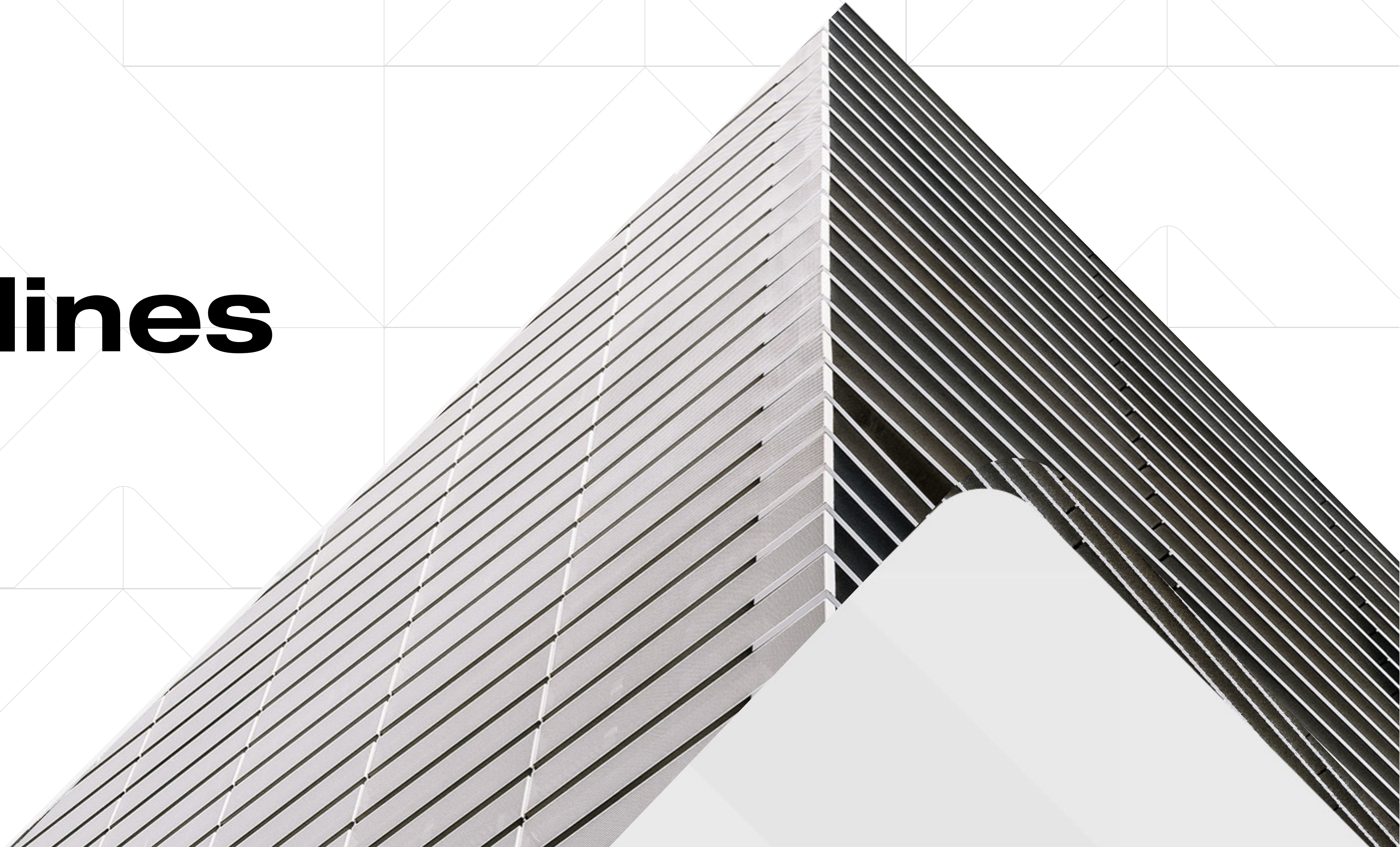




Brand Guidelines

Version 1.0
Copyright 2020



Daftar Isi 1

1. Identitas Brand 2

 1.1 Brand Essence 3

 1.2 Kepribadian 4

2. Identitas Verbal 5

 2.1 Panduan Identitas Verbal 6

 2.2 Panduan Pelafalan 7

 2.3 Gaya Bahasa 8

 2.4 Nada Suara 9

3. Identitas Visual..... 10

 3.1 Panduan Identitas Visual 11

 3.2 Logo Perusahaan 12

 3.3 Logo & Nama Perusahaan 13

 3.4 Diagram Logo 14

 3.5 Filosofi Logo 15

 3.6 Ukuran Logo 16

 3.7 Jarak Aman Logo 17

 3.8 Variasi Logo 18

 3.9 Variasi Warna Dasar 19

 3.10 Ketentuan Penggunaan Logo 20

 3.11 Latar Belakang Untuk Logo 21

 3.12 Taglines 23

 3.13 Co-Branding 24

 3.14 Sub Branding 26

4. Panduan Desain 28

 4.1 Panduan Warna 29

 Palet Warna Umum 30

 Palet Warna Digital 31

 Proporsi Warna 32

 Aturan Warna 33

 4.2 Panduan Tipografi 34

 Jenis Huruf Utama 35

 Jenis Huruf Sekunder 36

 Jenis Huruf Alternatif 37

 4.3 Panduan Ukuran Huruf 38

 Aturan Jenis Huruf 39

 4.4 Panduan Grafis..... 40

 Ketentuan Grafis 41

 Elemen Grafis 42

 Super Grafis 43

 Tata Letak 44

 4.5 Panduan Fotografi 49

 Ketentuan Fotografi 50

 Panduan Ilustrasi 51

 Ikonografi 52

 4.6 Panduan Animasi Logo 53

5. Contoh Aplikasi 54

 5.1 Kartu Nama 55

 5.2 Kertas Surat 56

 5.3 Amplop 57

 5.4 Map 59

 5.5 Alat Tulis 60

 5.6 Sampul Presentasi 61

 5.7 Segmen Presentasi 63

 5.8 Isi Presentasi 64

 5.9 Penutup Presentasi 65

 5.10 Sampul Laporan 67

 5.11 Kartu Identitas 68

 5.12 Seragam 69

 5.13 Rompi & Helm 74

 5.14 Billboard 75

 5.15 Umbul-umbul 76

 5.16 Rambu-rambu 77

 5.17 Merchandise 79

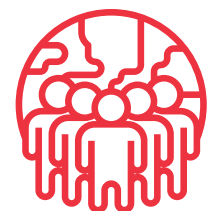
 5.18 Alat Makan 80

Identitas Brand

BRAND ESSENCE



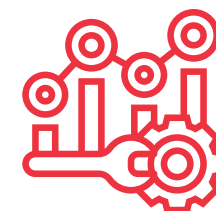
SIG percaya bahwa menciptakan nilai yang berkelanjutan adalah inti dari sebuah entitas.



SIG akan terus melampaui ekspektasi dengan memastikan lebih banyak orang yang menerima manfaat melalui beragam produk dan solusi bangunan berkualitas.



SIG akan terus memimpin industri dalam membangun masa depan melalui digitalisasi dan inovasi.



SIG akan membuka peluang baru dan mendorong pertumbuhan dengan pola pikir yang disruptif, berani menjadi pionir dengan bertindak beda.

KEPRIBADIAN

Berbeda

TAPI KITA TETAP **FOKUS**

SIG berani membuat lompatan besar, menghapus keterbatasan, dan bertindak beda. SIG terus fokus berkarya serta mengeksplorasi pemikiran dan penemuan baru demi masa depan yang berkelanjutan.

Profesional

TAPI KITA TETAP **HANGAT**

SIG memberikan pelayanan dan pengalaman terbaik dengan kredibilitas tinggi. SIG tetap waspada dan peka dalam setiap tindakan demi menjaga kepercayaan. SIG menunjukkan rasa peduli dan selalu menyambut baik semua orang.

Ambisius

TAPI KITA TETAP **REALISTIS**

SIG berorientasi pada tujuan dan selalu bergerak maju untuk meraih pencapaian cemerlang. SIG selalu siap beradaptasi dalam menghadapi segala tantangan untuk terus tumbuh dan belajar.

Percaya Diri

TAPI KITA TETAP **RENDAH HATI**

SIG memiliki pengalaman yang membentuk tekad dan semangat yang berkontribusi pada kemampuan yang dimilikinya. SIG selalu menunjukkan ketulusan dan bersahaja dalam setiap aktivitas yang dilakukan.

Identitas Verbal

PANDUAN IDENTITAS VERBAL

Identitas verbal SIG adalah artikulasi identitas melalui penggunaan bahasa yang unik dan berbeda.

Identitas verbal SIG menanamkan kepribadian melalui suara dan sikap, membedakan dari pesaing, dan membantu menciptakan suara yang jelas dan konsisten di semua saluran komunikasi.

PANDUAN PELAFALAN

Pelafalan SIG menggunakan pelafalan berbahasa Inggris, untuk menetapkan SIG sebagai entitas berkelas dunia.

S	I	G	
[εs]	[aɪ]	[dʒiː]	Bahasa Inggris
[es]	[ai]	[ji]	Bahasa Indonesia

GAYA BAHASA

Gaya bahasa yang digunakan akan mempengaruhi perspektif tentang SIG. Pastikan bahasa yang digunakan sederhana, jelas, dan optimis.

Sampaikan secara sederhana

Gunakan bahasa yang mudah dipahami oleh berbagai macam kalangan. Buatlah pesan yang jelas dan hindari penggunaan istilah yang terlalu teknis atau singkatan yang tidak lazim.

Prioritaskan pesan yang penting

Fokus untuk menjawab kebutuhan informasi berdasarkan data akurat dan terpercaya. Pastikan bahwa semangat SIG untuk menciptakan masa depan yang berkelanjutan tersampaikan dengan baik.

Terbuka dan penuh optimisme

Berkomunikasi dengan pembawaan yang ramah dan penuh simpati. Bawalah pesan-pesan yang positif, membangun, dan bersemangat. Kemukakan nilai dan manfaat yang membedakan SIG.

NADA SUARA

Nada suara jauh lebih bermakna dari sekedar rangkaian kata.

Nada suara kita akan menyampaikan kepribadian, memperkuat persepsi, dan menciptakan pengalaman yang sempurna melalui cerita yang konsisten, relevan, dan menarik.

Bersemangat

SIG bersemangat untuk meraih kesuksesan dan menciptakan solusi kehidupan berkelanjutan di masa depan.

LAKUKAN: Menggunakan kalimat aktif, menjadi seorang pelopor, dan konsisten

HINDARI: Menggunakan kalimat pasif dan pesimis.

Positif

SIG selalu melihat sesuatu dari kaca mata yang positif

LAKUKAN: Terdengar ceria, bersimpati, dan memberikan dukungan.

HINDARI: Antipati, merundung, atau bertindak berlebihan.

Akrab

SIG berinteraksi dengan ramah, hangat, dan terbuka.

LAKUKAN: Terdengar menarik, menggunakan emoji diperbolehkan.

HINDARI: Acuh dan represif

Pintar

SIG memiliki kecakapan dan tanggap dalam merespon segala sesuatu.

LAKUKAN: Menyampaikan fakta secara cerdas dan terus membekali diri dengan wawasan yang luas.

HINDARI: Menyampaikan sesuatu sebelum memastikan kebenarannya.

Identitas Visual

PANDUAN IDENTITAS VISUAL

Identitas visual SIG bukan hanya logo, tapi seluruh elemen visual yang digunakan untuk mewujudkan kepribadian dan posisi SIG sebagai entitas kelas dunia.

SIG menjadi satu kesatuan identitas yang membentuk komponen verbal dan visual yang mengedepankan nuansa sederhana namun tetap tegas.

Perpaduan tersebut jauh dari nuansa rumit dan kompleks, sehingga pesan yang disampaikan lebih fokus, mudah dipahami dan dapat diterima oleh siapapun.

LOGO PERUSAHAAN



LOGO & NAMA PERUSAHAAN

Vertical Lockup



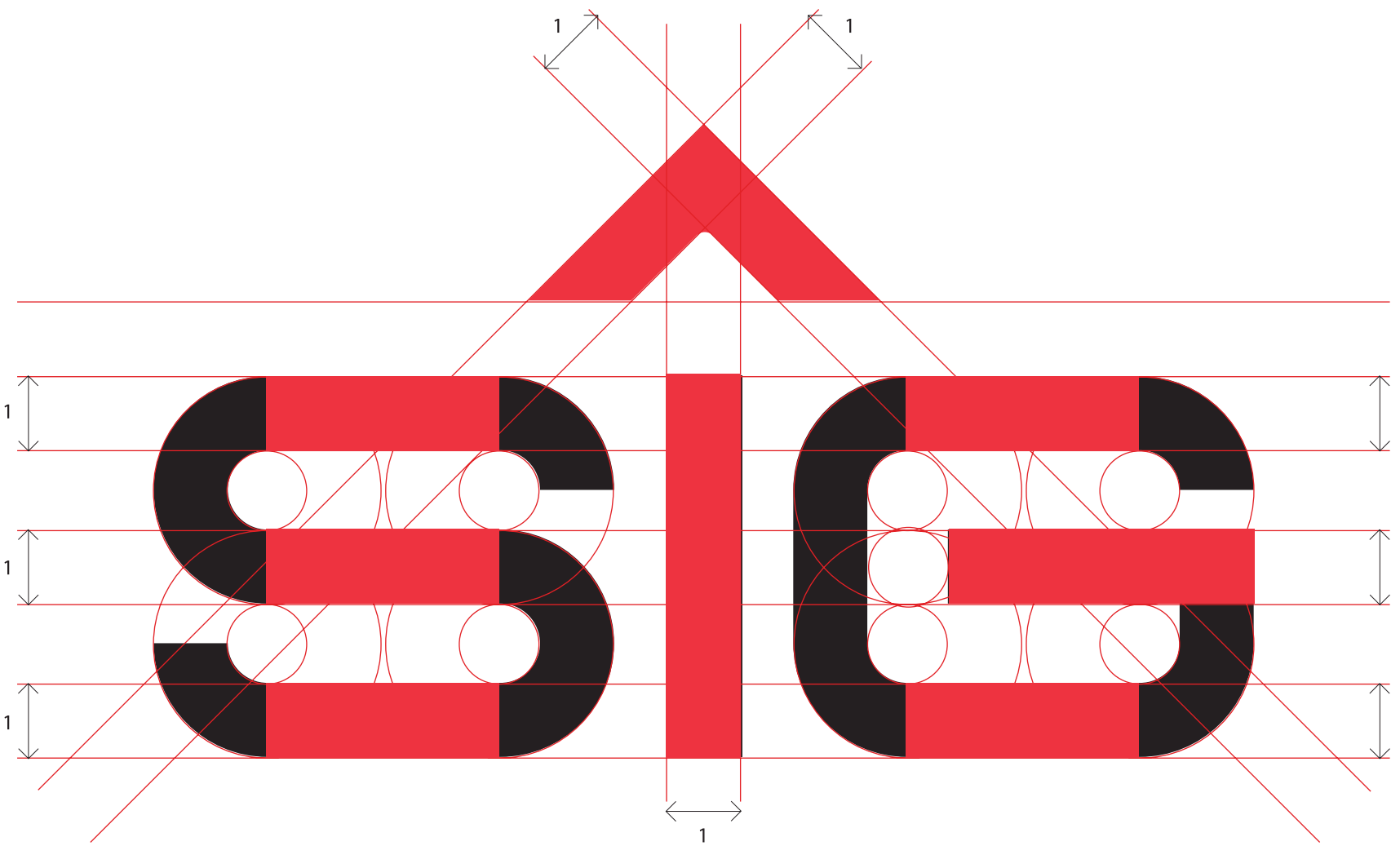
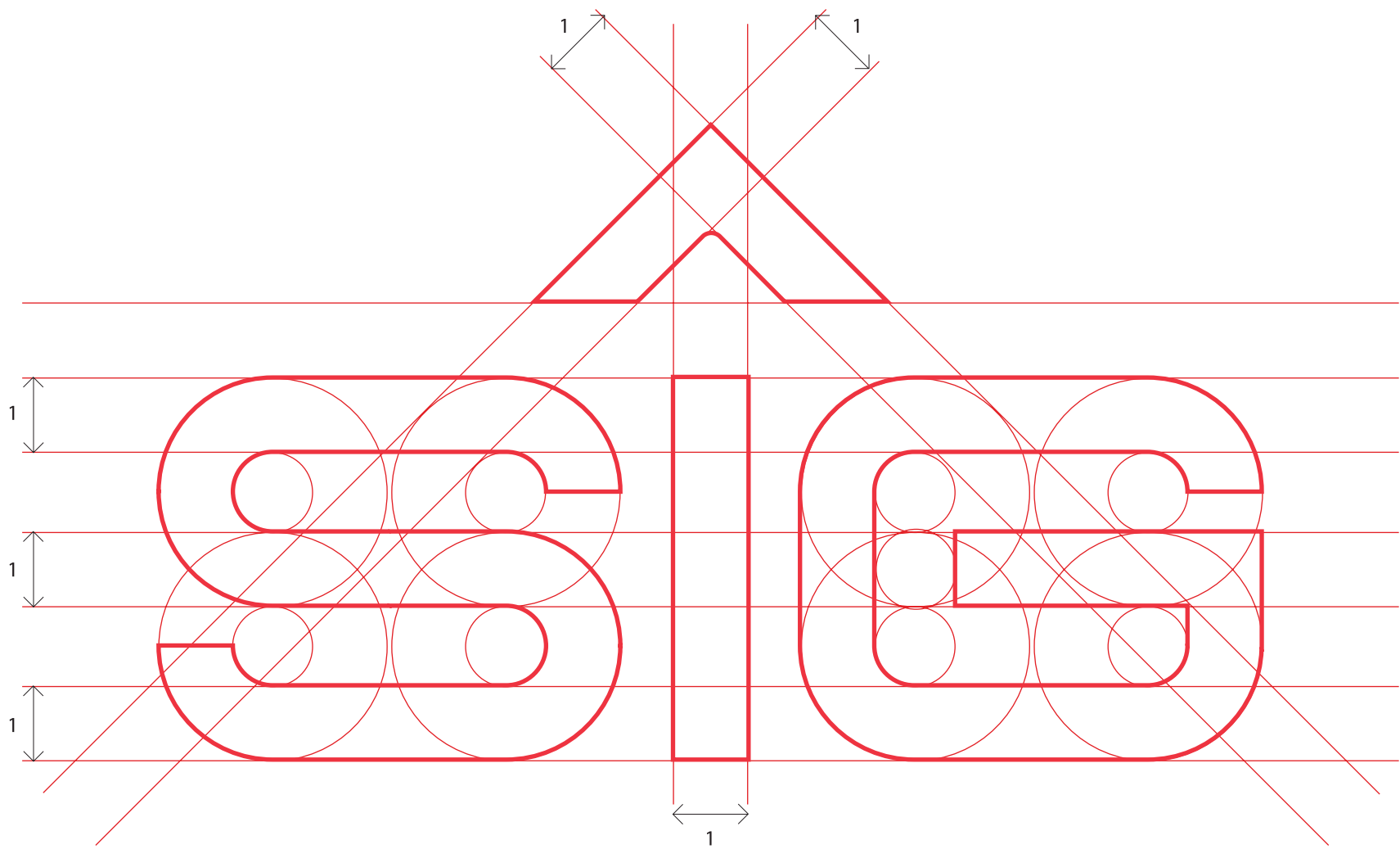
Untuk Nama Perusahaan vertikal, lebar nama perusahaan sama lebar dengan garis segitiga panah merah. “P” dari PT harus menyentuh sisi kiri segitiga, lalu “k” dari Tbk harus menyentuh sisi kanan segitiga. Jarak antara logo dan Nama Perusahaan adalah 1.5 kali jarak antara panah dan tulisan SIG. Nama Perusahaan ditulis dengan Proxima Nova Regular dengan tracking senilai 50.

Horizontal Lockup



Untuk Nama Perusahaan horizontal, tinggi Nama Perusahaan sama tinggi dengan garis lurus utama logo. Jarak antara logo dan Nama Perusahaan adalah setengah (1/2) dari lebar huruf “S” dari logo SIG. Penempatan Nama Perusahaan adalah rata tengah dengan tulisan SIG pada logo. Nama Perusahaan ditulis dengan Proxima Nova Regular dengan tracking senilai 50.

DIAGRAM LOGO



Konsep logo (identitas korporat) berasal dari bentuk segitiga dengan sudut 45° dan memiliki dasar yang kuat, merepresentasikan fokus yang tajam dan berorientasi pada kemajuan dengan landasan yang kuat. Logo dibentuk dari 9 garis lurus. Angka 9 merupakan angka terbaik.

FILOSOFI LOGO

LOGO SHAPE

Panah Merah

LOGOTYPE

Huruf SIG Hitam



Warna Merah

Merepresentasikan keberanian dan warna dari seorang pemimpin. Merah merupakan simbol determinasi, passion dan aksi nyata. Warna merah juga mewakili warna utama Bangsa Indonesia.

Warna Hitam

Merupakan warna netral yang paling kuat. Hitam merupakan simbol kekuatan yang elegan. Warna ini juga mewakili tekad yang kuat.



Ujung Panah

Merepresentasikan SIG yang selalu melangkah maju.

Arah Ke Atas

Menunjukkan pertumbuhan dan *continuous improvements*.

Dasar Lebar

Merepresentasikan landasan yang memberi perlindungan dan perhatian dalam perusahaan

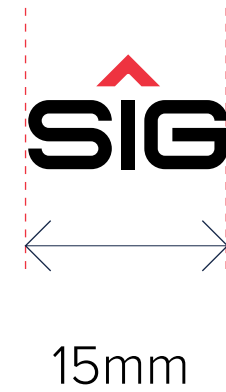
Sudut Puncak Tajam

Merepresentasikan SIG yang fokus pada pendekatan detail.

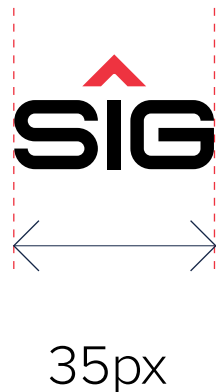
UKURAN LOGO

Ukuran Minimum

Cetak



Digital



Logo SIG tidak dapat dibaca apalagi bermakna apabila berukuran terlalu kecil. Ukuran minimum logo SIG yang diukur dari lebar logo untuk media cetak adalah 15mm, sedangkan ukuran lebar minimum untuk digital adalah 35 pixel.

 ingin mewujudkan visinya untuk menjadi penyedia solusi bahan bangunan terbesar di regional dengan menyediakan berbagai produk dan layanan yang lengkap dan berkualitas.  ingin menjadi pemimpin (trendsetter) di industri bahan bangunan dalam memberikan solusi bahan bangunan yang inovatif, terbaru dan bernilai tambah.

JANGAN menggabungkan logo menjadi bagian dari paragraf.

JARAK AMAN LOGO



Logo wajib memiliki ruang cukup sesuai aturan diatas agar lebih mudah dibaca. Biarkan logo bernapas dan mendapatkan perhatian. Berikan jarak aman pada keempat arah. Jarak horizontal sama dengan lebar huruf “S” pada logo SIG, sedangkan jarak vertikal sama dengan tinggi huruf “S” pada logo SIG.

VARIASI LOGO



Logo Utama SIG

Logo utama SIG yang digunakan ketika diaplikasikan pada latar putih atau warna terang.

Logo Terang SIG

Logo yang digunakan ketika diaplikasikan pada latar hitam atau warna gelap lainnya.

Logo Putih SIG

Logo yang digunakan ketika diaplikasikan pada latar Merah SIG atau warna senada lainnya.

Logo Hitam SIG

Logo yang digunakan dalam aplikasi B/W. Digunakan pada latar putih atau abu muda.

Logo Putih SIG

Logo yang digunakan dalam aplikasi B/W. Digunakan pada latar hitam atau abu tua.

VARIASI WARNA DASAR



Gunakan Logo Utama SIG pada warna dasar putih atau warna cerah



Gunakan Logo Terang SIG pada warna dasar hitam atau warna gelap



Gunakan Logo Putih SIG pada warna dasar merah atau warna senada



Gunakan Logo Terang SIG pada warna dasar perak metalik atau warna senada



Gunakan Logo Hitam SIG dalam aplikasi BW pada warna dasar putih atau warna abu-abu muda



Gunakan Logo Putih SIG dalam aplikasi BW pada warna dasar hitam atau warna abu-abu tua



Gunakan Logo Terang SIG pada warna dasar lainnya jika memiliki cukup kontras



Gunakan Logo Putih SIG pada warna dasar berpola, atau diaplikasikan pada foto maupun video berwarna

KETENTUAN PENGGUNAAN LOGO



Hindari menggunakan bayangan



Hindari mengurangi bentuk logo



Hindari menggunakan warna lain pada logo



Hindari penggunaan kotak diluar logo



Hindari merubah proporsi logo akibat menarik atau menekan logo sebagian



Hindari memutar posisi logo atau ditarik miring



Hindari merubah jarak antara huruf



Hindari penambahan garis luar



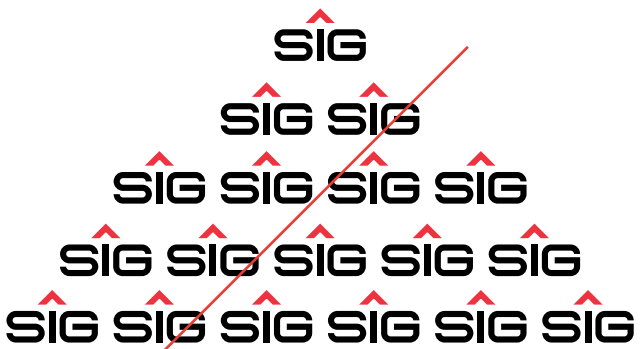
Hindari merubah visual logo menjadi bentuk garis luar



Hindari meletakkan logo pada objek visual



Hindari menggunakan variasi logo yang tidak memiliki kontras yang cukup



Hindari menggunakan logo sebagai pola berulang

LATAR BELAKANG UNTUK LOGO



Logo SIG dapat diaplikasikan pada pola atau foto. Harap perhatikan tingkat kontras yang cukup antara logo dan latar belakang agar logo SIG dapat terlihat jelas dan bermakna. Untuk foto arsitektur, BW atau foto dengan tingkat saturasi yang rendah lebih dianjurkan.

LATAR BELAKANG UNTUK LOGO



Hindari aplikasi logo yang salah pada warna dasar yang kurang memiliki kontras



Hindari aplikasi logo yang salah pada warna dasar yang kurang memiliki kontras



Hindari aplikasi logo yang salah pada warna dasar yang kurang memiliki kontras



Hindari aplikasi logo pada latar belakang berpola yang terlalu ramai



Hindari aplikasi logo pada warna dasar yang tidak memungkinkan logo untuk tampak jelas



Hindari aplikasi logo pada latar belakang foto yang terlalu ramai



Hindari aplikasi logo pada latar belakang wajah manusia



Hindari aplikasi logo selain Logo Putih SIG pada warna dasar berpola, foto maupun video berwarna

TAGLINES

Tagline Vertikal

**Go
Beyond
Next**

Tagline Horizontal

Go Beyond Next

Tagline SIG adalah GO BEYOND NEXT.

Ketika dipadukan dengan logo SIG, untuk lockup vertikal tagline dibagi menjadi 3 (tiga) baris, dan lebar tagline sama lebar dengan logo SIG.

Dengan jarak $\frac{1}{2}$ (setengah) dari tinggi huruf “S” pada logo SIG

Untuk lockup horizontal, bentuk tagline adalah 1 (satu) baris dengan tinggi tagline sama dengan $\frac{1}{2}$ (setengah) tinggi huruf pada logo SIG. Dengan jarak $\frac{1}{2}$ (setengah) dari lebar huruf “S” pada logo SIG.

Lockup Vertikal

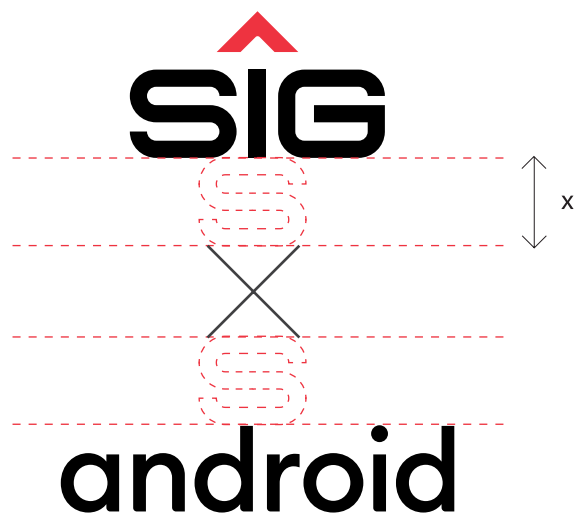
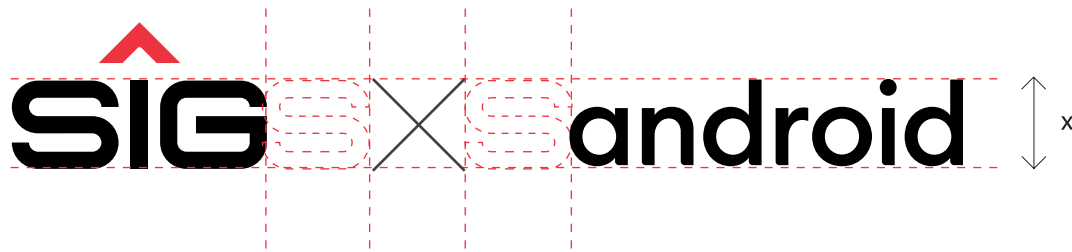


Lockup Horizontal

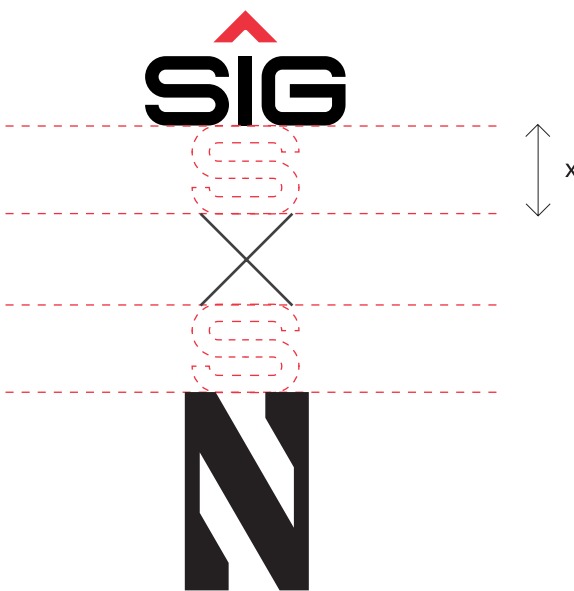
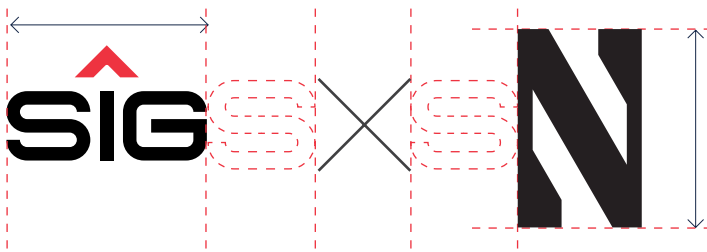


CO-BRANDING

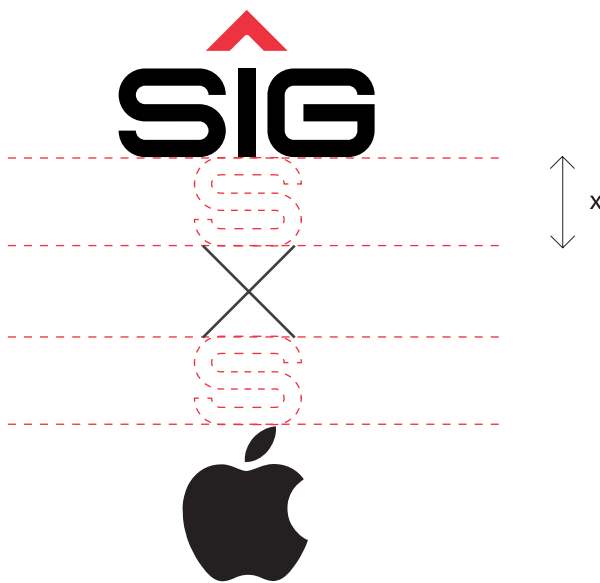
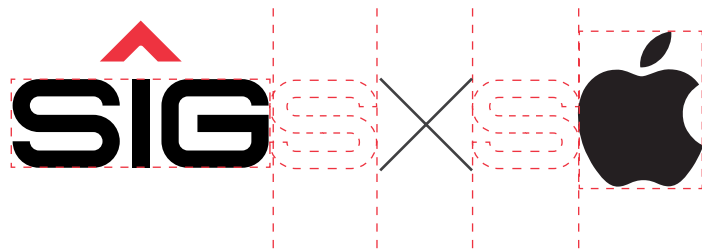
Partner Logo Horizontal



Partner Logo Vertikal



Partner Logo Kotak



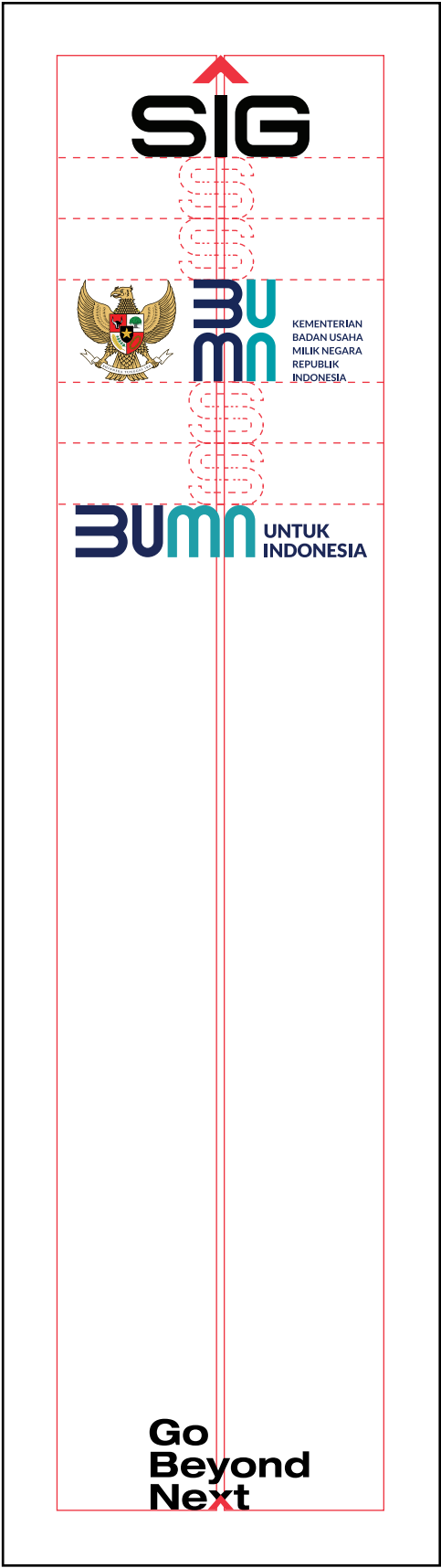
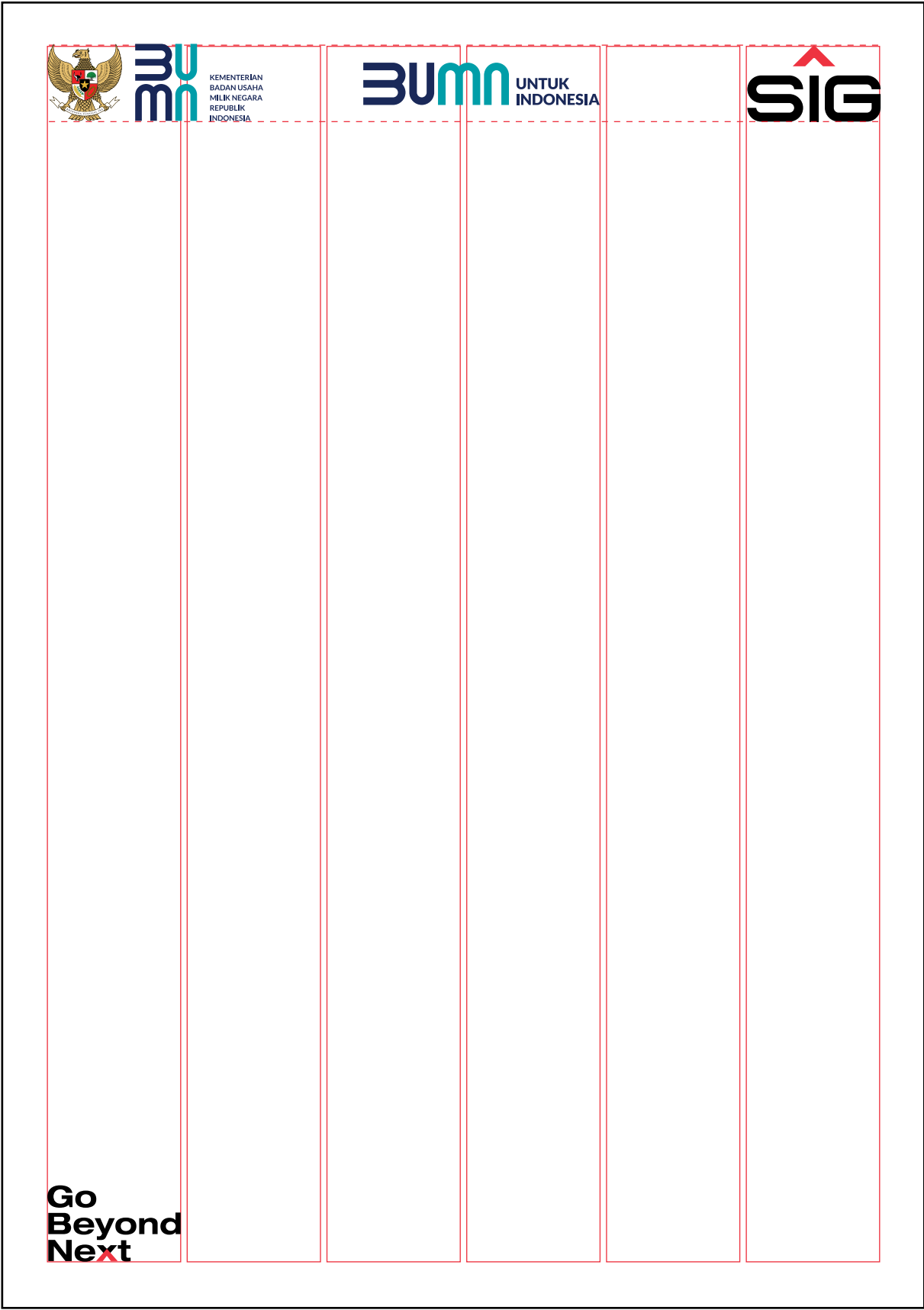
Co-Branding dengan logo partner bergantung pada komposisi logo partner.
 Untuk logo partner horizontal, tinggi logo dari dasar hingga tinggi-x sama dengan tinggi-x huruf SIG.
 Untuk logo partner vertikal, tinggi logo partner sama dengan lebar logo SIG.
 Untuk logo partner kotak, total dimensi lebar dan tinggi logo partner sama dengan total dimensi tinggi dan lebar logo SIG. Gunakan penilaian untuk membuat logo tampak setara.

CO-BRANDING

BUMN Dengan Kementerian



Aturan khusus berlaku jika terdapat logo BUMN dengan logo Kementerian BUMN. Penempatan Logo Kementerian BUMN adalah di pojok kiri atas, logo slogan BUMN di sebelah kanan logo Kementerian BUMN, sesuai dengan jarak aman, dan logo SIG di pojok kanan atas. Tinggi logo SIG sama dengan logo Kementerian BUMN dan 2x tinggi logo slogan BUMN. Posisi logo SIG dengan semua logo BUMN pada horizontal lockup adalah rata tengah vertikal, sedangkan pada vertical lockup adalah rata tengah horizontal.

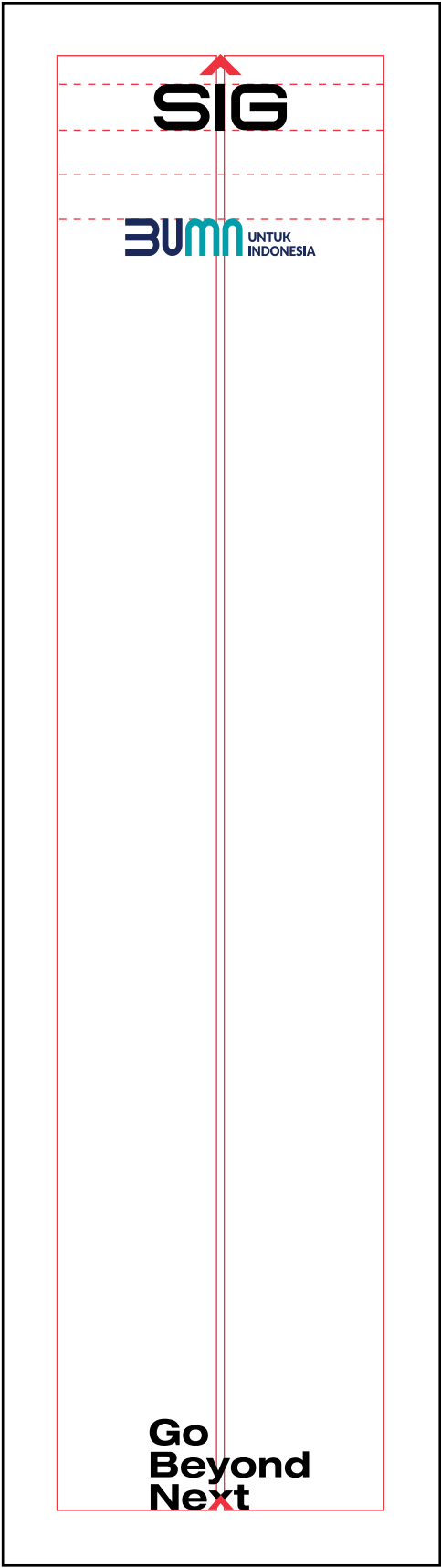
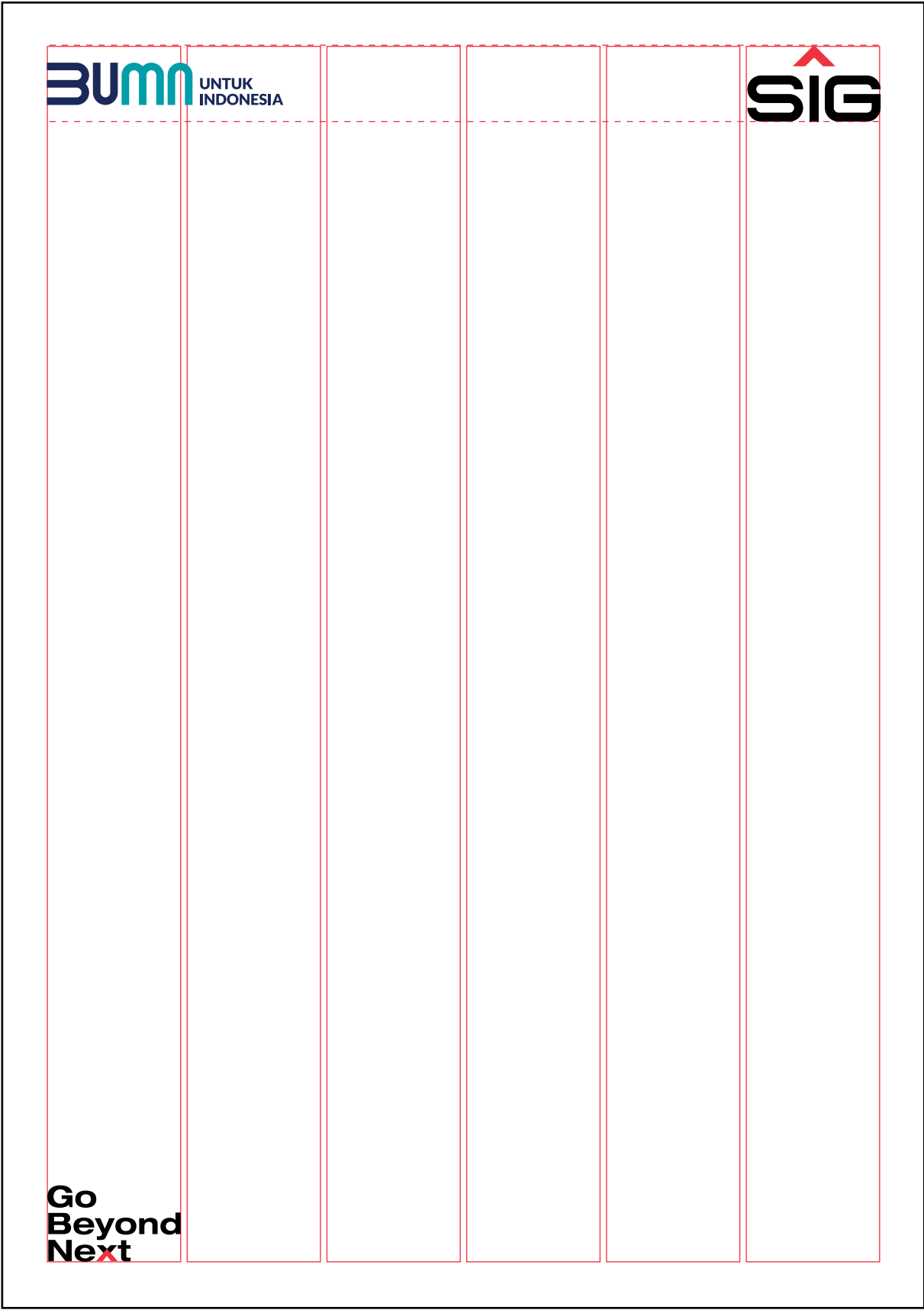


CO-BRANDING

BUMN Tanpa Kementerian

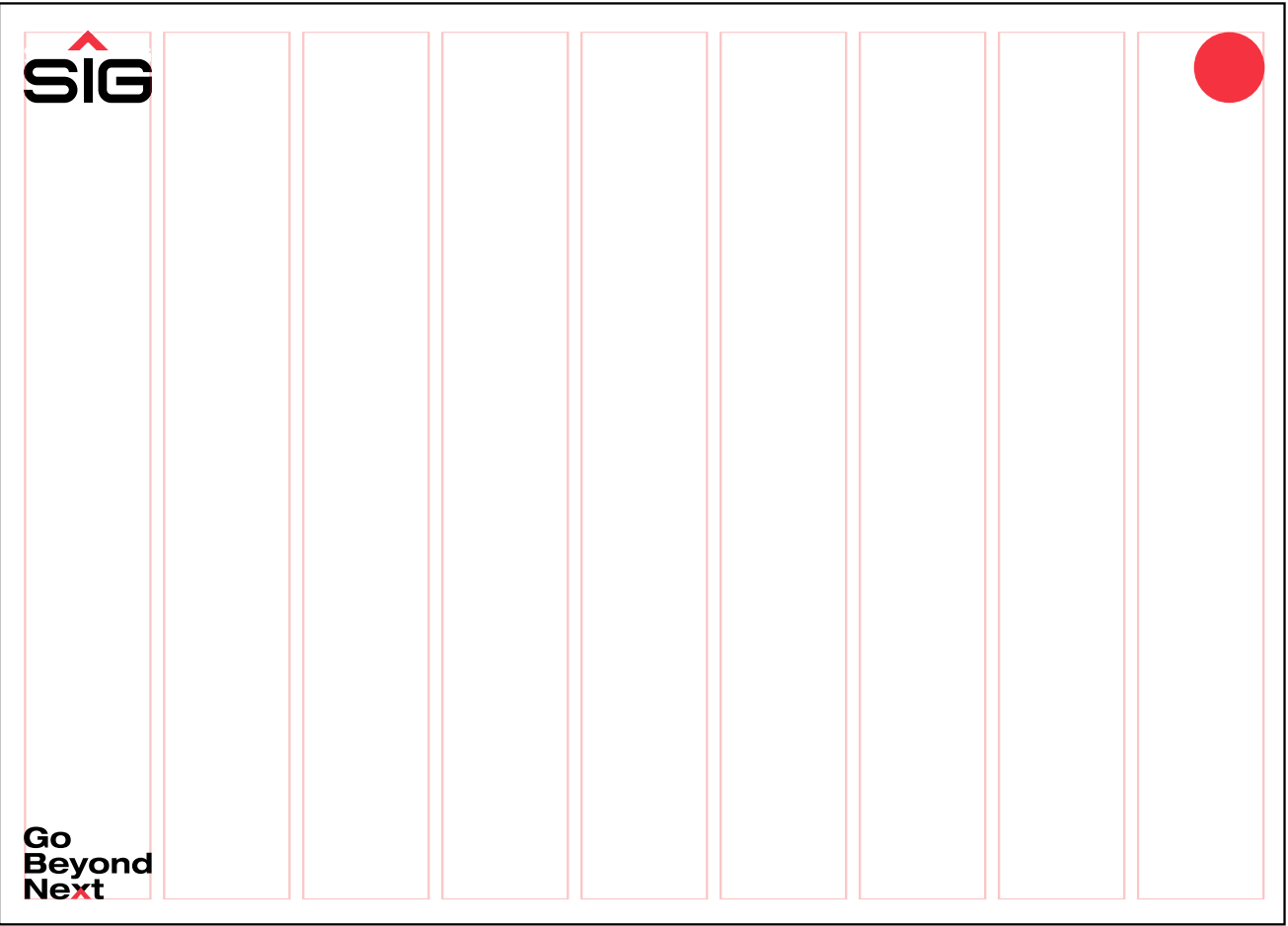
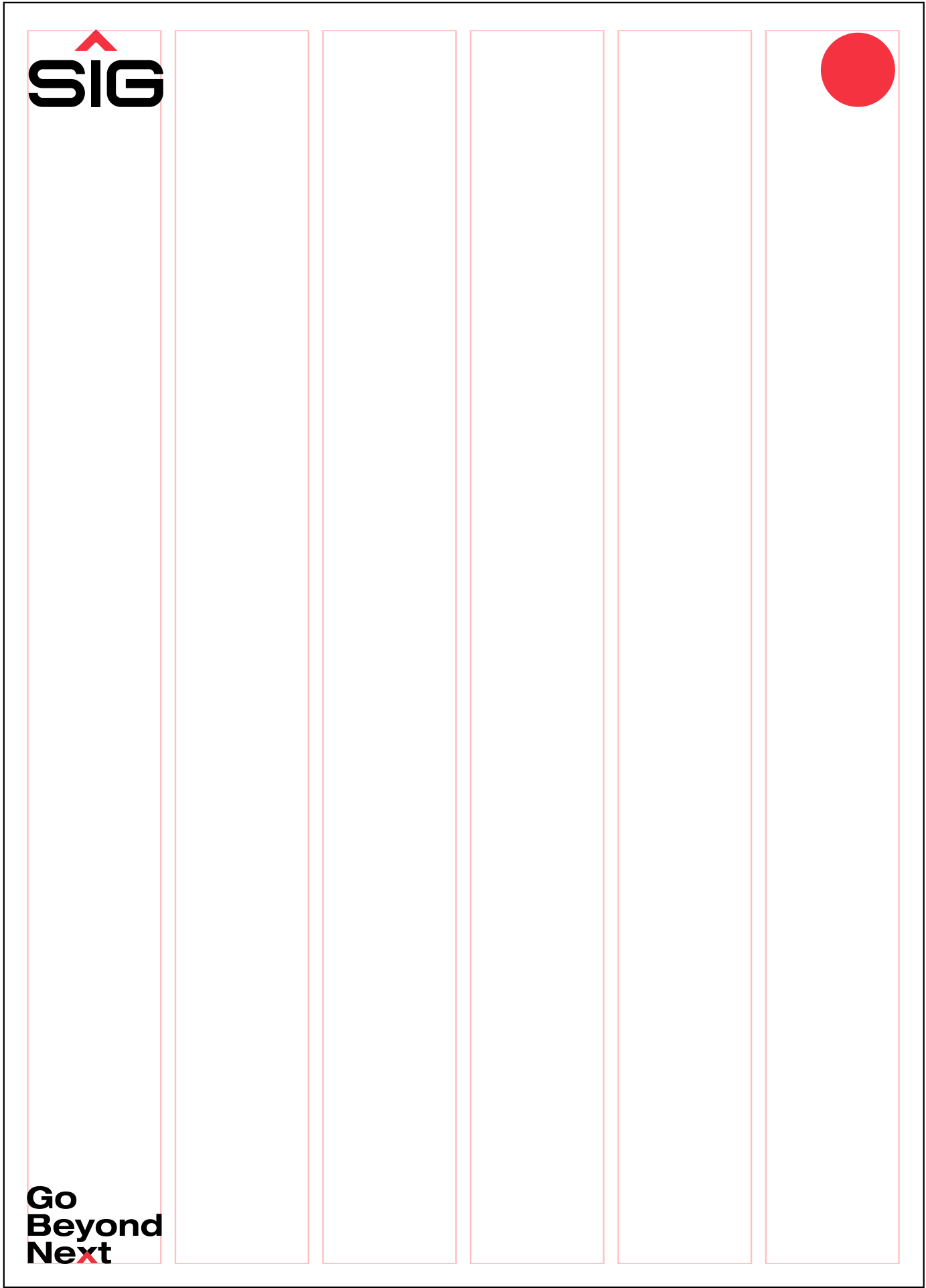


Untuk penggunaan logo slogan BUMN tanpa logo Kementerian BUMN, penempatan logo slogan BUMN adalah di pojok kiri atas, dan logo SIG di pojok kanan atas. Tinggi logo SIG sama dengan 2x tinggi logo slogan BUMN. Posisi logo SIG dengan logo slogan BUMN pada horizontal lockup adalah rata tengah vertikal, sedangkan pada vertical lockup adalah rata tengah horizontal



SUB-BRANDING

Anak Perusahaan



Untuk Sub-Branding Anak Perusahaan, ukuran logo SIG berdimensi sekitar lebar 1 kolom dengan pembagian 6 kolom untuk tata letak vertikal, 6 kolom untuk tata letak kotak, dan 9 kolom untuk tata letak horizontal. Penempatan logo Anak Perusahaan sebaiknya di kanan atas bidang desain, namun dapat diletakkan di area bidang desain yang lain jika diperlukan untuk estetika desain. Logo Anak Perusahaan atau logo entitas lainnya sebaiknya lebih kecil dari logo SIG.

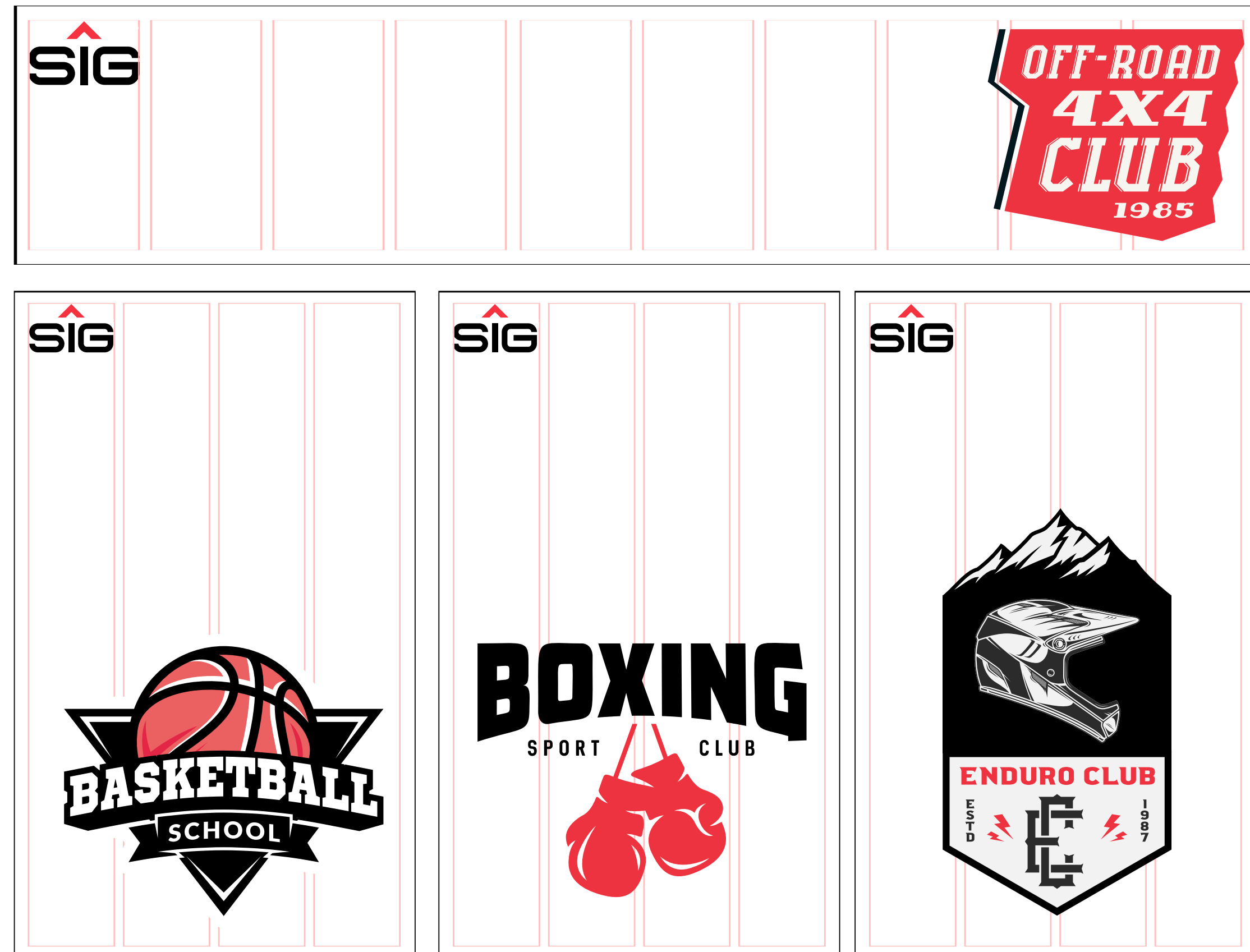
CATATAN: Hindari peletakkan logo SIG di bidang desain kecuali di pojok kiri atas.

SUB-BRANDING

Program/Kegiatan Perusahaan, Komunitas, dan Klub Binaan



Untuk program/kegiatan perusahaan, komunitas atau klub binaan SIG, penempatan logo SIG berada di kiri atas. Ukuran logo SIG berdimensi sekitar 1/10 sampai 1/15 atau lebar setara dengan 1 kolom untuk ukuran ekstrim horizontal dengan jumlah 10 kolom, atau 4 kolom untuk ukuran ekstrim vertikal.



Panduan Desain

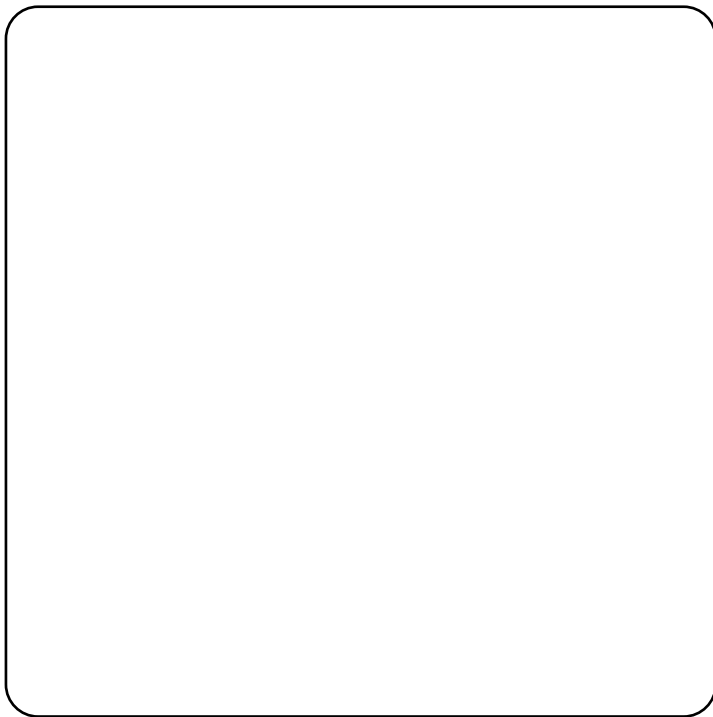
PANDUAN WARNA

Warna merupakan komponen identitas visual yang penting bagi SIG, karena warna dapat menyampaikan makna, pesan dan emosi tanpa menggunakan kata-kata.

Palet warna SIG mencerminkan kepribadian yang bertindak beda, berani berinovasi, berlandaskan pondasi yang kuat. Dengan panduan warna yang menciptakan identitas yang jelas dan konsisten di semua saluran komunikasi visual, menciptakan pengalaman pengguna kelas dunia.

PALET WARNA UMUM

Utama

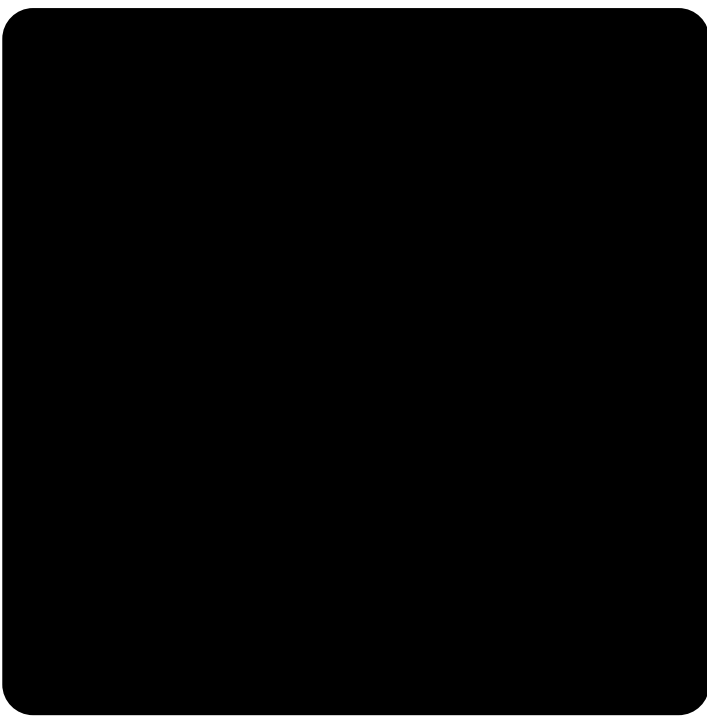


Putih Cerah

Pantone Bright White
CMYK 00 00 00 00
RGB 256 256 256
HEX FFFFFFFF

Warna Putih Cerah digunakan sebagai latar belakang utama. Digunakan untuk memberikan kesan jelas dan bebas.

Sekunder



Hitam Total

Pantone Black 6C
CMYK 99 99 99 99
RGB 00 00 00
HEX 000000

Warna Hitam Total digunakan sebagai latar belakang ketika ingin memberikan kesan kuat. Latar belakang ketika ingin menggunakan super grafis berwarna.

Tertier



Abu Muda

Pantone P 179-2 C
CMYK 3 3 3 0
RGB 241 241 241
HEX F1F1F1

Warna Abu Muda dan Abu Tua dapat digunakan sebagai latar belakang atau sebagai elemen grafis.



Abu Tua

Pantone P 179-12 C
CMYK 65 58 57 46
RGB 77 77 77
HEX 4D4D4D

Aksen



Merah SIG

Pantone Red 032C
CMYK 0 93 76 0
RGB 245 51 63
HEX F5333F

Warna Merah SIG hanya dapat digunakan sebagai aksen dan *Call To Action*.

HINDARI penggunaan Merah SIG sebagai warna latar.

PALET WARNA DIGITAL

Utama

Putih Cerah

FFFFFF

Sekunder

Hitam Total

000000

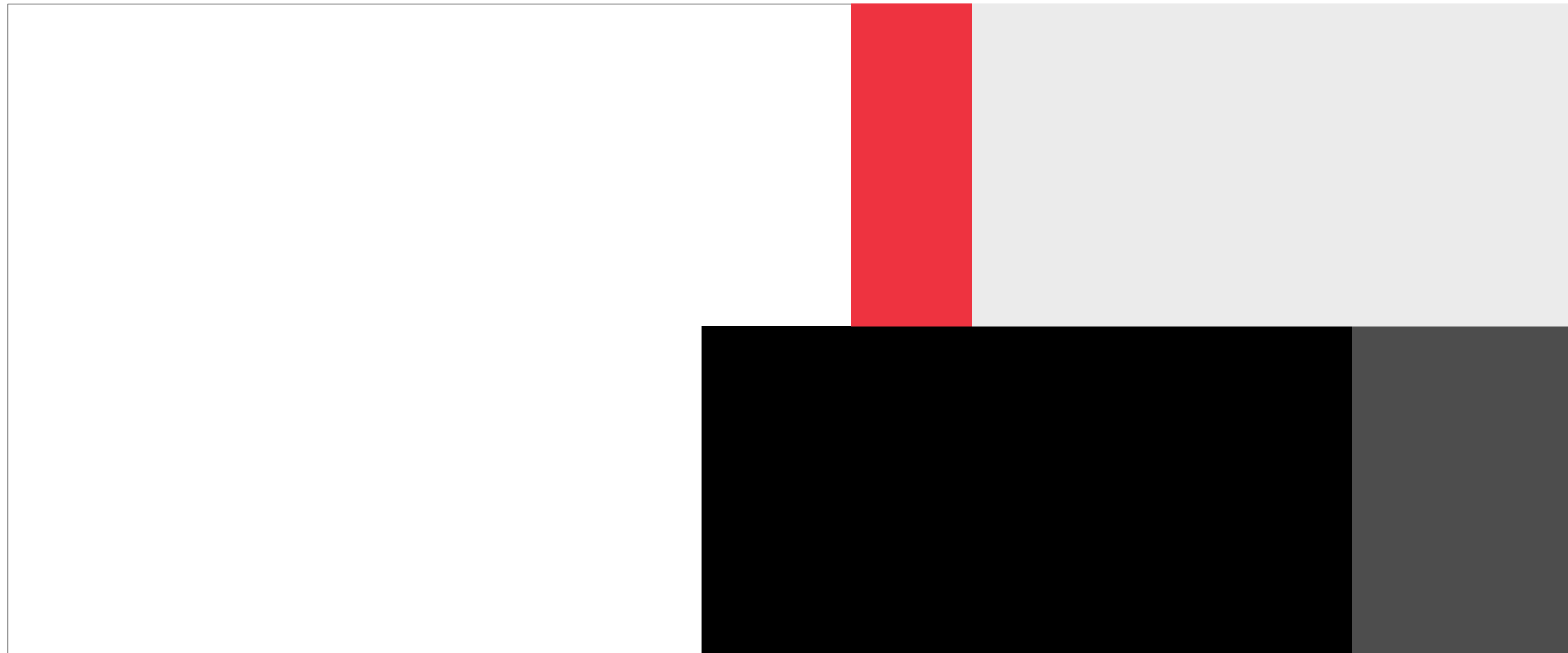
Tertier

Abu Muda & Tua	
50	F1F1F1
100	E6E6E6
200	CCCCCC
300	B3B3B3
400	999999
500	808080
600	666666
700	4D4D4D
800	333333
900	1A1A1A

Aksen

Merah SIG	
A500	F5333F
A300	F95068
A400	F94355
A500	F5333F
A600	E52E40

PROPORSI WARNA



Warna dominan yang digunakan adalah Putih Cerah, kemudian Hitam Total, lalu Abu Muda dan Abu Tua, dengan secercah warna merah SIG untuk memberikan aksen, fokus atau menjadi CTA (*Call To Action*).

HINDARI penggunaan warna Aksen sebagai warna latar.

ATURAN WARNA



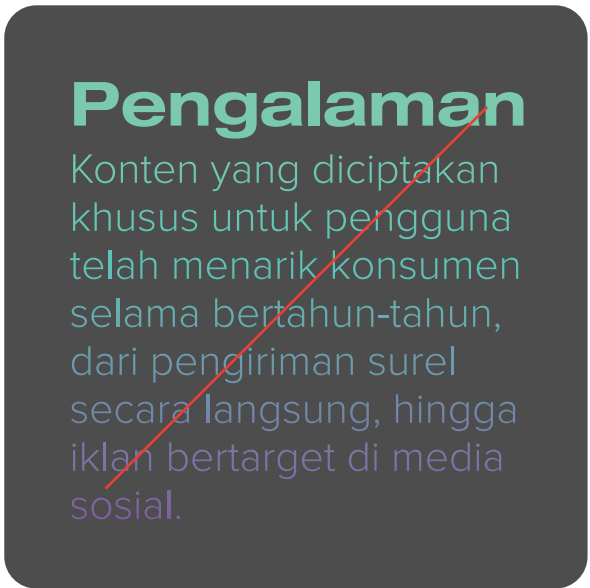
Hindari kombinasi warna rendah kontras



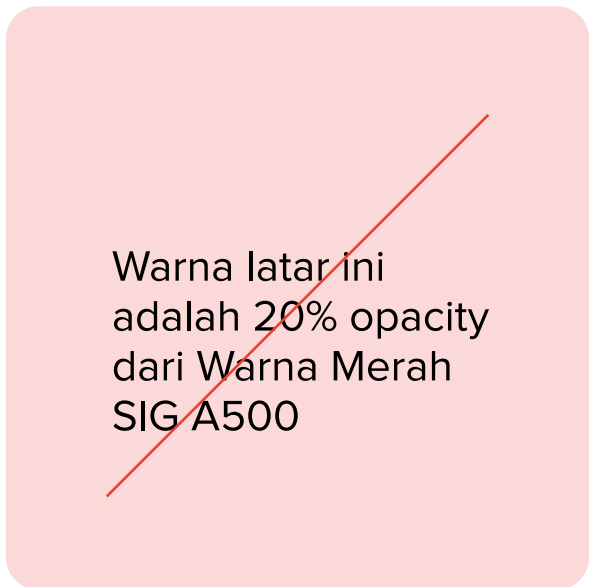
Hindari penggunaan lebih dari 2 (dua) warna pada teks



Hindari penggunaan warna tanpa tingkat kontras yang memadai



Hindari penggunaan gradasi warna pada teks



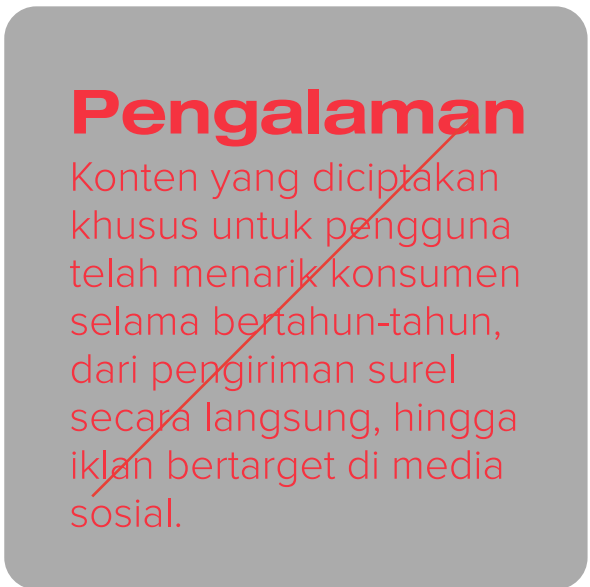
Hindari merubah opacity warna, tetap menggunakan warna dalam palet



Hindari penggunaan warna diluar palet yang disediakan



Hindari penggunaan terlalu banyak warna yang memberikan kesan bingung dan ramai



Hindari penggunaan teks berwarna pada paragraf yang cukup panjang

PANDUAN TIPOGRAFI

JUDUL

SUB-JUDUL

ISI TEKS

TIPOGRAFI UNTUK SIG

Apa Itu Tipografi Dan Mengapa Konsistensi Tipografi Itu Penting Untuk SIG

Sama seperti warna merah dan hitam memiliki makna berbeda, tipografi juga memiliki peran yang kuat dalam mewakili nilai dan kepribadian SIG. Setiap klasifikasi jenis huruf memiliki rangkaian konotasi yang berbeda dan oleh karena itu akan membuat representasi yang berbeda tentang siapa dan apa yang dilakukan SIG sebagai sebuah entitas.

Jenis Huruf

Jenis huruf yang digunakan adalah sebagai berikut:

Judul Helvetica Neue 73 Bold Extended

Sub-Judul Proxima Nova Semibold

Isi Teks Proxima Nova Light

Komposisi Ukuran Huruf

Judul 100%

Sub-Judul 64%

Isi Teks 32%

Rata Paragraf

Rata kiri lebih diutamakan.

Rata kanan hanya diperbolehkan jika memang dibutuhkan oleh desain.

Hindari menggunakan *justified*.

Judul & Sub-Judul

Dapat menggunakan huruf judul (Lorem Ipsum) atau huruf besar (LOREM IPSUM).

Teks pengantar, teks isi dan istilah hukum

Selalu menggunakan huruf kalimat (Lorem ipsum).

Huruf miring

Dapat digunakan jika dibutuhkan oleh gaya penulisan seperti nama, titel atau cuplikan.

CATATAN: Dalam aplikasi digital seperti email, dimana tidak memungkinkan untuk menggunakan jenis huruf diluar standar bawaan sistem operasi, maka dianjurkan untuk menggunakan jenis huruf alternatif, yaitu Arial.

JENIS HURUF UTAMA

Helvetica Neue Extended Jenis Huruf Utama

Helvetica
Neue
73 Bold
Extended

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890**

Helvetica
Neue
53
Extended

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Jenis huruf utama SIG adalah Helvetica Neue Extended. Digunakan untuk judul dan jenis huruf umum lainnya yang tidak berupa paragraf panjang. Helvetica Neue adalah jenis huruf yang tergolong netral dan berada dalam kategori sendiri, antara klasik dan modern, konservatif dan edgy, atau elegan dan santai. Karena ini adalah jenis huruf sans serif, Helvetica Neue cenderung condong ke dalam kategori modern, dan pemilihan jenis Extended menjadikan jenis huruf ini lebar, solid dan kokoh, menggambarkan SIG yang berlandaskan kuat dan tegas.

JENIS HURUF SEKUNDER

Proxima Nova Jenis Huruf Sekunder

Proxima
Nova
Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Proxima
Nova
Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Jenis huruf sekunder SIG adalah Proxima Nova. Digunakan untuk sub-judul, isi teks dan jenis huruf umum lainnya yang berupa paragraf panjang. Secara gaya, Proxima Nova jembatan antara tipografi modern dan tipografi klasik, jenis huruf hibrid yang menggabungkan proporsi humanis dengan penampilan yang geometris. Mudah dibaca dan berpadu baik dengan jenis huruf utama Helvetica Neue Extended.

JENIS HURUF SEKUNDER

Arial

Jenis Huruf Alternatif

Arial
Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Arial adalah jenis huruf yang mirip dengan Helvetica Neue dan Proxima Nova, sehingga menjadi pilihan yang cocok sebagai jenis huruf pengganti atau alternatif. Arial sebagai tipografi alternatif hanya dapat digunakan dalam kondisi dimana tipografi utama dan tipografi sekunder tidak tersedia, atau tidak memungkinkan / tidak bisa diunduh. Dalam kondisi tersebut, Arial dapat dipergunakan untuk Judul, Sub-Judul dan Teks Isi. Gaya tipografi dan komposisi ukuran tetap mengikuti panduan tipografi.

PANDUAN UKURAN HURUF

Aplikasi Normal

JUDUL
**Helvetica Neue
73 Bold Extended
100%**

Judul

SUB-JUDUL
**Proxima Nova
Semibold
64%**

Sub-Judul

ISI TEKS
**Proxima Nova
Light
32%**

Isi teks

Aplikasi Digital & Alternatif

JUDUL
**Arial
Bold
100%**

SUB-JUDUL
**Arial
Bold
64%**

ISI TEKS
**Arial
Regular
32%**

Judul

Sub-Judul

Isi teks

ATURAN JENIS HURUF

Ini adalah Proxima Nova menggunakan bayangan

Hindari penambahan bayangan dibawah teks

Jangan tinggalkan widow

Hindari *widow* (satu kata sendiri dalam baris kalimat)

Judul Ini Dipenggal

Hindari pemenggalan kata, terutama dalam Judul

Teks ini menggunakan keming-100

Hindari memberikan jarak antar huruf terlalu rapat, maupun terlalu jarang

Paragraf ini menggunakan justified alignment

Hindari penggunaan *justified alignment*

Teks ini tampak jelas ditarik

Hindari menarik teks secara horizontal maupun vertikal

Jarak antara baris kalimat ini lebih dari 200

Hindari membuat jarak antar baris kalimat yang terlalu jauh atau terlalu rapat

Terlalu **banyak** *gaya penulisan dalam* satu *desain*

Hindari penggunaan lebih dari 3 (tiga) macam gaya penulisan teks dalam satu paragraf

KOLOM 1

Desain teks ini meninggalkan

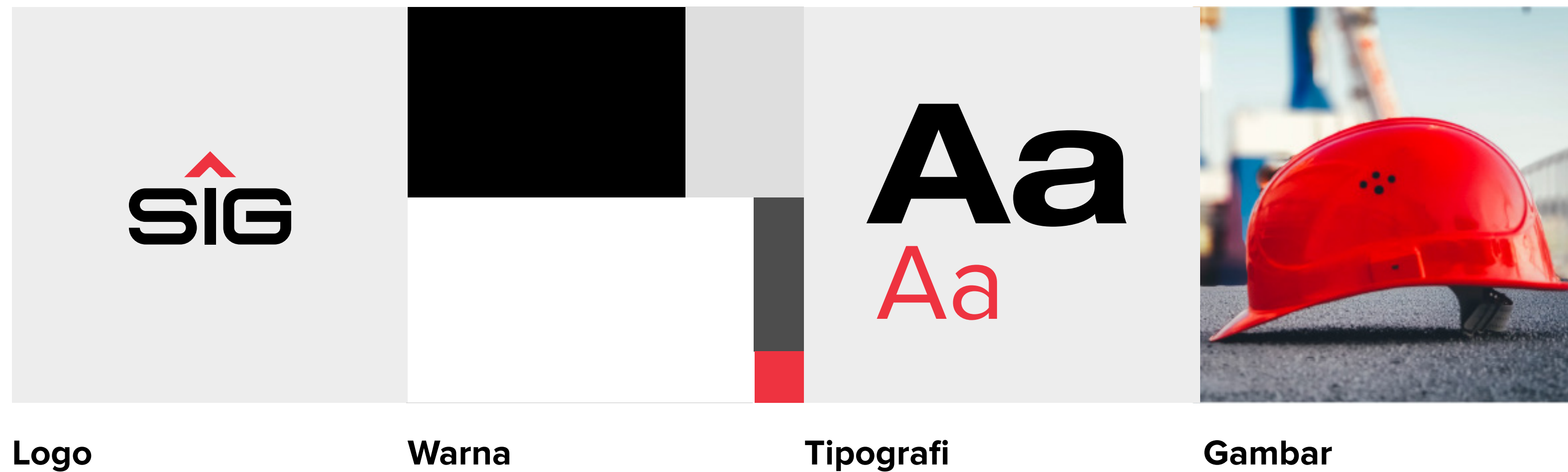
KOLOM 2

orphan

Hindari menulis *orphan* (kata yang berdiri sendiri ketika digunakan dalam kolom)

PANDUAN GRAFIS

Memadukan semua elemen brand untuk menyampaikan pesan, ide, dan cerita yang menarik dan menginspirasi



KETENTUAN GRAFIS

Komunikasi visual dari SIG memiliki beberapa kriteria yang harus dipenuhi untuk menciptakan pengalaman yang konsisten

Bebas

Ciptakan komunikasi visual yang bebas serta memiliki cukup ruang untuk berkembang.

Tepat

Ciptakan komunikasi visual tanpa basa-basi. Langsung pada tujuan dan mudah dimengerti.

Percaya Diri

Ciptakan komunikasi visual yang memberikan rasa berani, optimis dan percaya diri.

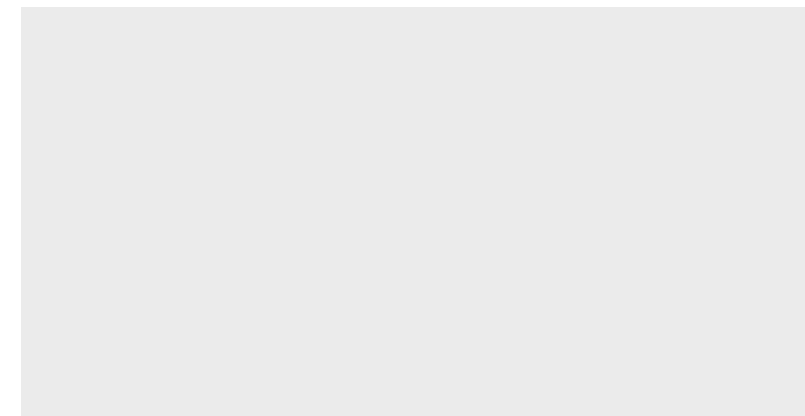
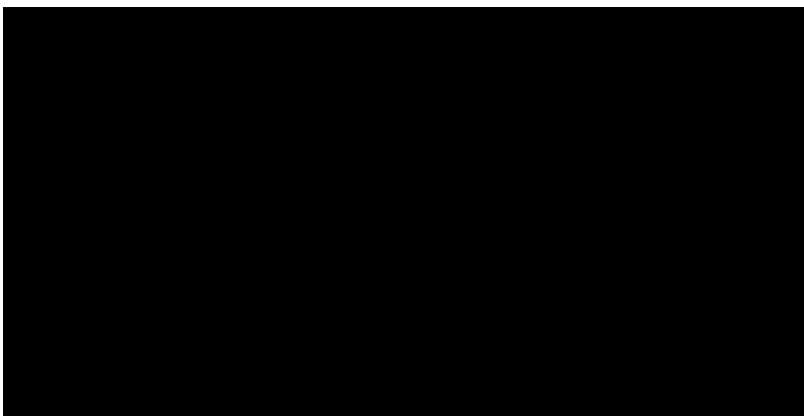
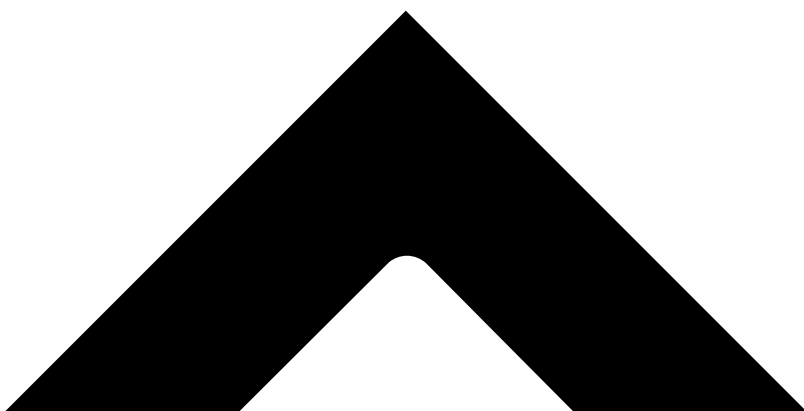
Menginspirasi

Ciptakan komunikasi visual yang visioner dan menceritakan kisah inspirasional.

Terstruktur

Ciptakan komunikasi visual yang sedap dipandang dan memiliki hierarki informasi yang terstruktur.

ELEMEN GRAFIS



Elemen grafis SIG terdiri dari dua bentuk dasar, yaitu segitiga panah menunjuk keatas, dan kotak segiempat. Gunakan elemen panah dengan posisi menunjuk keatas.

HINDARI: Penggunaan panah ke arah lain (kiri, kanan, bawah, miring)

SUPER GRAFIS



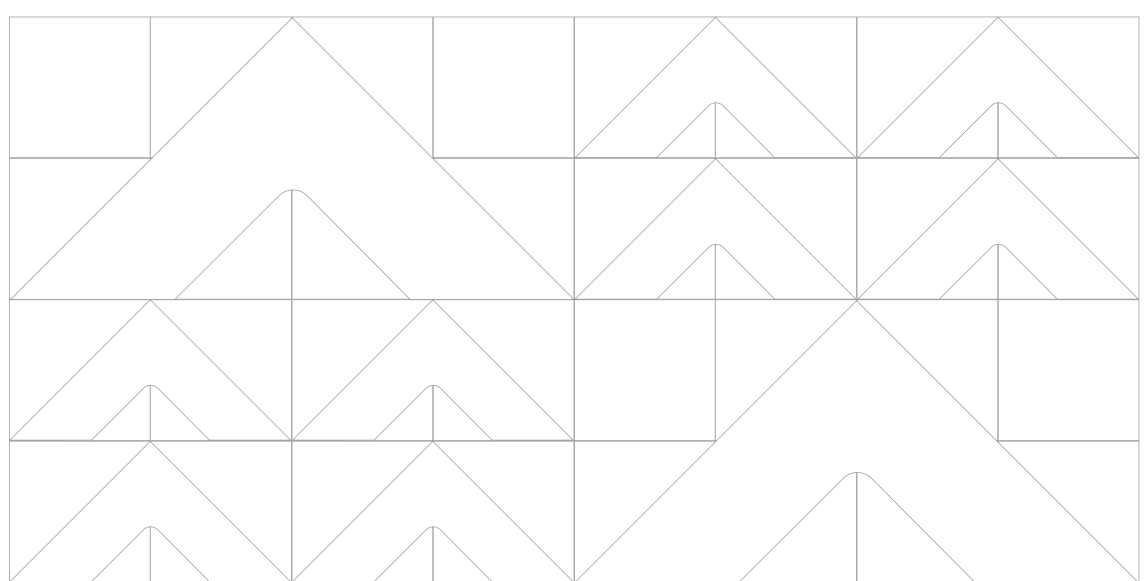
Warna

Supergrafis ini digunakan ketika ingin mengisi suatu bidang yang menjadi fokus utama dari sebuah visual.



Abu-abu

Supergrafis ini digunakan untuk mengisi latar belakang. Tingkat transparansi dapat diatur sesuai dengan kebutuhan.



Garis

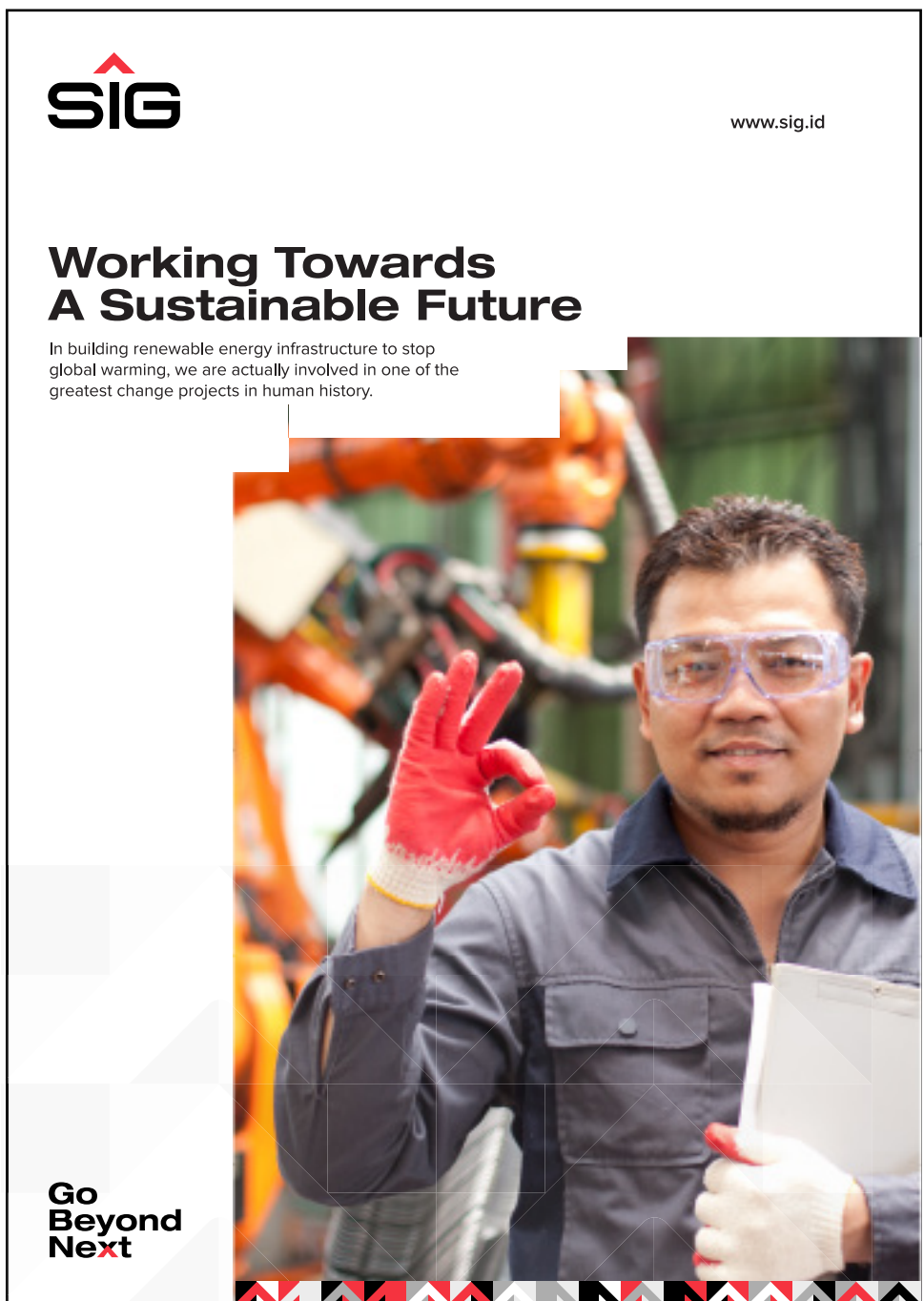
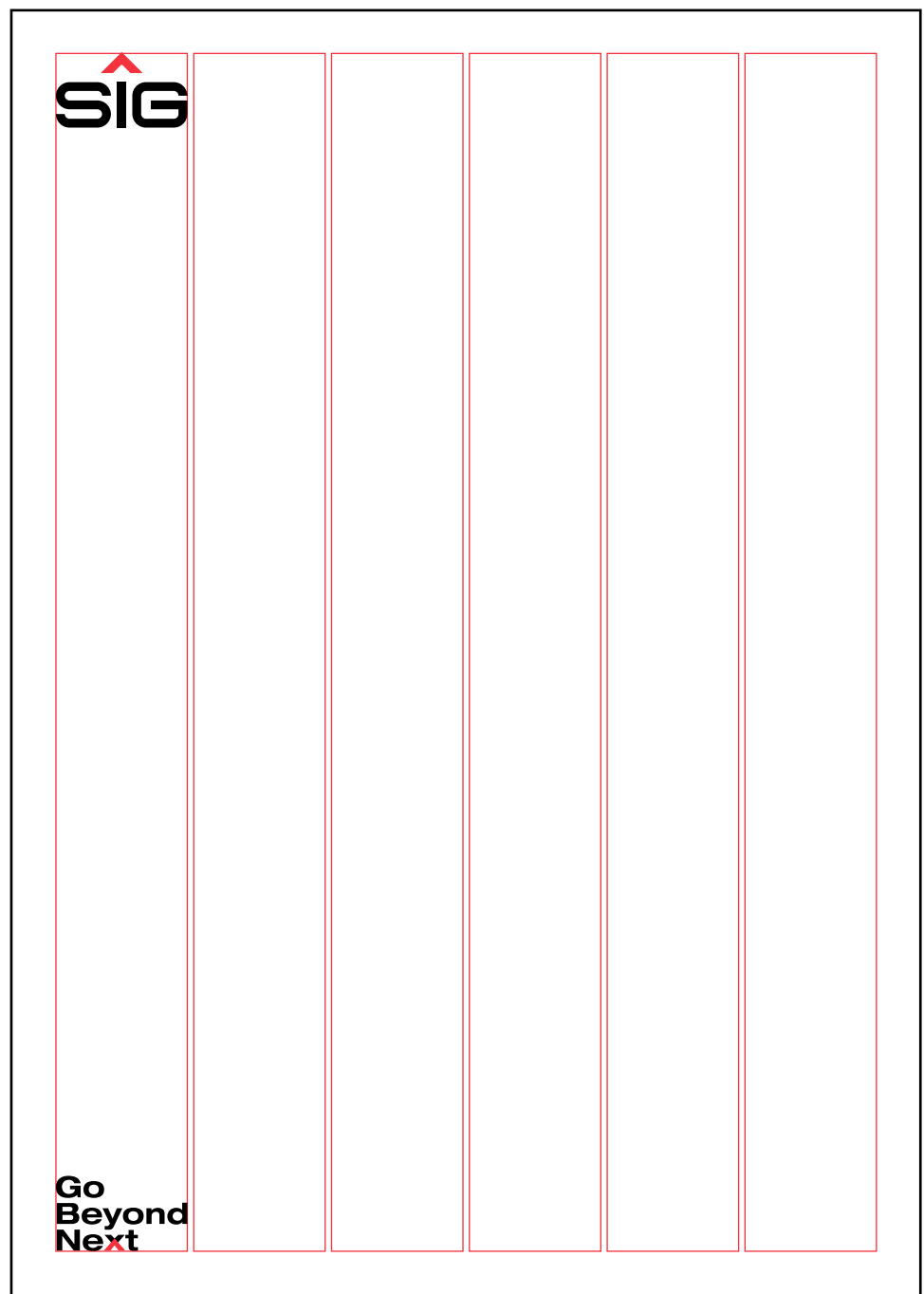
Supergrafis ini digunakan untuk memberikan sebuah aksent grafis pada sebagian bidang foto, atau memberikan aksent pada latar belakang berwarna polos.



Baris Warna

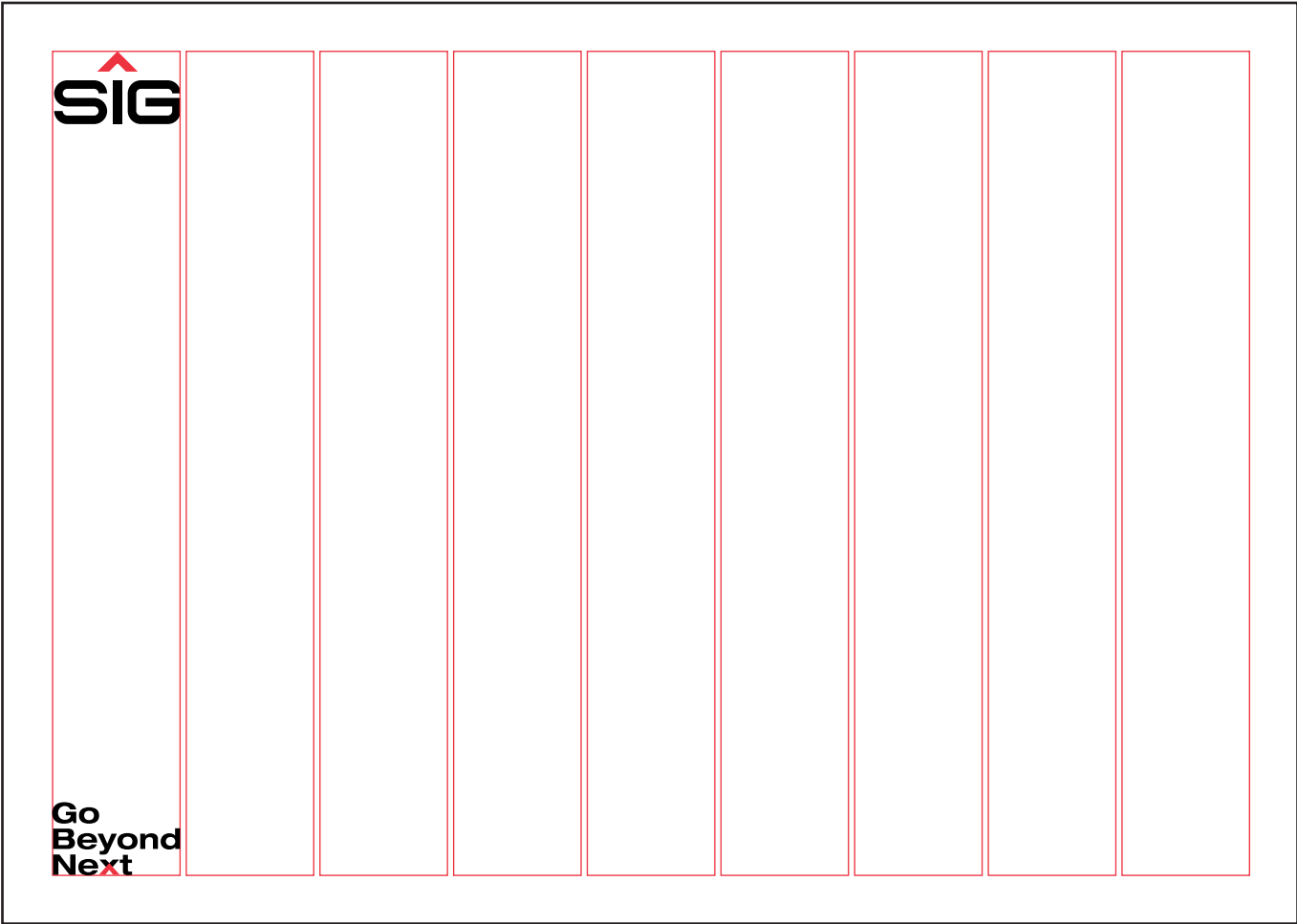
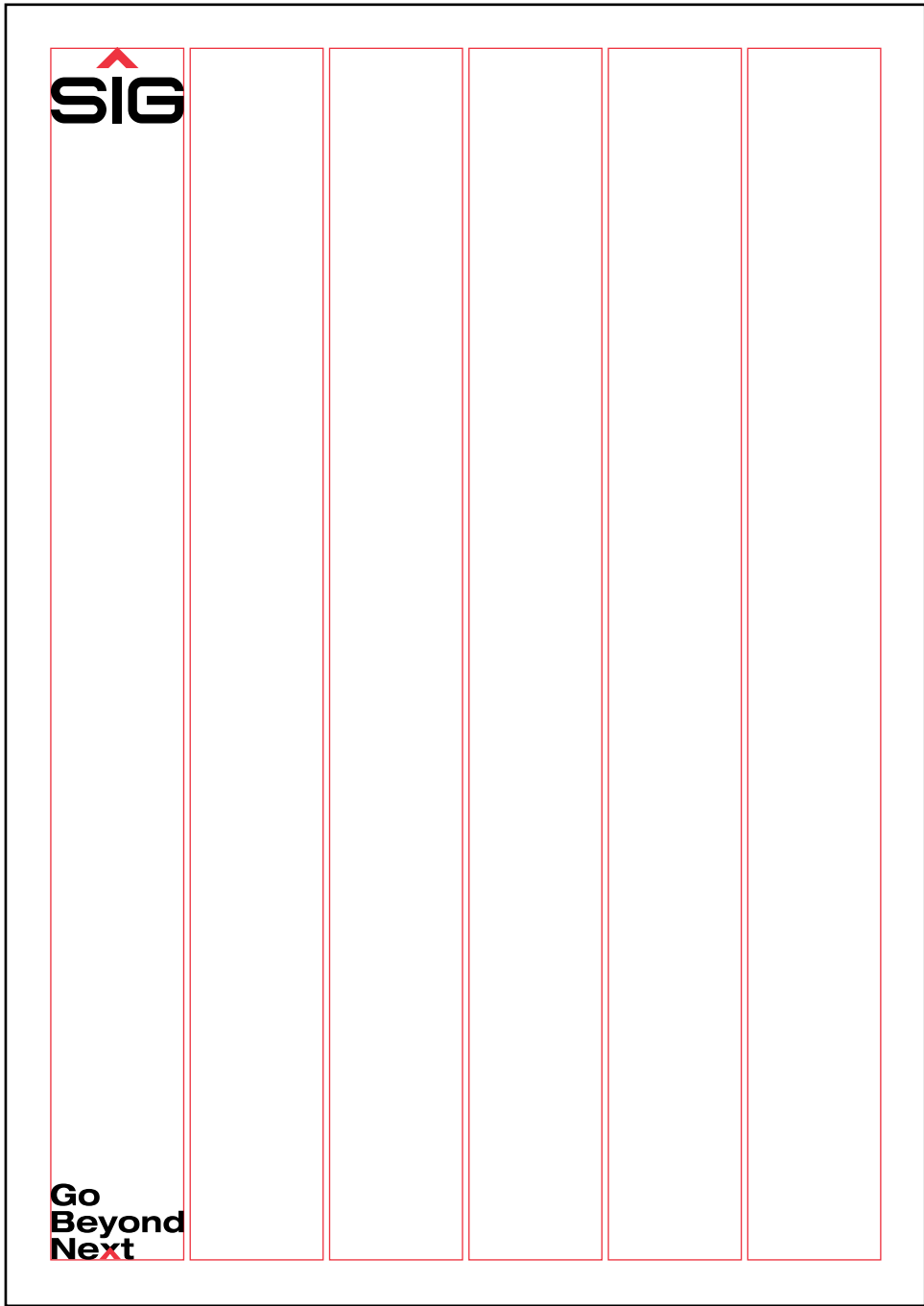
Supergrafis ini digunakan sebagai aksent pada bagian bawah foto atau gambar untuk menarik perhatian namun tidak menjadi fokus dari pesan utama. Hanya dapat digunakan dalam bentuk 1 (satu) baris. Hindari penggunaan supergrafis ini dalam bentuk baris bertingkat.

TATA LETAK



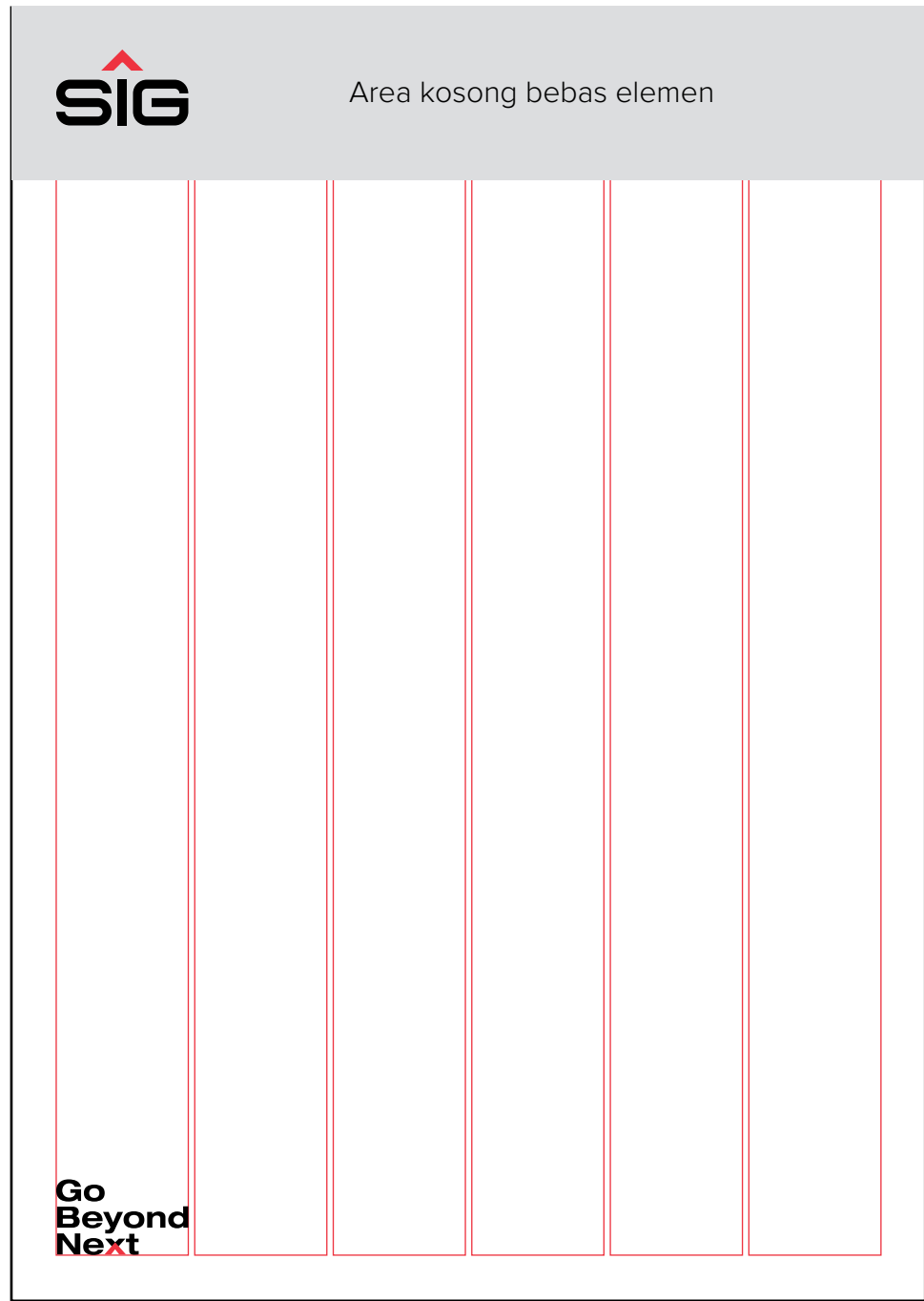
Layout dan Grid SIG berdasarkan layout 6 kolom yang sederhana. Untuk layout horizontal, harap menggunakan layout 9 kolom. Penempatan logo SIG selalu ada di kiri atas, sebagai awalan dari semua visual. Ukuran logo dan tagline adalah 1 (satu) kolom grid. Foto memiliki potongan kotak acak yang menandakan constant improvements dankarakter selalu berinovasi dari SIG. Elemen grafis dapat digunakan tanpa mengambil alih fokus pada pesan utama dari visual.

TATA LETAK

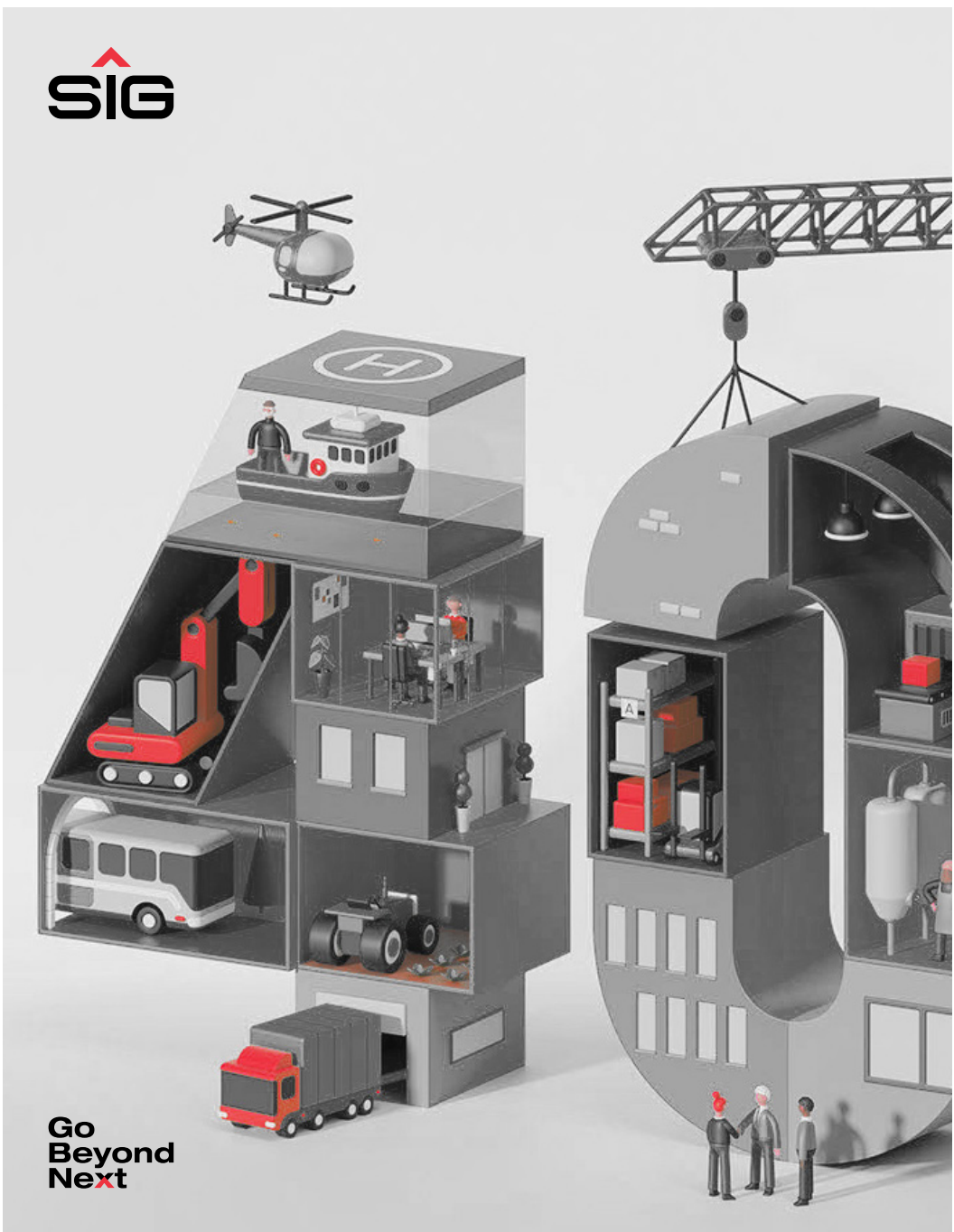


Untuk foto yang memenuhi seluruh halaman, dapat menggunakan Logo Utama SIG atau Logo Putih SIG, bergantung pada latar belakang foto. Gunakan elemen grafis panah merah pada sudut kanan bawah, dengan lebar 3 kolom, rata kanan dengan batas kolom paling kanan, rata bawah dengan ujung bawah halaman.

TATA LETAK



HINDARI



DIANJURKAN

Untuk memastikan logo SIG terlihat jelas dan bermakna, desain tata letak SIG dianjurkan mengacu pada konsep clean design. Tidak terlalu ramai dengan elemen yang tidak diperlukan. Namun bila konsep clean design tidak memungkinkan, maka dianjurkan untuk memberikan ruang kosong pada bidang di sebelah kanan dari logo SIG untuk tetap memberikan kesempatan pada logo SIG untuk tetap dapat terlihat jelas dan bermakna.

TATA LETAK

Event SIG



Presenting

Untuk event internal SIG bekerjasama dengan anak perusahaan atau dengan logo partner lainnya, gunakan penempatan logo SIG di sudut kiri atas bidang dan penempatan logo anak perusahaan atau logo partner lainnya di mulai dari sudut kanan atas bidang. Untuk Presenting Event, logo SIG harus lebih besar dari logo anak perusahaan atau partner lainnya.



KETENTUAN

Untuk Inisiatif SIG

Ukuran logo SIG lebih besar dari ukuran logo anak perusahaan

TATA LETAK

Event Anak Perusahaan



Endorsement

Untuk event internal anak perusahaan, gunakan penempatan logo SIG di sudut kiri atas bidang dan penempatan logo SIG mengikuti aturan CO-BRANDING. Ukuran Logo SIG sebagai endorser lebih kecil dari logo Anak Perusahaan. Aturan ukuran logo SIG sebagai endorser dalam setiap bidang desain sama dengan lebar 1 (satu) kolom dengan mengikuti aturan CO-BRANDING.



KETENTUAN

Untuk Inisiatif Anak Perusahaan

Logo Anak Perusahaan lebih besar dari ukuran logo SIG.

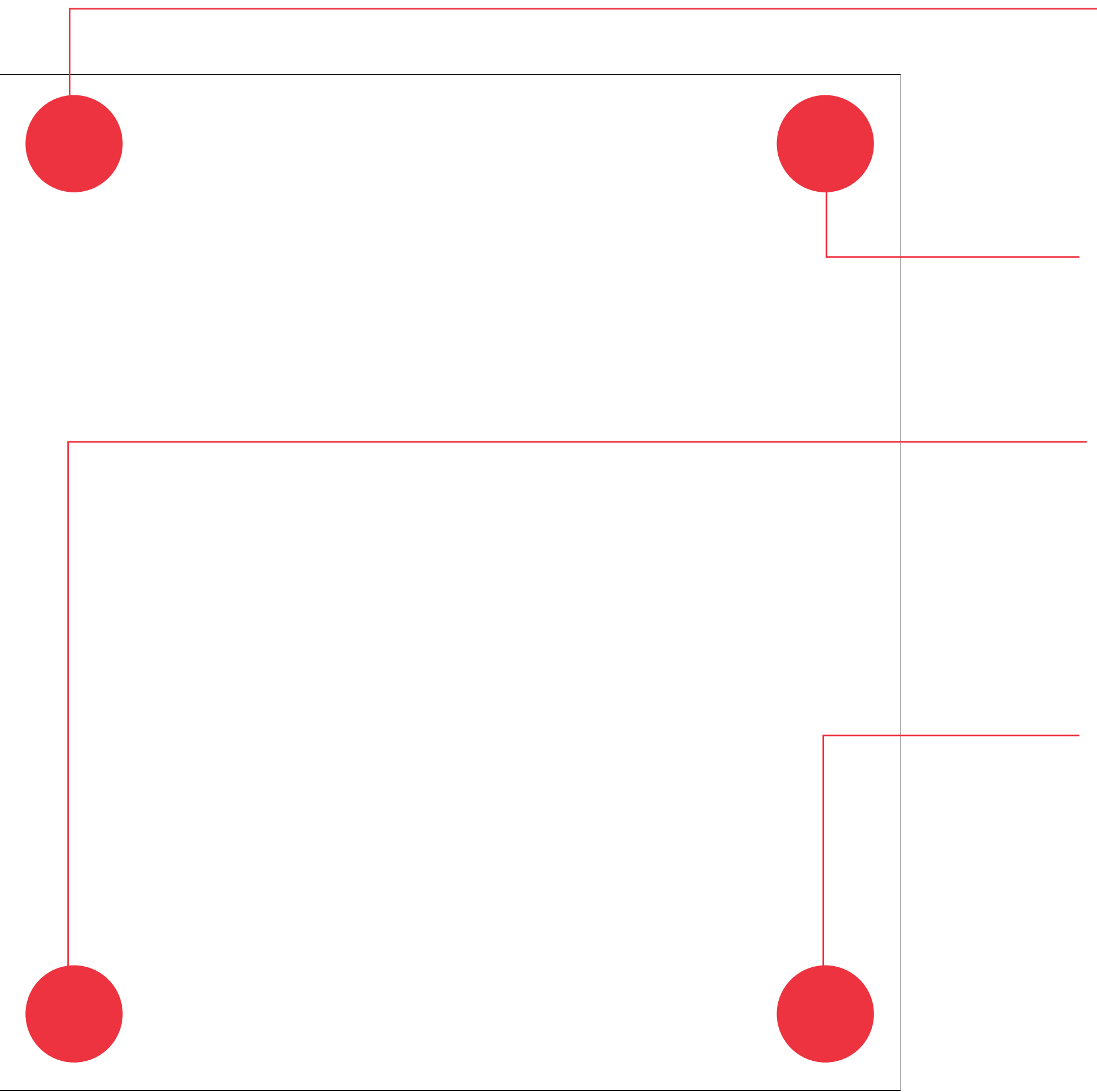
TATA LETAK

Penempatan & Hierarki Logo

Tata letak berbagai logo dalam entitas SIG diatur dalam diagram penempatan di sebelah kanan. Sedangkan hierarki logo digunakan untuk mengatur prioritas logo dalam setiap bidang jika memang logo tersebut merupakan sebuah keharusan.

Contoh:

Dalam desain dimana logo atau tagar BUMN merupakan sebuah keharusan maka logo BUMN diletakkan di pojok kiri atas, tagar diletakkan di pojok kiri bawah dan logo SIG di pojok kanan atas. Untuk desain dimana hanya tagar BUMN yang merupakan keharusan, maka tagar BUMN diletakkan di pojok kiri atas, dan logo SIG di pojok kanan atas.



Pojok Kiri Atas

1. Logo Kementerian BUMN
2. Logo Slogan BUMN
3. Tagar BUMN
4. Logo SIG

Pojok Kanan Atas

1. Logo SIG
2. Logo Anak Perusahaan

Pojok Kiri Bawah

1. Tagar BUMN
2. Logo Anak Perusahaan
3. Tagline SIG
4. Alamat & Website
5. Logo Sertifikasi

Pojok Kanan Bawah

1. Logo Anak Perusahaan
2. Logo Penghargaan
3. Logo Program Kerja
4. Logo Kampanye
5. Logo Event
6. Akun Sosial Media

PANDUAN FOTOGRAFI



Manusia dengan ekspresi dan aktivitasnya memiliki peranan penting menghidupkan obyek pada setiap hasil fotografi. Penambahan unsur `manusia' dalam setiap momen akan memberikan energi positif, yang pada akhirnya mampu memperkuat dalam menterjemahkan pesan komunikasi logo SIG secara lebih akurat. Beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam pengambilan dokumentasi diantaranya adalah momen otentik dan positif, penguasaan ekspresif yang menunjukkan emosi nyata, pemilihan setting warna dan pencahayaan alami, tidak pudar, visual hangat, menampilkan keberagaman bentuk, etnik dan ukuran serta menggunakan obyek yang selalu mewakili Indonesia.

Untuk foto hitam putih, disarankan menggunakan simbol dan makna implisit yang mewakili pesan yang ingin disampaikan.

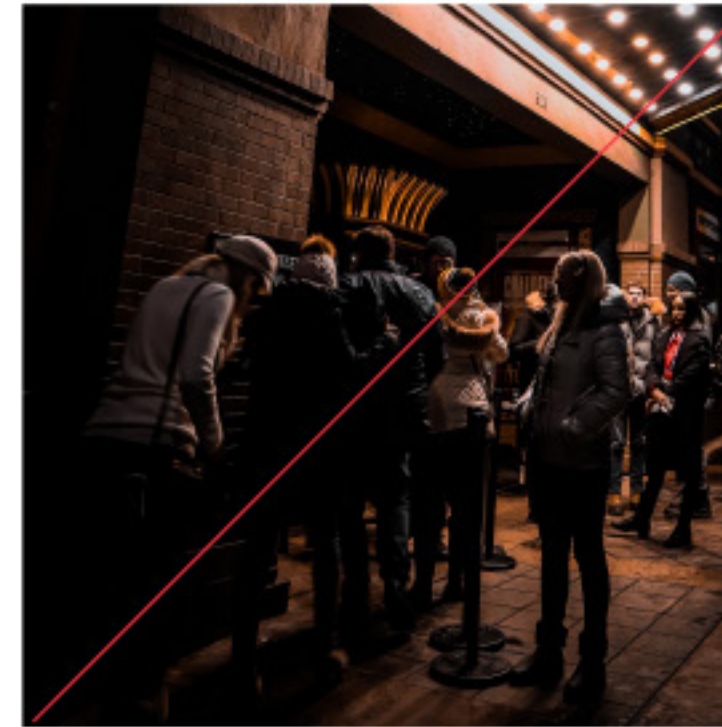
KETENTUAN FOTOGRAFI



Hindari foto yang terlalu ramai



Hindari foto orang tanpa menampilkan ekspresi



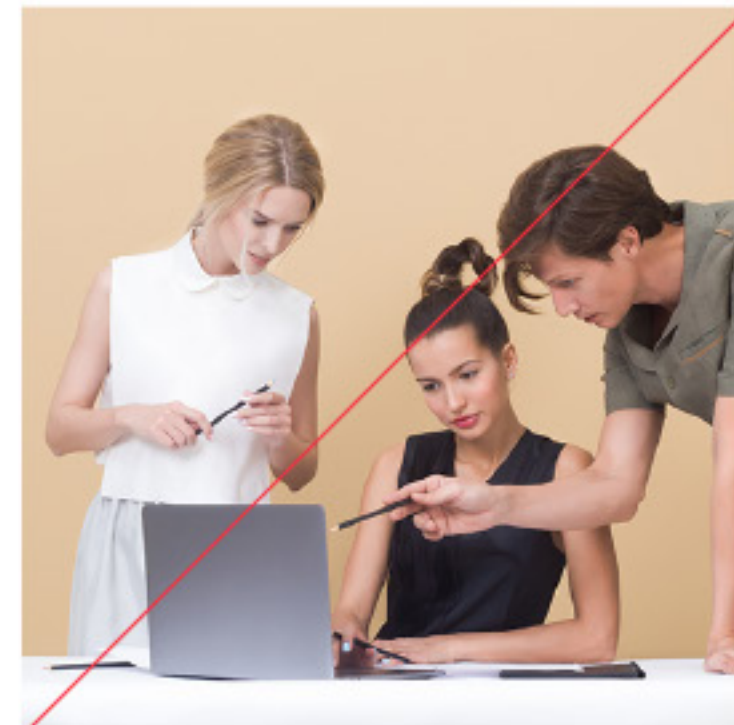
Hindari foto yang terlalu gelap dan kurang kontras



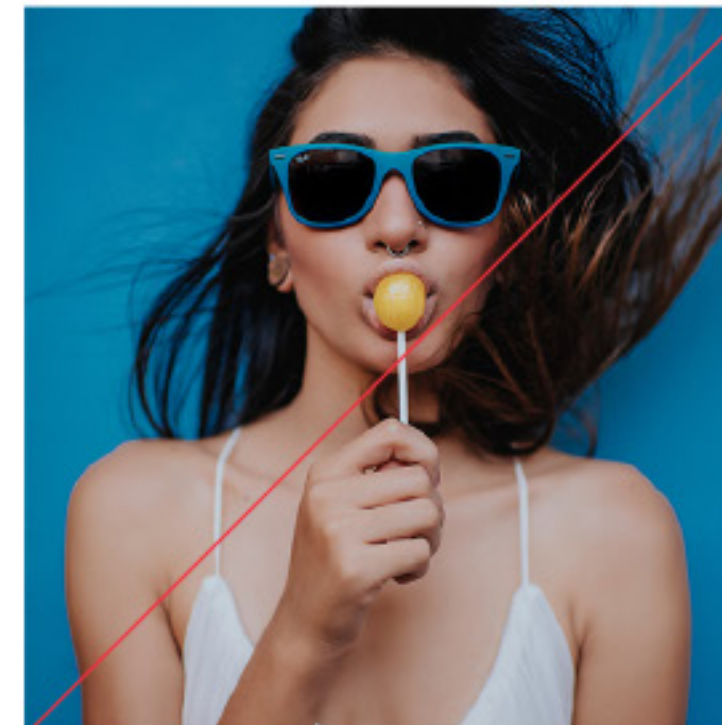
Hindari foto yang tak memiliki fokus yang jelas



Hindari foto orang dengan wajah terlalu tertutup



Hindari penggunaan model yang bukan orang Indonesia



Hindari foto dengan pesan seksual implisit atau eksplisit



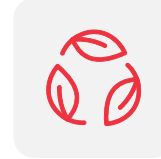
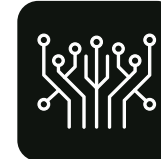
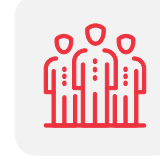
Hindari kolase foto yang terlalu ramai

PANDUAN ILUSTRASI



Ilustrasi SIG adalah corak ilustrasi 2D tanpa garis outline yang diharapkan dapat mencerminkan kepribadian dari SIG sebagai sebuah entitas. Ilustrasi adalah salah satu cara untuk menyampaikan ide dan menceritakan kisah dan bukan hanya sebagai hiasan belaka. Karakter manusia memiliki proporsi yang tepat dan bukan karikatur. Warna harus mengikuti pedoman warna yang tepat tetapi warna kulit natural diperbolehkan.

IKONOGRAFI

										
Produk Semen	Produk Turunan Semen	Jasa Konstruksi	Jasa Non-Konstruksi	Telepon	Ponsel	SMS	Jaket Penyelamat	Helm	Masker	Kacamata
										
Sepatu Keamanan	Sarung Tangan	Peringatan	APAR	Empowerment	Ramah Lingkungan	Berkelanjutan	Inovasi	Digitalisasi	Integritas	Empathetic
										
Maverick	Ambitious	Intelligence	Teamwork	Assured	Instagram	Facebook	Twitter	YouTube	LinkedIn	Podcast
										
WhatsApp	Print	Location	Profit	Achievements						

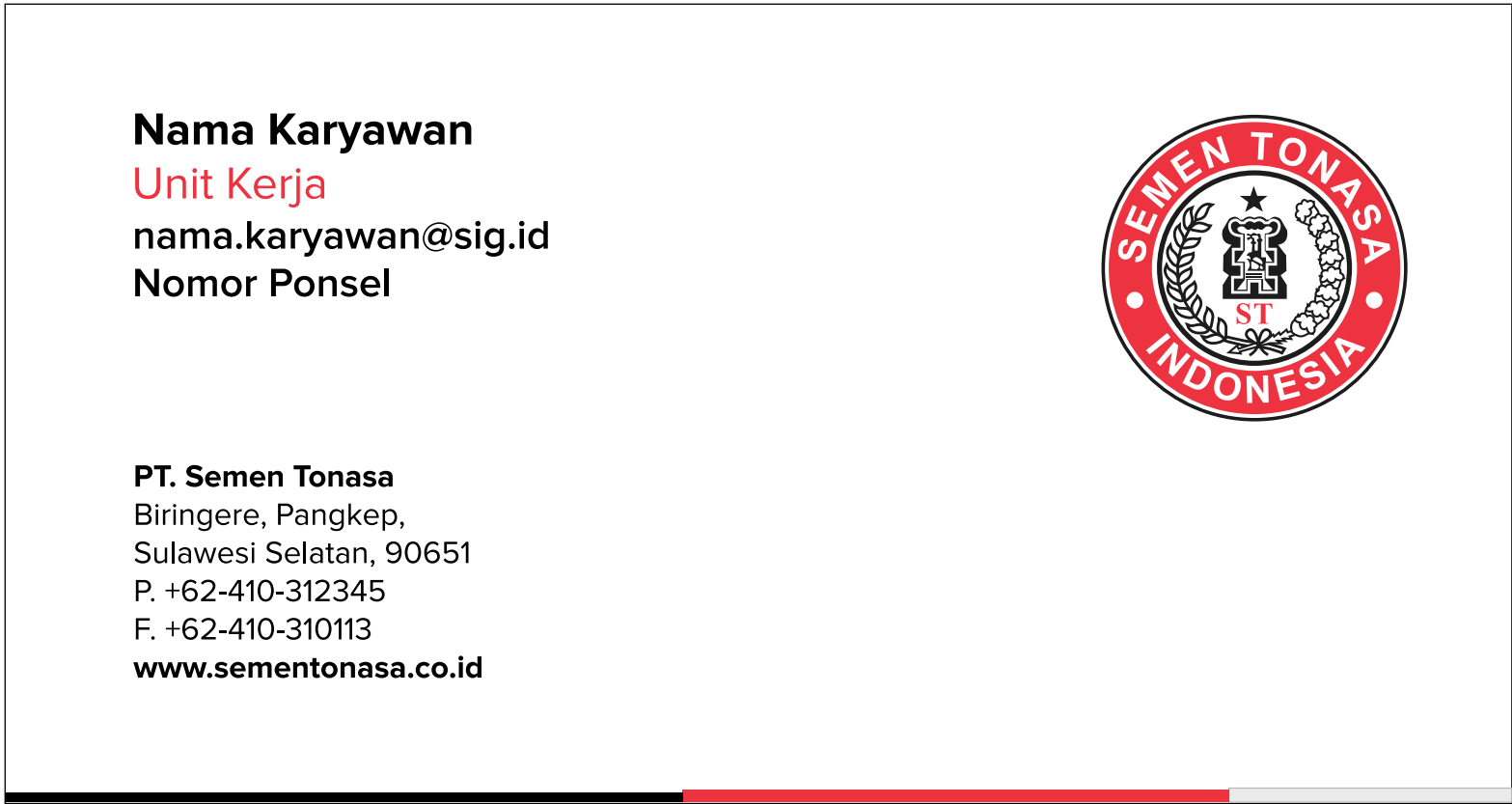
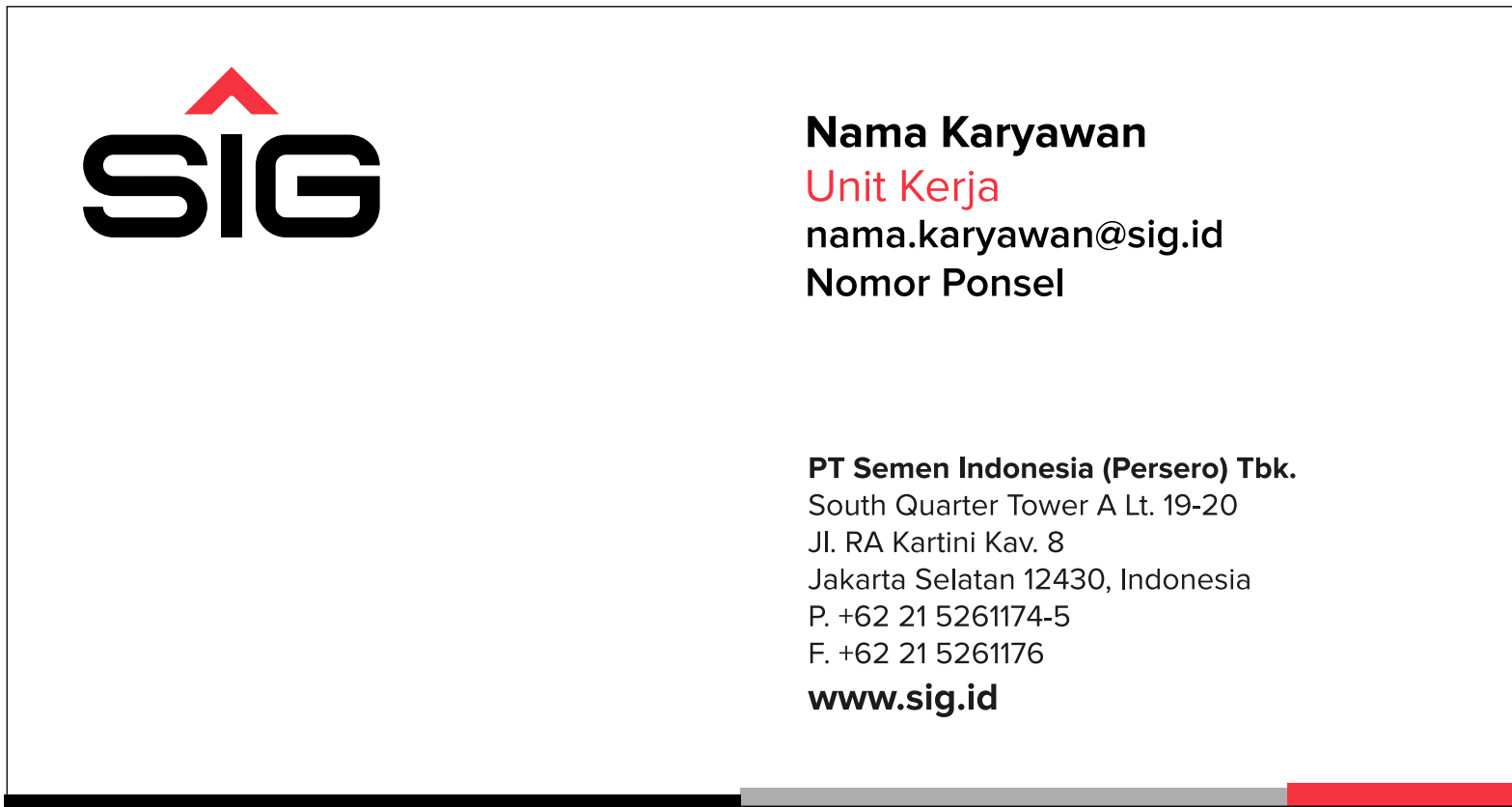
Ikonografi SIG merupakan perpaduan antara bentuk outline dengan vektor garis, menggunakan garis lurus dan pojok yang melengkung. Ikonografi digunakan ketika ingin menyampaikan konsep atau pesan dengan lebih cepat dan lebih jelas daripada hanya menggunakan teks.

PANDUAN ANIMASI LOGO



Contoh Aplikasi

KARTU NAMA



KERTAS SURAT



Ref: No00/SI/011-20/02/13/INA

February. 1. 2020

Company
Name
Address
Postal Addres

Dear Mr. Worldwide

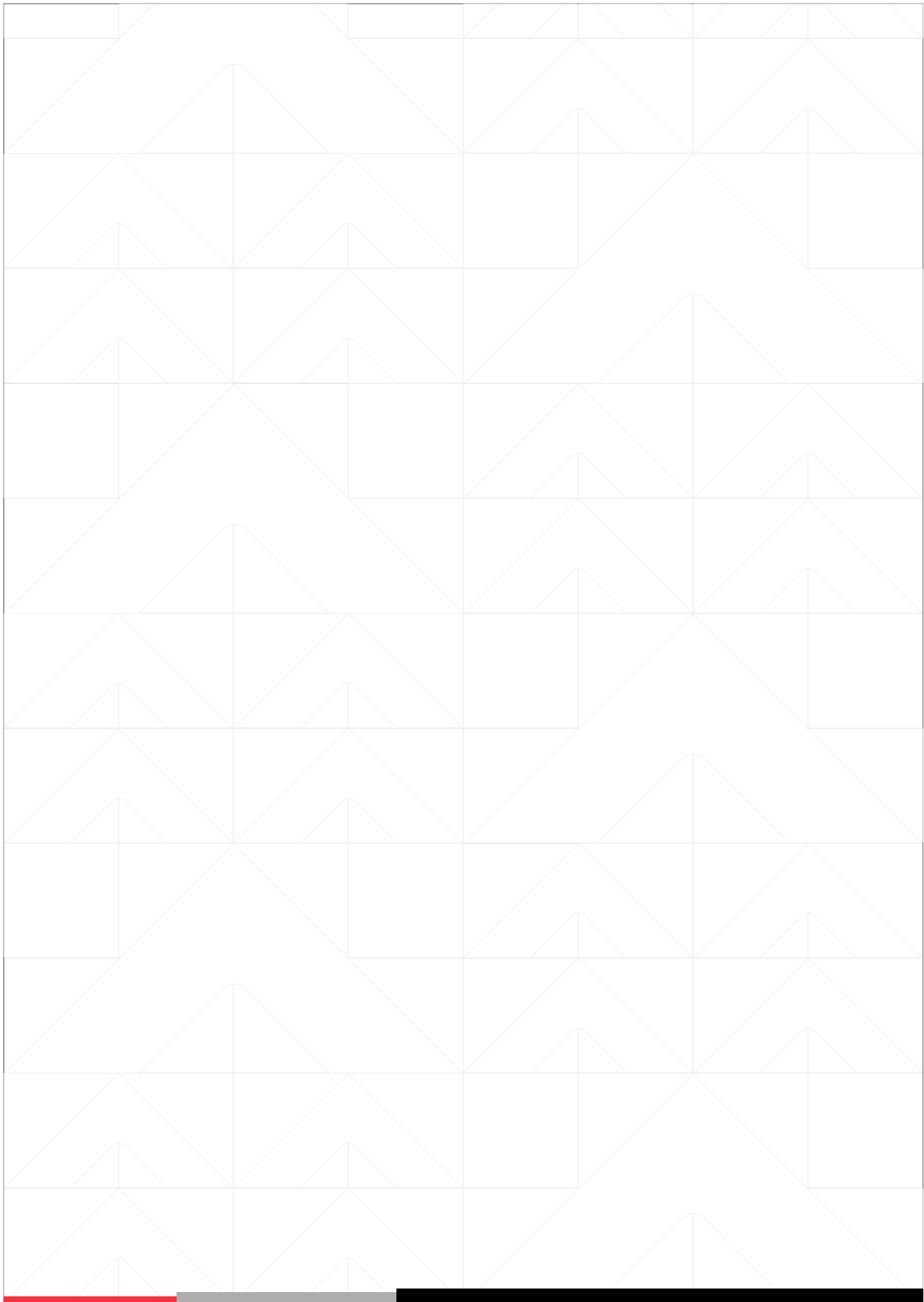
Headline
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed posuere ligula leo, sed gravida orci tempor eu. Ut quis metus elit. Pellentesque at leo sit amet quam commodo egestas. Etiam nec interdum odio. Integer id elit eleifend orci iaculis scelerisque. Nam ut imperdiet felis, ut maximus justo. Praesent arcu risus, lacinia ut commodo non, ullamcorper non est. Donec ullamcorper, mi eu pulvinar laoreet, felis nisi laoreet augue, non suscipit est orci sed urna. Vivamus mauris dui, aliquet id tellus vel, fermentum fermentum mauris.

Subheadline
In ac dui malesuada, sagittis lorem a, vehicula dolor. Cras ornare, tellus semper laoreet dapibus, orci libero sodales nibh, vel euismod erat nibh eget lacus. Morbi sit amet ligula arcu. Nulla cursus nisl et augue ultrices tempor. In commodo ultrices est, sit amet lacinia justo facilisis ut. Nam euismod vel metus sit amet sodales. Aenean lorem magna, efficitur eget tristique sed, auctor ac leo.

Registered comapny name
Department

Signature
Name
Title

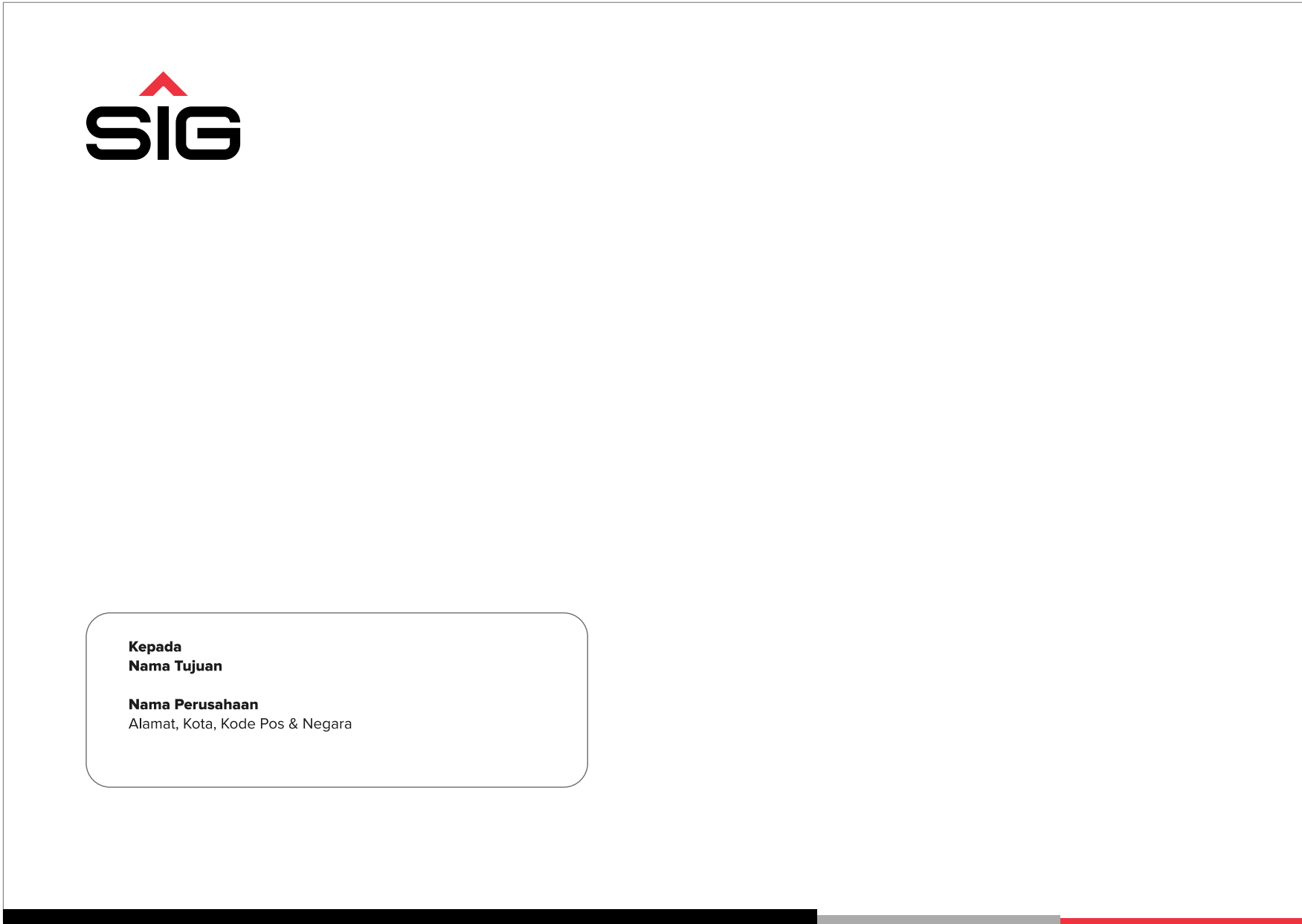
PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.
South Quarter Tower A Lt. 19-20 Jl. RA Kartini Kav. 8, Jakarta Selatan 12430, Indonesia p. +62 21 5261174-5 f. +62 21 5261176 [www.sig.id](#)



AMPLOP



AMPLOP



MAP



SERTIFIKAT



ALAT TULIS



SAMPUL PRESENTASI



SAMPUL PRESENTASI



SEGMENT PRESENTASI



ISI PRESENTASI



PENUTUP PRESENTASI



PENUTUP PRESENTASI



SAMPUL LAPORAN



KARTU IDENTITAS

85.6mm

53.98mm

Nama Karyawan
Nomor Pegawai

Kartu Identitas Untuk Karyawan

Nama Karyawan
Nomor Pegawai

Kartu Identitas Sementara Untuk Karyawan

Guest Access

Kartu Identitas Untuk Tamu

This card must be carried on duty and displayed while in the premises. Loss or theft of this card must be reported to the Admin Department immediately. This card is non-transferable and must be surrendered upon cessation of employment for any reason. If found, please return to :
PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.
South Quarter Tower A Lt. 19-20
Jl. RA Kartini Kav. 8, Jakarta Selatan
12430, Indonesia

Bloodtype
AB-

Emergency Contact
+62 813-1952-5185

Kartu Identitas Tampak Belakang

SERAGAM

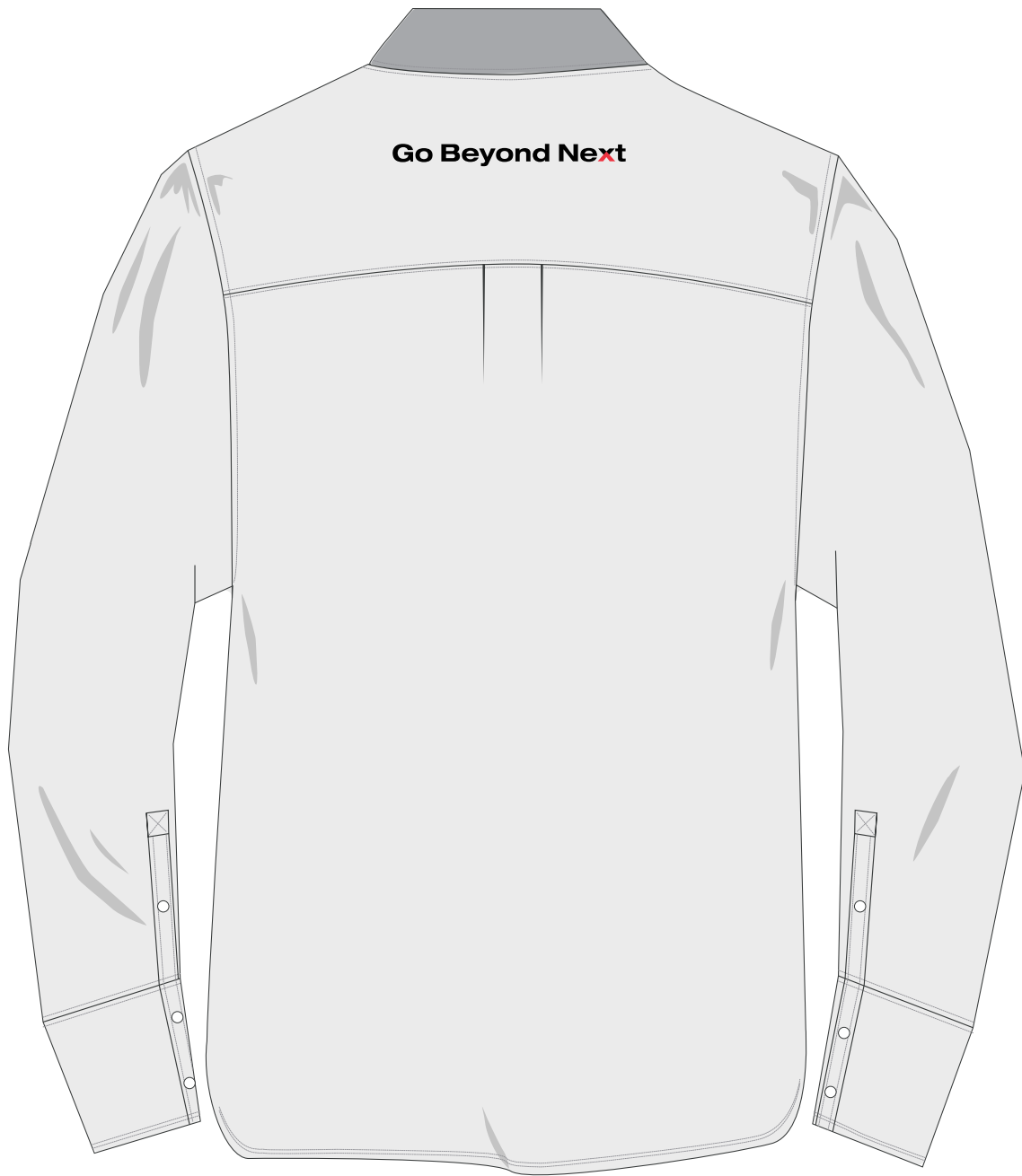
Lengan Panjang



SIG



Anak Perusahaan



Tampak Belakang

SERAGAM

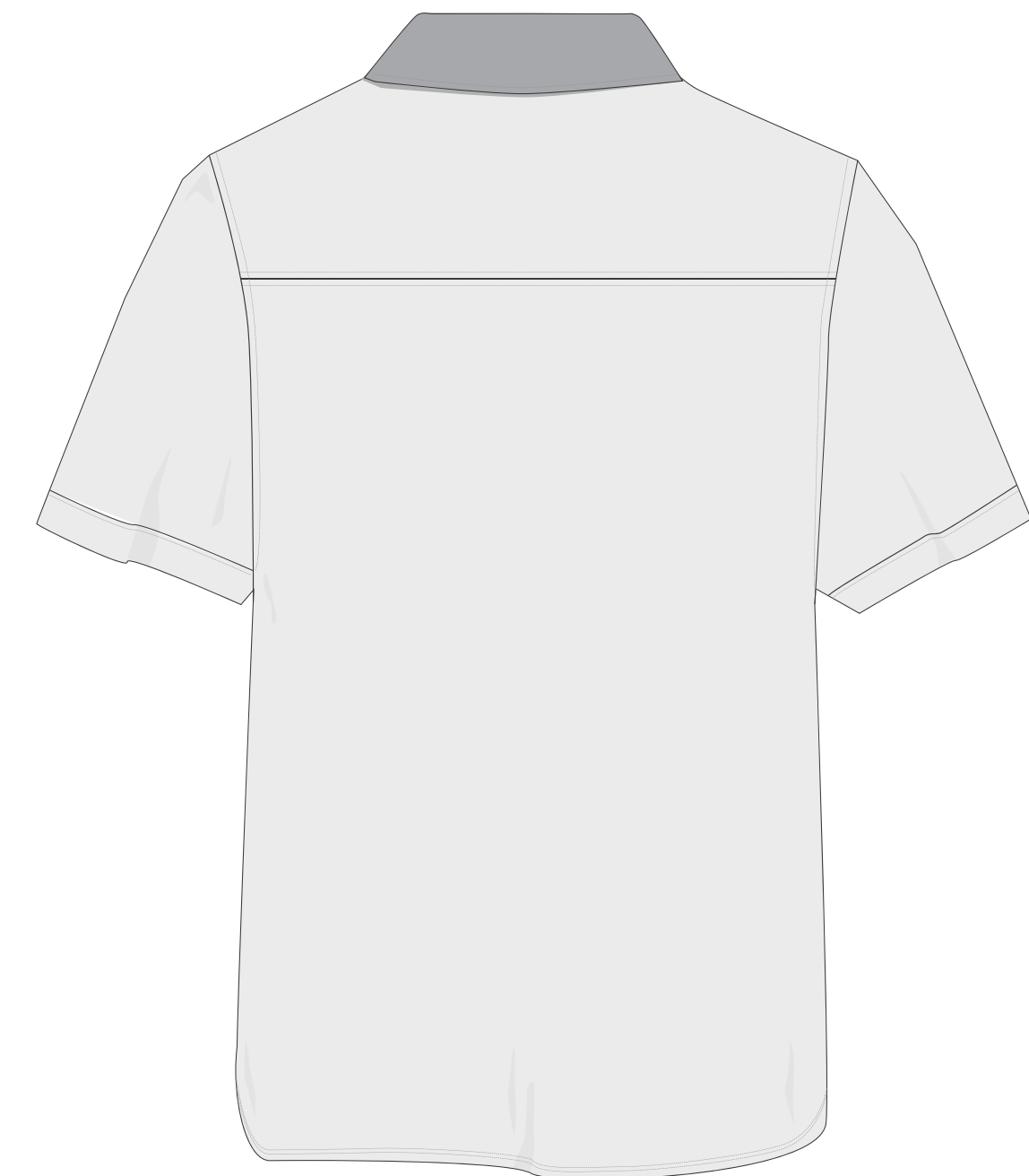
Lengan Pendek



SIG



Anak Perusahaan



Tampak Belakang

SERAGAM

Cattle Pack SIG



SERAGAM

Cattle Pack
Anak Perusahaan



SERAGAM

SAE Cattle Pack SIG



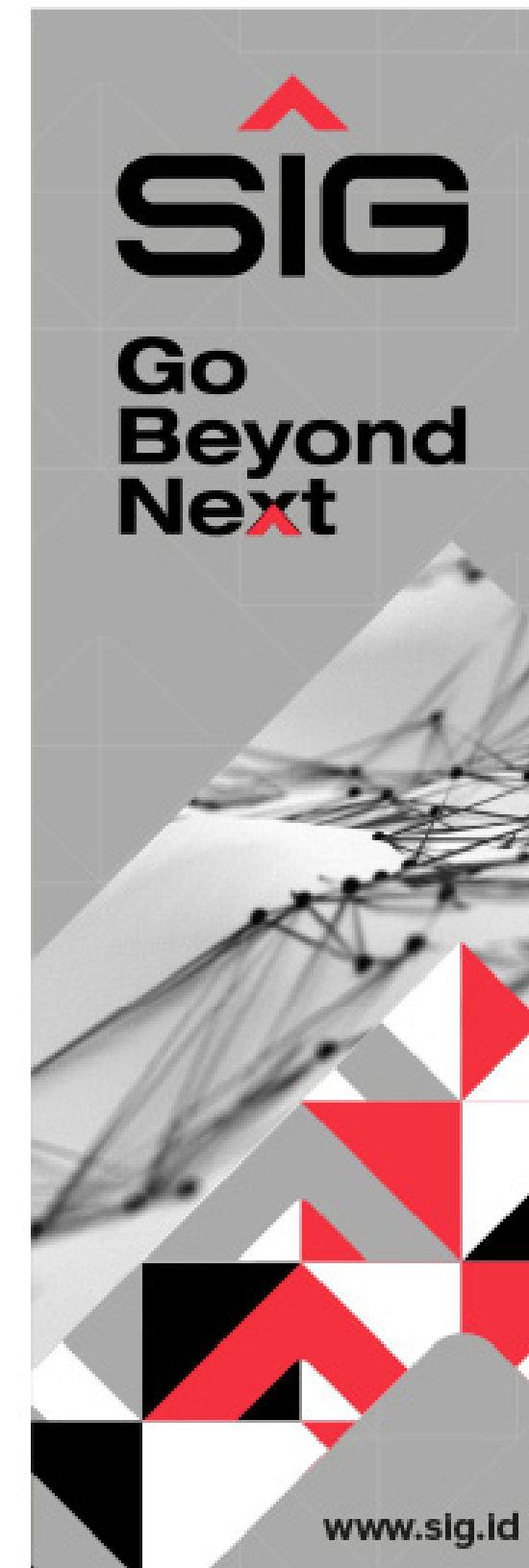
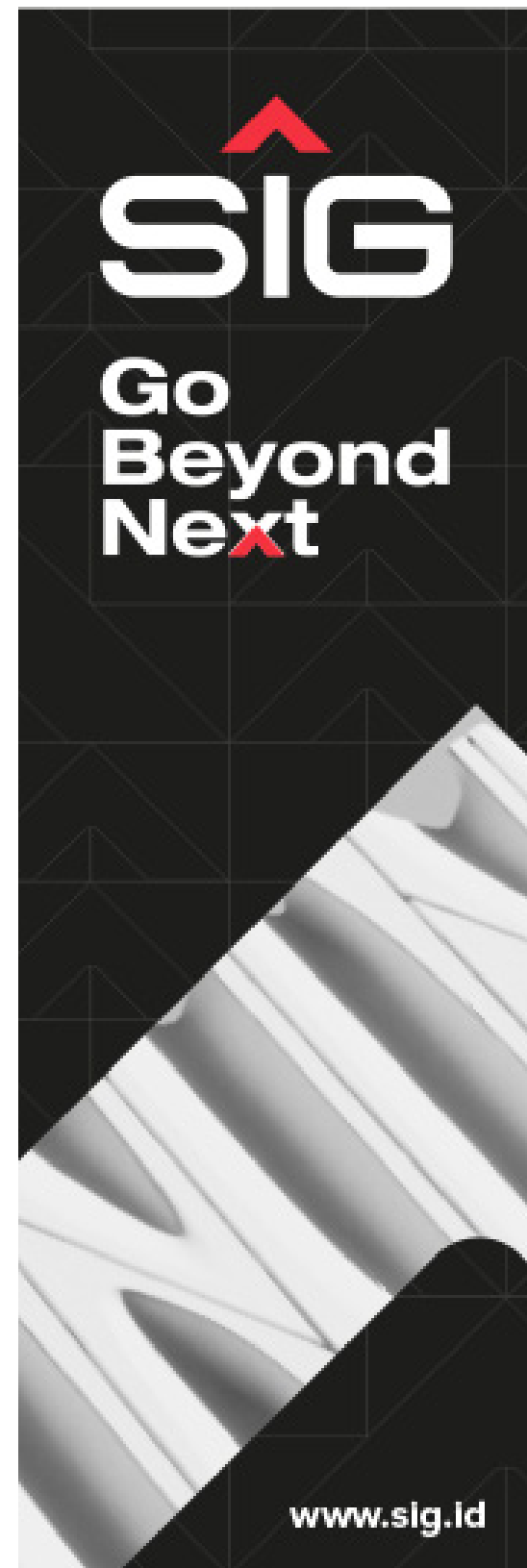
ROMPI & HELM



BILLBOARD



UMBUL-UMBUL



KARANGAN BUNGA



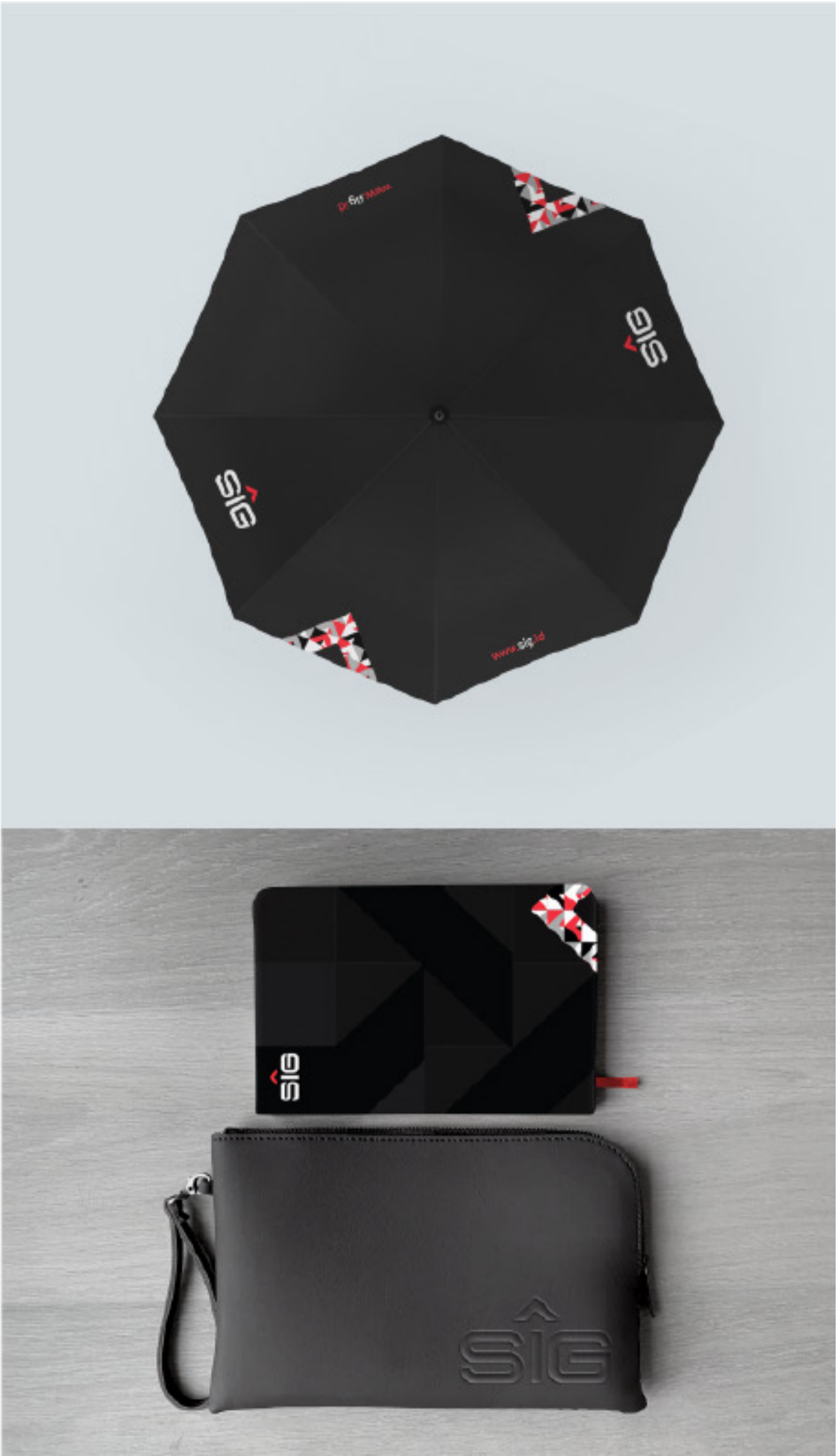
SIGNAGE



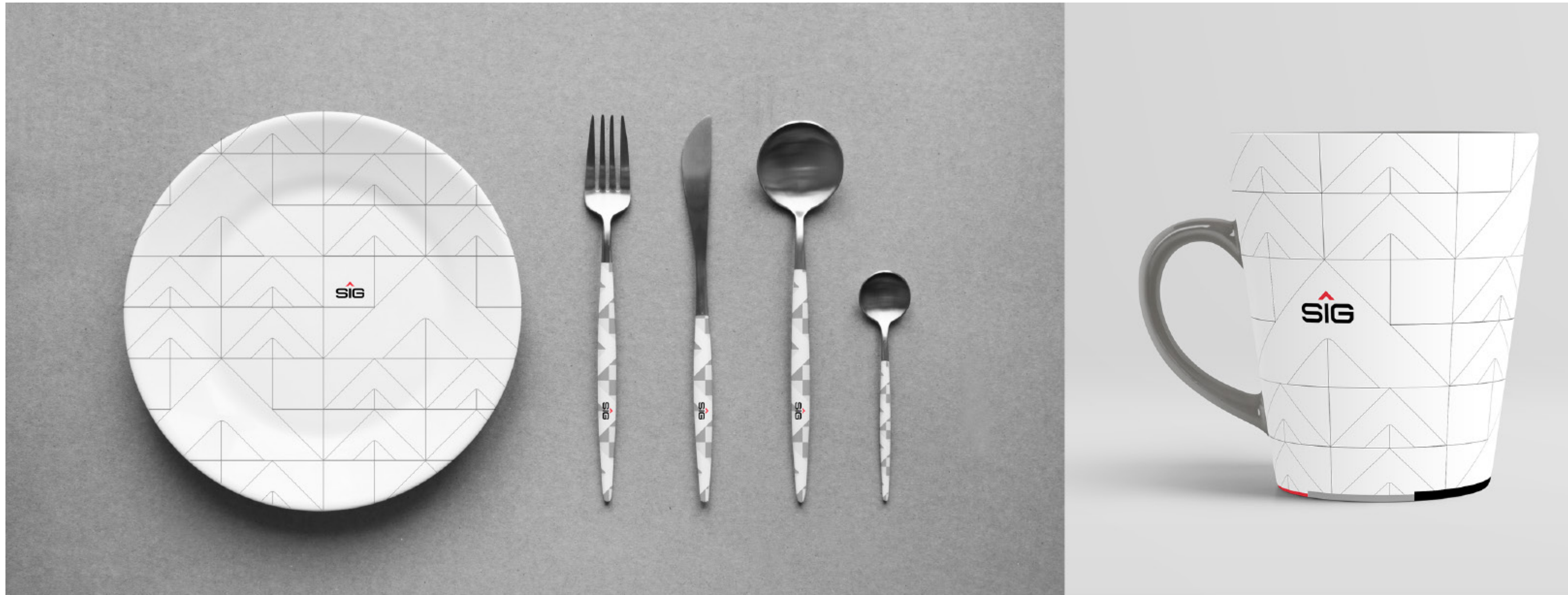
MERCHANDISE



MERCHANDISE



ALAT MAKAN





PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.
South Quarter Tower A Lt. 19-20
Jl. RA Kartini Kav. 8, Jakarta Selatan 12430, Indonesia