



Grafidemy

ONE STOP CREATIVE SOLUTIONS
South Lampung, Lampung, Indonesia



www.grafidemy.com



cs@grafidemy.com



0813 7644 9058

The Brand Codex Sample

PREVIEW THE BRAND CAPSULE

Design Category
Date

Preview Brand Guideline
07/07/2025

Compiled by

 **Grafidemy**



Tentang Dokumen

Dokumen ini merupakan cuplikan pratinjau brand guideline dari layanan Paket **Logo Pro Grafidemy**, yang kami sebut “**The Brand Capsule**”. Kenapa disebut Capsule? Karena seperti kapsul kecil yang menyimpan hal penting, dokumen ini menyajikan versi ringkas dari identitas visual sebuah brand — padat, esensial, dan siap digunakan untuk membangun konsistensi tampilan merek Anda di berbagai platform.

Tentang Brand Dummy: NAYANA

Brand dummy ini dibuat khusus sebagai simulasi nyata untuk menggambarkan hasil akhir yang akan diterima oleh klien dalam paket ini. NAYANA adalah brand fiktif yang bergerak di bidang botanical skincare, didirikan oleh seorang karakter bernama Anindya Wening. Terinspirasi dari ritual perawatan diri yang alami dan lembut, NAYANA hadir sebagai simbol keanggunan dalam kesederhanaan. Setiap elemen desainnya merepresentasikan filosofi self-care yang tenang, modern, dan elegan. Dokumen ini ditampilkan sebagai preview visual, agar calon klien dapat memahami cakupan, kualitas, dan pendekatan desain yang Grafidemy hadirkan di setiap proyek logo Pro.

Peringatan

Hak cipta dan hak moral dokumen ini sepenuhnya dimiliki oleh Grafidemy Studio. Dilarang menyalin, mengedit, atau mendistribusikan ulang sebagian

Dokumen ini disusun dan diterbitkan oleh Grafidemy Studio
Sebagai pratinjau dari Brand Guideline Book - The Brand Capsule
pada tanggal 07 Juli 2025

© Grafidemy – The Brand Capsule Sample · Juli 2025

Grafidemy Studio

One Stop Creative Solutions
South Lampung, Lampung Indonesia.

 www.grafidemy.com

 cs@grafidemy.com

 [@grafidemy](https://www.instagram.com/grafidemy)

 0813 7644 9058





About This Document

This document is a sample brand guideline from Grafidemy's Logo Pro Package, also known as:

The Brand Capsule.

Why "Capsule"? Because just like a capsule that holds essential elements, this document presents a compact and curated version of a brand's visual identity — refined, practical, and ready to guide consistent visual application across platforms.

About the Dummy Brand: NAYANA

This brand dummy is exclusively created to provide a realistic simulation of the final result that clients will receive through this package. **NAYANA** is a fictional botanical skincare brand, founded by a character named **Anindya Wening**. Inspired by gentle daily rituals, **NAYANA** symbolizes graceful self-care — rooted in nature and wrapped in modern minimalism. Every design element reflects calmness, clarity, and elegance. This document serves as a visual preview to help potential clients understand the scope, quality, and creative approach that Grafidemy provides in every **Logo Pro** project.

Disclaimer

The copyright and moral rights of this document are fully owned by **Grafidemy Studio**. Copying, editing, or redistribution of all or part of the contents of this document without permission is prohibited.

This document was compiled and published by Grafidemy Studio.
As a preview of the Brand Guideline Book - The Brand Capsule
on July 7th, 2025.

© Grafidemy – The Brand Capsule Sample - July 2025

Grafidemy Studio

One Stop Creative Solutions
South Lampung, Lampung Indonesia.

 www.grafidemy.com

 cs@grafidemy.com

 [@grafidemy](https://www.instagram.com/grafidemy)

 0813 7644 9058





NAYANA

Botanical Self Care

Nayana Botanical Self-Care

The Brand Capsule

A Visual Identity Overview by Grafidemy Studio

Compiled by



Table Of Contents

01	Brand Overview	01
02	The Signature Mark	02
03	Color Palette	05
04	Typography	07
05	Brand In Action	08



01. Brand Overview



A Glimpse Into NAYANA

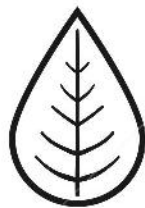
NAYANA adalah brand skincare berbahan alami yang lahir dari filosofi keindahan yang lembut dan sadar. Didirikan oleh Anindya Wening, NAYANA hadir sebagai bentuk perawatan diri yang tidak hanya mempercantik luar, namun juga menenangkan dalam. Mengusung prinsip “Botanical Self-Care”, brand ini menekankan pentingnya koneksi antara alam, tubuh, dan jiwa. Setiap produk NAYANA dirancang sebagai ritual harian yang sederhana namun bermakna.

02. The Signature Mark

Signature Mark Of Nayana



Logo NAYANA dirancang sebagai wordmark elegan yang mencerminkan harmoni antara kelembutan, alam, dan keanggunan modern. Logo ini bukan sekadar tanda — tetapi adalah manifesto visual dari ritual kecantikan alami.



The Mark

Simbol tetesan air dan daun simetris yang merepresentasikan brand value dari NARAYA. Dualitas Alam (Nature) dan Kemurnian (Purity).

NAYANA

The Typeface

Tipografi khas NAYANA yang elegan, berspasi lega, dan modern.

Botanical Self Care

The Brand Voice

Tagline dari NAYANA yaitu, Lembut, Alami, dan Membumi.

02. The Signature Mark

Application & Variations

Dalam penerapan visual yang beragam, logo NAYANA tetap mempertahankan konsistensinya melalui beberapa versi dan pedoman penggunaan. Setiap versi dirancang untuk memastikan fleksibilitas tanpa kehilangan esensi identitas



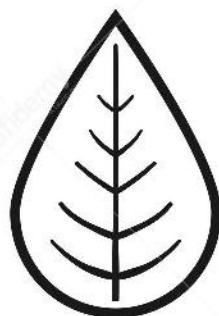
Primary Logo

Logo utama dengan mark + wordmark + tagline. Digunakan di semua platform utama (kemasan, web, dokumen)



Monochrome Logo

Logo 1 warna (hitam di atas putih, putih di atas latar gelap). Cocok untuk media terbatas warna seperti stempel, emboss, atau background ramai



Logomark (Symbol Only)

Digunakan untuk favicon, avatar, social media bubble, atau watermark.

02. The Signature Mark

Clear Space & Minimum Size

Untuk menjaga konsistensi dan keterbacaan visual, logo harus dikelilingi oleh ruang kosong minimum (clear space). Jarak ini memastikan logo tetap terlihat kuat dan tidak terganggu oleh elemen lain. Ukuran minimum ditentukan agar logo tetap terbaca di berbagai media cetak maupun digital.



Clear Space

Untuk menjaga visibilitas dan integritas logo, pastikan setiap sisi logo memiliki ruang kosong minimal sebesar 2X, di mana X mengacu pada tinggi logo NAYANA. Ukuran ini bersifat proporsional, mengikuti skala logo saat diperbesar atau diperkecil. Ruang ini menjaga agar logo tidak terganggu oleh elemen visual lain dan tetap tampil jelas di berbagai media.



Minimum Size

Untuk memastikan logo tetap terbaca dan tidak kehilangan detail, berikut adalah ukuran minimum yang disarankan yaitu:

- **20 mm** untuk media cetak
- **300 pixel** untuk media digital.

Ukuran minimum ditentukan berdasarkan lebar logo secara proporsional. Pastikan logo tidak digunakan di bawah ukuran 20 mm untuk media cetak atau 300 px untuk media digital.

03. Color

Color Language of NAYANA

Warna-warna dalam identitas visual NAYANA dipilih untuk mencerminkan kelembutan, ketenangan, dan kedekatan dengan alam. Palet ini menggabungkan elemen alam seperti daun sage, tanah hangat, dan cahaya pagi yang lembut — menghadirkan suasana yang tenang dan menyatu dengan filosofi “Botanical Self-Care”.

Primary Color

Warna Utama, Logo, Branding Color

Soft Sage Green	CMYK Hex	15 1 19 0 #D9E9D5
Muted Beige	CMYK Hex	1 5 10 0 #FAEFE2
Off-White Cream	CMYK Hex	0 1 2 0 #FFFBF7

Secondary Color

Teks Utama, kontras pada background terang

Deep Sage Green	CMYK	83 52 75 62	Hex	#30443B
Deep Charcoal	CMYK	75 68 66 90	Hex	#1A1A1A

Accent

Compliment, Latar belakang lembut, aksen harmonis

Dusty Rose	CMYK	3 16 8 0	Hex	#F3DADA
Peach	CMYK	2 25 47 0	Hex	#F6C492

HEX

Warna yang digunakan untuk kebutuhan digital, seperti website, media sosial, dan kebutuhan digital lainnya.

CMYK

Sistem Warna yang digunakan untuk kebutuhan branding pada media cetak seperti brosur, kop surat dan lainnya.

Note

Warna yang tampil di layar (RGB/HEX) dan hasil cetak (CMYK) dapat terlihat berbeda karena menggunakan sistem pewarnaan yang berbeda (cahaya vs tinta). Nilai CMYK yang disediakan dalam panduan ini telah disesuaikan agar dapat dicetak secara stabil dan konsisten. Jika Anda membutuhkan penyesuaian warna lebih lanjut untuk kebutuhan khusus cetak, silakan diskusikan dengan tim Grafidemy.

03. Color

Logo in Different Backgrounds

Logo ini dirancang untuk tetap terbaca dan kuat dalam berbagai situasi penggunaan. Berikut adalah versi logo yang disarankan untuk digunakan di latar belakang terang, gelap, dan monokrom.

Recomended Background



Monochrome (white background)



Monochrome (black background)



Untuk menjaga visibilitas dan konsistensi, logo memiliki beberapa versi yang digunakan sesuai dengan latar belakang. Gunakan versi yang paling sesuai dengan konteks media dan warna di sekitarnya.

04. Typography

Typography

Tipografi NAYANA dipilih untuk menyampaikan ketenangan, ruang, dan rasa percaya diri yang lembut. Dengan huruf berspasi lapang dan bentuk Sans Serif modern, dan dikombinasikan dengan font Serif modern ini mencerminkan keseimbangan antara elegansi natural dan kepribadian yang refined.



Custom Typeface (Nayana Wordmark)

Berdasarkan Italiana, dimodifikasi secara manual. Spasi antar huruf dibuat longgar (tracking ~7mm). Huruf "N", "Y" dan "A" disesuaikan untuk memberi karakter unik. Representasi harmoni antara bentuk alami dan kesadaran visual.

Brand Typeface - Playfair Display & Montserrat

Playfair Display

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Botanical Self-Care

Heading

Disarankan untuk digunakan sebagai font utama dalam materi komunikasi brand seperti heading, dan subjudul.

Montserrat

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Botanical Self-Care

Body, Caption, Accent

Teks penjelas / konten utama, atau aksen.

05. Brand In Action

Bringing the Brand to Life

Visual identity NAYANA hadir sepenuhnya ketika diaplikasikan dalam konteks nyata. Penggunaan logo, warna, dan tipografi secara konsisten menciptakan pengalaman brand yang utuh — dari kemasan hingga media digital.

“Every ritual begins with intention — and design brings it to light.”



THANK YOU

KOMITMEN LAYANAN

Di Grafidemy, kami percaya bahwa setiap klien berhak mendapatkan hasil desain terbaik tanpa membedakan besar-kecilnya proyek atau paket yang dipilih. Seluruh desain yang kami kerjakan dibuat secara khusus dan orisinal, tanpa menggunakan template instan, serta didasarkan pada rangkaian riset visual dan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan klien. Kami berkomitmen untuk memberikan hasil yang profesional, terarah, dan siap digunakan untuk mendukung citra maupun tujuan komunikasi Anda. Karena bagi kami, desain bukan hanya soal tampilan, tapi soal makna dan dampak yang diciptakan.

"We Bridge Your Vision To Produce Output That helps your Business Grow Even As Times Change".

Hak cipta dan hak moral dokumen ini sepenuhnya dimiliki oleh Grafidemy Studio. Dilarang menyalin, mengedit, atau mendistribusikan ulang sebagian atau seluruh isi dokumen tanpa izin.

Dokumen ini disusun dan diterbitkan oleh Grafidemy Studio
Sebagai pratinjau dari Brand Guideline Book - The Brand Capsule
pada tanggal 07 Juli 2025

© Grafidemy – The Brand Codex Sample · Juli 2024

Grafidemy Studio

One Stop Creative Solutions
South Lampung, Lampung Indonesia.

 www.grafidemy.com

 cs@grafidemy.com

 [@grafidemy](https://www.instagram.com/grafidemy)

 0813 7644 9058



THANK YOU

SERVICE COMMITMENT

At Grafidemy, we believe that every client deserves the best design result — regardless of the size of the project or the package they choose. Each visual we create is crafted uniquely and originally, never using instant templates, and always grounded in thoughtful research and a deep understanding of our client's needs. We are committed to delivering outcomes that are professional, strategic, and ready to support your brand's image and communication goals. Because for us, design is not just about how things look — but about the meaning and impact they carry.

"We Bridge Your Vision To Produce Output That helps your Business Grow Even As Times Change".

Disclaimer

The copyright and moral rights of this document are fully owned by **Grafidemy Studio**. Copying, editing, or redistribution of all or part of the contents of this document without permission is prohibited.

This document was compiled and published by Grafidemy Studio.
As a preview of the Brand Guideline Book - The Brand Capsule
on July 7th, 2025.

© Grafidemy – The Brand Capsule Sample - July 2025

Grafidemy Studio

One Stop Creative Solutions
South Lampung, Lampung Indonesia.



www.grafidemy.com



cs@grafidemy.com



[@grafidemy](https://www.instagram.com/grafidemy)



0813 7644 9058





NAYANA

Botanical Self Care

Nayana Botanical Self-Care

The Brand Capsule

A Visual Identity Overview by Grafidemy

Compiled by

