



SUPERSTRAITS



DIGITAL AGENCY  
GOOD ENOUGH NEVER IS  
[www.triodigitalagency.com](http://www.triodigitalagency.com)

BRAND IDENTITY GUIDELINES / MARET 2015



SUPERSTRAITS

## Tinjauan

Tujuan dari buku pedoman ini adalah untuk menjelaskan penggunaan “style” dari sebuah merek baru dan untuk menegaskan konsistensi saat mengaplikasikan unsur visual dalam segala bentuk komunikasi. Hal ini termasuk publikasi, presentasi, dan semua materi pemasaran lainnya baik online maupun offline. Pedoman penggunaan logo disertakan.

## “Identitas” baru Anda

Identitas perusahaan Anda adalah wajah dan kepribadian yang disajikan kepada masyarakat global. Ini sama pentingnya dengan produk dan layanan yang Anda berikan. Identitas Anda adalah sepenuhnya efek dari logo Anda, produk, nama merek, merek dagang, iklan, brosur, dan presentasi - segala sesuatu yang mewakili Anda.

Karena merek tidak bisa dikompromikan, kami membuat panduan ini untuk memberi semua spesifikasi yang relevan yang Anda butuhkan untuk menjaga integritas. Pedoman yang ditetapkan dalam dokumen ini tidak dimaksudkan untuk menghambat, tapi untuk meningkatkan proses kreatif. Dengan mengikuti panduan ini, materi-materi yang Anda buat akan mewakili perusahaan Anda ke dunia luar.



Ada tiga item utama ditampilkan dalam logo ini :

#### Selat Malaka dan huruf S

Semua bagian dari logo ini, dikombinasikan dengan wilayah negatif, dapat dimainkan dan diatur untuk menampilkan bentuk selat dan dunia secara bersamaan.

Bayangan (silhouette) bumi / dunia merupakan representasi dari kesuksesan global yang ditargetkan. Bentuk selat yang juga merupakan representasi dari bentuk selat.

#### Warna

Warna utama Key adalah biru, dengan warna hijau. Biru melambangkan kepercayaan, kejujuran, kesetiaan, dan kehandalan, yang semuanya adalah kualitas dari perusahaan SuperStraits. Dimaksudkan warna biru tersebut dapat mengundang rasa percaya dan kesetiaan konsumen terhadap produk serta kesetiaan dan keterpercayaan terhadap penjaminan mutu produk yang ditawarkan.

Warna hijau melambangkan kesuburan tanaman pertanian yang hijau dan berkembang sangat baik.

#### Keywords

Bimbingan, one-stop solution, terpercaya, dapat diandalkan, ketenangan.

Logo perusahaan merupakan sebuah elemen grafis penting dan bernilai yang harus digunakan secara konsisten dan tepat, bahkan variasi kecil bisa merusak dan membahayakan citra branding.



Logo - Dalam Warna Utama



Logo - Alternatif Warna

# 3.1

## The Logo Usage



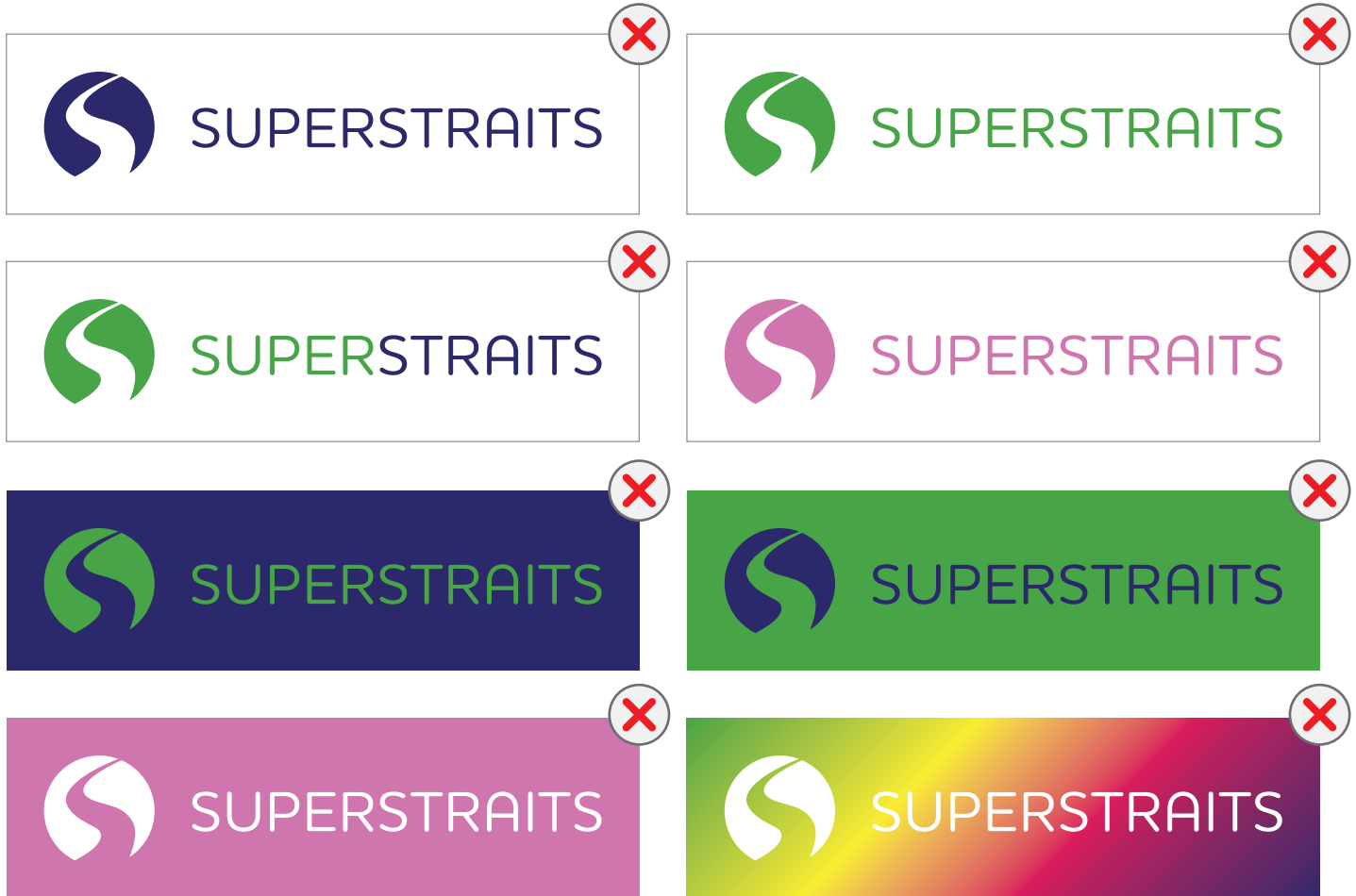
Selalu gunakan desain master ketika mereproduksi desain logo. Ini tidak boleh diubah dalam kondisi apapun. Selalu pastikan Anda menggunakan desain yang benar untuk aplikasi. Ketika memperbanyak setiap elemen logo, hanya resolusi tinggi atau vektor file grafis asli boleh digunakan.

### Zona Pengecualian

Pastikan bahwa elemen teks atau desain lainnya tidak melanggar batas atas logo. Ruang yang ditandai harus selalu diberikan untuk membiarkan logo 'bernapas', bebas dari gangguan.

### Ukuran reproduksi Minimum

Dalam format logo utama ukuran minimum harus ditaati sehingga keterbacaan dapat dipertahankan. Dalam keadaan yang tidak biasa dimana ruang yang tersedia dibawah ukuran yang direkomendasikan, penyesuaian mungkin harus dilakukan untuk menyeimbangkan bentuk dan visibilitas.



Salah!

Latar belakang untuk penempatan logo terlalu mirip dengan warna dasar-hal ini menyebabkan tidak memiliki visibilty dan kontras. Untuk masalah ini, Anda dapat memilih warna kontras dari warna dasar, atau beralih ke salah satu warna sekunder untuk logo.

Dalam penggunaan logo pada latar belakang berwarna selain dua warna yang ada dalam desain tidak diperbolehkan termasuk untuk latar belakang gradasi warna.

Benar!

Dalam latar belakang putih, penggunaan logo satu warna hanya diperbolehkan untuk warna hitam.

Logo jelas dan terlihat, diatur dengan perpaduan warna primer dan latar belakang yang kontras. Meskipun latar belakang tidak hitam, warna telah disesuaikan dengan desain.

Hanya diperbolehkan menempatkan logo berwarna putih secara langsung pada latar belakang berwarna salah satu dari warna yang dipakai dalam logo.

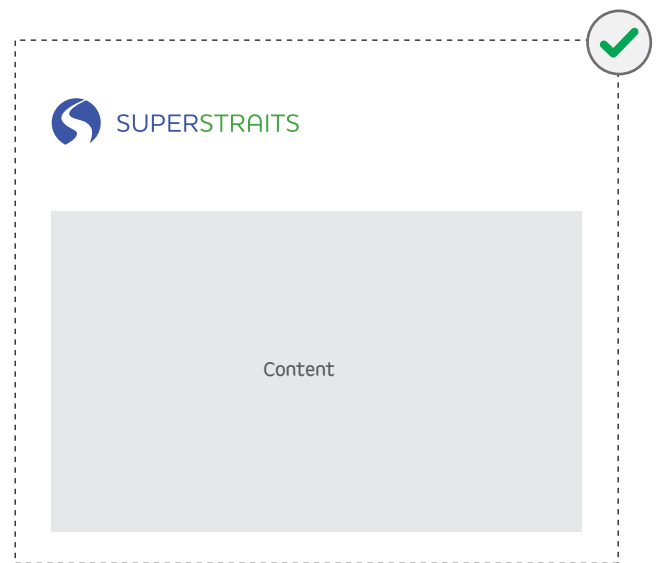
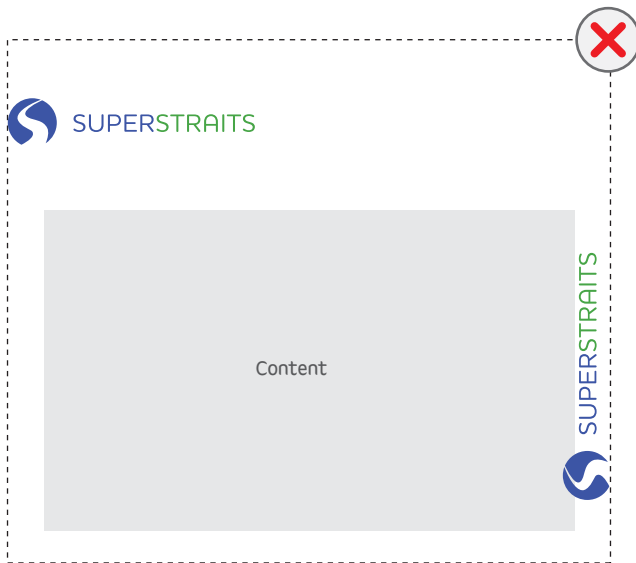


### Salah!

Tidak diperbolehkan dalam kondisi apapun menampilkan logo dalam kondisi miring atau tertarik ke samping atau atas bawah sehingga membuat proporsi logo menjadi berubah. Tidak diperbolehkan juga memindahkan elemen-elemen dalam logo seperti icon dalam logo pada posisi-posisi yang tidak sesuai.

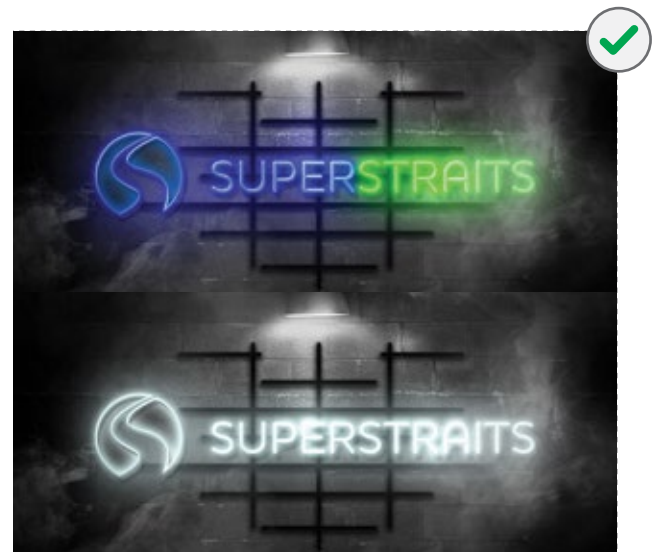
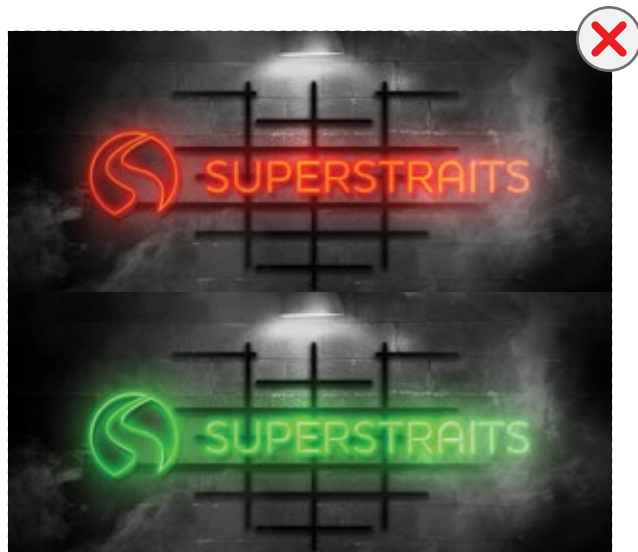
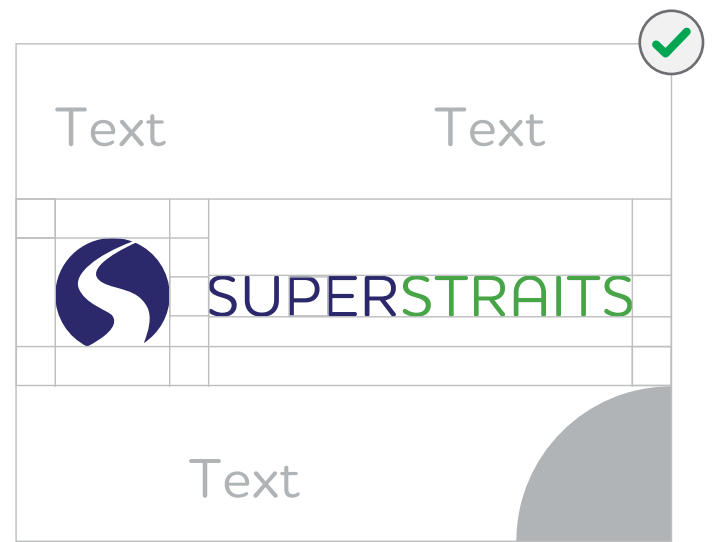
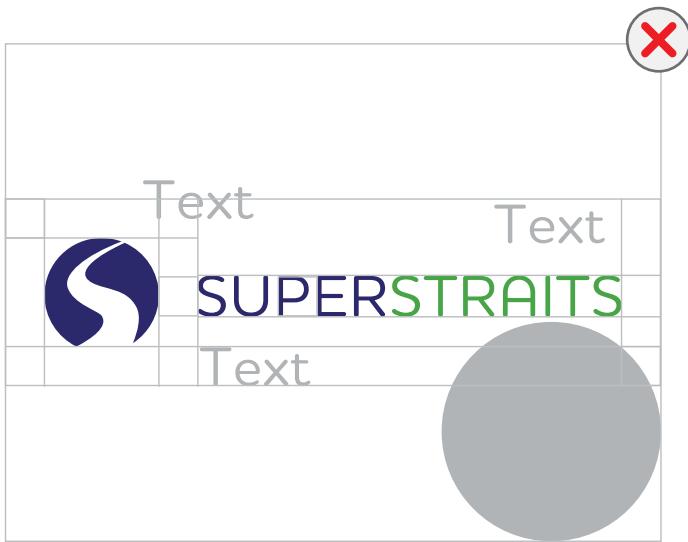
### Benar!

Logo harus ditampilkan dalam kondisi yang proporsional dan tidak miring. Elemen-elemen dalam logo tetap ditampilkan dalam keadaan yang tetap dan konsisten. Elemen-elemen tidak ada yang berpindah posisi.



Dalam kebanyakan kasus, penggunaan logo perusahaan sangat diperlukan. Jika perusahaan Anda membuat sebuah iklan, maka biasanya logo tersebut yang digunakan dan diperlukan untuk mengenalkan kepada masyarakat dan/atau pelanggan.









Penempatan logo dalam sebuah media diharuskan memperhatikan jarak (zona) aman logo yang telah ditentukan. Tidak diperbolehkan menempatkan elemen lain dalam zona aman tersebut. Jika perusahaan Anda membuat sebuah Signage atau Neon Sign, maka biasanya logo tersebut dalam banyak kasus ditampilkan tidak seperti logo aslinya. Maka dari itu diusahakan menggunakan warna-warna dalam signage sesuai warna yang telah ditentukan.

# 4.0 | Colour Scheme

Reproduksi yang akurat dari skema warna merek sangat penting dalam mengkomunikasikan pesan yang jelas dan konsisten tentang citra perusahaan. Warna Pantone harus digunakan sedapat mungkin, dengan CMYK / RGB yang cocok dan sedekat mungkin, tergantung pada bahan dan proses cetak. Hitam dan putih dapat diterima sebagai warna aksen, di samping warna dalam skema yang ditetapkan.

		Pantone colour ref.	CMYK	RGB	HEX
Primary Brand Colour logo / main background / business cards		Pantone 273 C	100 / 100 / 25 / 15	43 / 41 / 107	#2b286b
Secondary Brand Colour secondary background / accent		Pantone 7739 C	75 / 10 / 100 / 0	71 / 165 / 71	#47a547
Text / Content Colour / Background		Pantone P Process Black C	0 / 0 / 0 / 100	0 / 0 / 0	#000000
Base Colour		Pantone P 1-1 C	0 / 0 / 0 / 0	255 / 255 / 255	#FFFFFF

Jenis huruf utama adalah MTOKCI+HouschkaRounded-Medium dengan pilihan kedua jenis huruf Roboto untuk melengkapi huruf utama. Ini telah dipilih dengan cermat untuk mewakili citra merek dengan baik, dan harus digunakan untuk mempertahankan konsistensi - terutama dalam logo. Mengganti font dengan alternatif tidak boleh dilakukan dalam kondisi apapun.

#### Primary Typeface

MTOKCI+HouschkaRounded-Medium Slogan / Tagline / Before Content

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890  
?!-+=\_@#\$%^&\*(){}[]|/\.,.<>~

#### Secondary Typeface

Roboto (All Family) Text / Content

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890  
?!-+=\_@#\$%^&\*(){}[]|/\.,.<>~



DIGITAL AGENCY  
GOOD ENOUGH NEVER IS  
[www.triodigitalagency.com](http://www.triodigitalagency.com)



SUPERSTRAITS