



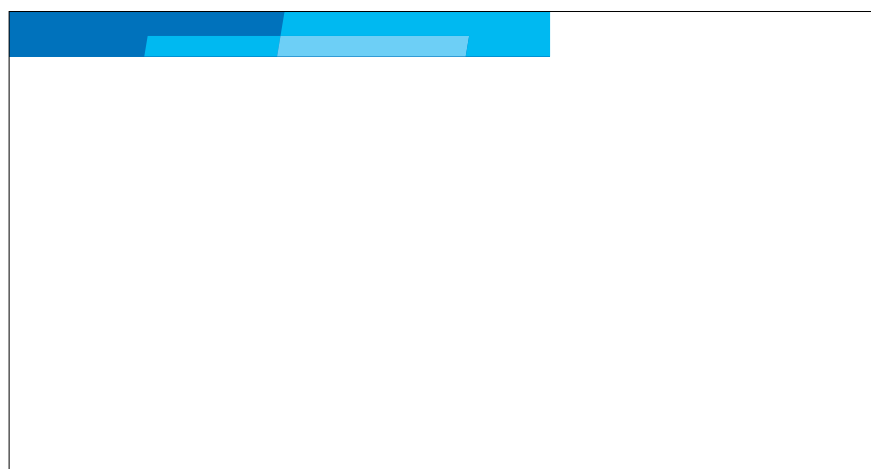
Agar identitas teraplikasikan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

## Aturan Salah Elemen Grafis



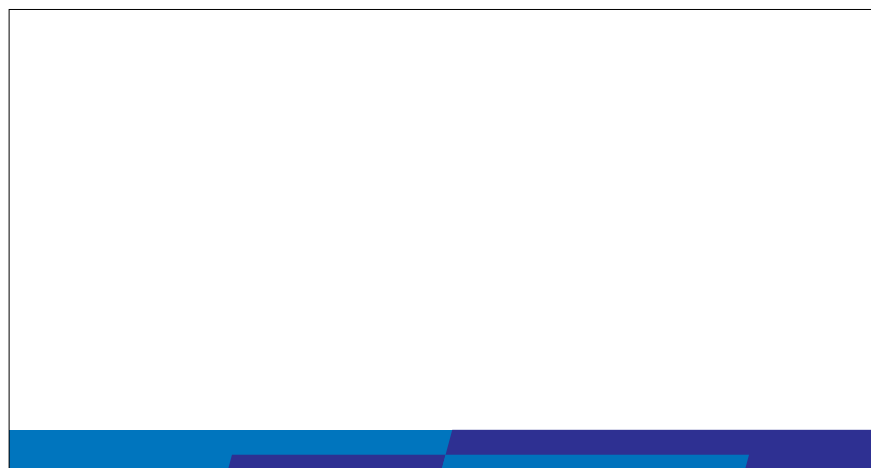
**TIDAK DIBENARKAN**

Mengaplikasikan elemen grafis dengan posisi dan arah selain yang ditentukan oleh aturan elemen grafis.



**TIDAK DIBENARKAN**

Mengaplikasikan elemen grafis dengan bentuk selain yang ditentukan oleh aturan elemen grafis.



**TIDAK DIBENARKAN**

Mengaplikasikan elemen grafis dengan warna selain yang ditentukan oleh aturan elemen grafis.

## Aturan Salah Fotografi



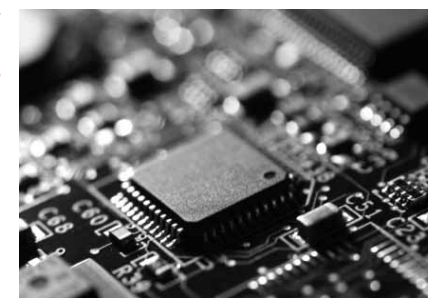
**TIDAK DIBENARKAN**

Menggunakan foto tidak mengesankan nuansa teknologi dan modern



**TIDAK DIBENARKAN**

Menggunakan foto yang tidak cerah



**TIDAK DIBENARKAN**

Menggunakan foto dengan efek sephia atau 1 warna pada foto



**TIDAK DIBENARKAN**

Menggunakan foto yang menampilkan kesan suram



**TIDAK DIBENARKAN**

Menggunakan ekspresi yang tidak natural



Agar identitas teraplikasikan dengan tepat dan konsisten, sangat disarankan untuk mendapatkan (softcopy) dari pemilik brand.

Metodologi, konsep, struktur dan susunan dalam Panduan Penggunaan Identitas ini adalah properti dan hak cipta dari PT ibrand dan tidak diperkenankan untuk di duplikasi atau dipublikasikan secara keseluruhan ataupun sebagian tanpa seizin PT ibrand.

© ibrand 2012

