



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 CODEX

Design Category
Date

Preview Brand Guidline
07/07/2025

Compiled by





ABOUT THIS DOCUMENT

This document is a preview of The Brand Codex—an exclusive brand guideline created specifically for Grafidemy Studio's Ultimate Logo Package clients. The content is taken from a space exploration-themed dummy brand project called ANGKASA and serves as a visual example of the structure and depth of the brand guideline the client will receive.

VITAL RECORDS

- The contents of this document have been simplified and partially selected for preview purposes.
- The design, visual system, and brand strategy contained herein are for reference only and are not actual client brand documents.
- The complete and fully personalized document is only provided to authorized clients according to the selected package.

DISCLAIMER

The copyright and moral rights of this document are fully owned by **Grafidemy Studio**. Copying, editing, or redistribution of part or all 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 Codex
on July 7th, 2025.

© Grafidemy – The Brand Codex Sample - July 2025

Want your brand to have professional documentation like this? Discuss your brand needs with us at:

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





TENTANG DOKUMEN

Dokumen ini merupakan cuplikan pratinjau dari The Brand Codex — brand guideline eksklusif yang disusun khusus untuk klien Paket Logo Ultimate dari Grafidemy Studio. Konten di dalamnya diambil dari proyek brand dummy bertema eksplorasi luar angkasa bernama **ANGKASA** dan ditampilkan sebagai contoh visual bagaimana struktur dan kedalaman brand guideline yang akan klien dapatkan.

CATATAN PENTING

- Isi dokumen ini telah disederhanakan dan dipilih sebagian untuk keperluan pratinjau
- Desain, sistem visual, dan brand strategy di dalamnya hanya sebagai **referensi**, bukan dokumen brand klien sesungguhnya.
- Dokumen lengkap dan personalisasi penuh hanya diberikan kepada klien resmi sesuai paket yang dipilih.

PERINGATAN

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 Codex
pada tanggal 07 Juli 2025

© Grafidemy – The Brand Codex Sample · Juli 2024

Ingin brand anda punya dokumen profesional seperti ini? Konsultasikan kebutuhan brand kamu bersama kami melalui:

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





Angkasa Company

Complete Brand Manual

THE BRAND CODEX

Design
Date

Brand Identity Guide
19/09/2024

Compiled by



TABLE OF CONTENT

01	Logo System		
	Logo Philosophy	_____	1
	Visual Elements	_____	2
	Logo Version	_____	3
	Clear Space & Minimum Size	_____	4
02	Color Palette	_____	5
	Color Palette	_____	5
	Logo in different Background	_____	6
03	Typography		
	Typography	_____	7
04	Graphic Elements		
	Visual DNA	_____	8
05	Imagery Style		
	Telling Stories Through Visuals	_____	9
06	Moodboard		
	A Compass of Atmosphere & Emotion	_____	10
07	Do & Don't		
	Recomendation Logo Usage	_____	11-14
08	Brand in Action		
	Business Card	_____	15
	Stationery	_____	16
	Merchandise	_____	17

01. Logo System



Logo System – The Visual Core of the Brand

Logo adalah inti visual dari identitas Angkasa. Ia menjadi elemen pertama yang dikenali, dicetak di berbagai media, dan menjadi simbol utama dari semangat, visi, dan karakter brand ini. Sistem logo Angkasa dirancang agar fleksibel, adaptif di berbagai konteks, namun tetap konsisten dan kuat secara visual.



A. Logo Philosophy & Story

Logo Angkasa dirancang untuk merepresentasikan brand dengan karakter visioner, dinamis, dan progresif. Bentuk huruf "A" yang dimodifikasi menjadi ikon utama menggambarkan arah ke atas. Sebuah simbol pertumbuhan, eksplorasi, dan aspirasi tinggi. Garis diagonal oranye yang melintasi sisi kanan melambangkan percepatan, energi, dan momentum, memperkuat kesan brand yang terus bergerak maju.

Dengan kombinasi warna biru elektrik dan aksen oranye, identitas visual Angkasa mencerminkan keseimbangan antara stabilitas dan keberanian. Dua nilai penting dalam dunia teknologi dan inovasi. Warna biru memberi kesan kepercayaan dan intelektual, sedangkan oranye menghadirkan semangat, kreativitas, dan daya saing.

Logo ini dirancang agar fleksibel dalam berbagai aplikasi media, sambil tetap menjaga konsistensi dan kekuatan identitas brand di setiap titik interaksi visual.

01. Logo System

Decoding the Symbol – The Meaning Behind Angkasa

Logo Angkasa bukan sekedar simbol, tetapi cerminan dari visi, karakter, dan aspirasi brand sebagai pelopor eksplorasi ilmu dan teknologi. Desainnya terinspirasi dari bentuk huruf “A” futuristik yang dikombinasikan dengan garis melengkung dan aksen warna oranye yang tegas. Setiap elemen logo membawa makna dan nilai strategis yang menjadi fondasi visual Angkasa.

B. Visual Elements



1. Huruf “A” yang Terbuka & Dinamis

Dibentuk dari garis tebal dengan lengkungan lembut, mewakili arah yang jelas (visi) namun tetap fleksibel dan adaptif. Huruf “A” melambangkan Angkasa sekaligus makna awal (Alpha), arah (Arrow), dan akselerasi.

2. Ruang Negatif di Tengah “A”

Menunjukkan keterbukaan terhadap kemungkinan dan pengetahuan baru. Ruang ini menciptakan aliran gerak visual ke kanan—simbol kemajuan dan masa depan.

3. Aksen Oranye Geometris

Elemen oranye berbentuk trapezoid tajam di kanan bawah menjadi semacam “pengerak dorong” atau “booster” visual. Melambangkan semangat, inovasi, dan energi—ciri khas utama brand Angkasa.

4. Tipografi Modular & Futuristik

Bentuk huruf pada logotype “ANGKASA” dirancang seperti karakter digital modern, memberikan kesan teknologis, unik, dan progresif. Penggunaan huruf kapital menunjukkan kekuatan dan kepercayaan diri brand.

01. Logo System



C. Logo Versions

Versatility in every format.



Primary Logo

Versi utama dari logo Angkasa, menampilkan ikon dan teks dalam susunan vertikal. Ideal digunakan di ruang yang luas atau untuk menekankan identitas brand secara utuh.



Secondary Logo

Versi horizontal dari logo Angkasa. Cocok untuk penggunaan yang membutuhkan ruang horizontal lebih efisien, seperti header website atau kop surat.



Icon Only

Versi minimal dari logo yang hanya menampilkan simbol "A". Digunakan untuk favicon, profil sosial media, atau elemen branding kecil lainnya.

D. Represented Brand Values

1. Progresif

Terus tumbuh dan adaptif terhadap perubahan

2. Inovatif

Mendorong solusi kreatif & teknologi

3. Enerjik

Bergerak cepat dan penuh semangat

4. Visioner

Punya arah dan tujuan jangka panjang

E. 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 1X, di mana X mengacu pada tinggi simbol "A" pada logogram. 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.



20 mm



250 px

Minimum Size

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

- 20 mm untuk media cetak
- 250 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 250 px untuk media digital.

02. Color Palette

Color that visualized your brand

Warna adalah salah satu elemen visual terkuat dalam membentuk persepsi brand. Kombinasi warna utama pada identitas ini dipilih untuk mencerminkan karakter, emosi, dan kesan yang ingin ditampilkan oleh brand Angkasa.

Primary Color

Biru Angkasa	CMYK	75 53 0 0
	HEX	#4580FF
Accent Orange	CMYK	0 87 100 0
	HEX	#FC4E0F

Secondary Color

Black	CMYK	75 68 66 0
	HEX	#1A1A1A
Smoke Gray	CMYK	7 5 6 0
	HEX	#EBEAE8
White	CMYK	0 0 0 0
	HEX	#FFFFFF

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.

02. Color Palette

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.

Bright Background (Full Color)



Dark Background (Reverse)



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.

03. Typography

Typography

Font yang digunakan pada logo dan visual brand ini dipilih untuk memperkuat karakter Angkasa yang modern, tegas, dan profesional. Gunakan font ini secara konsisten untuk menjaga kesan brand yang kuat dan seragam di berbagai media.

ANGKASA

Logo Typeface (Custom Typeface)

Digunakan khusus pada logotype Angkasa untuk membentuk identitas yang khas dan tidak generik.

Brand Typeface - Montserrat

Montserrat (Bold)

**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**

Montserrat Bold

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

Montserrat (Regular)

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

Montserrat Regular

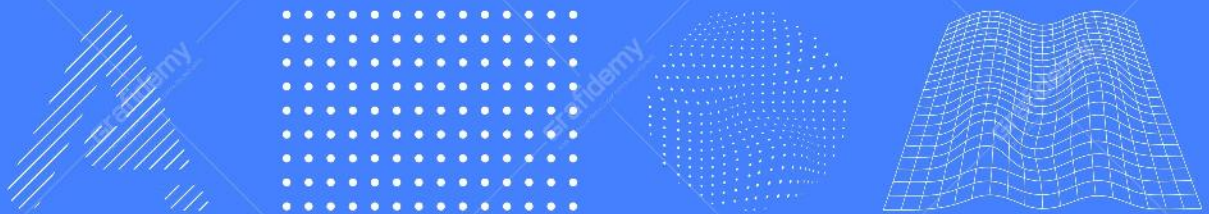
Disarankan untuk digunakan sebagai font utama dalam materi komunikasi brand seperti body teks, atau keterangan.

04. Graphic Elements

Design DNA – The Visual Language of Angkasa

Elemen grafis Angkasa dikembangkan langsung dari struktur bentuk logo utama, menciptakan sistem visual yang khas, konsisten, dan dapat dikenali lintas media. Setiap garis, kurva, dan sudut dalam elemen ini dirancang untuk memperkuat semangat brand: futuristik, progresif, dan penuh energi eksplorasi. Elemen-elemen ini terinspirasi dari bentuk orbit, garis lengkung, serta pola modular yang mencerminkan sains dan eksplorasi luar angkasa.

PATTERN



FUTURISTIC SHAPE



ORBITAL SHAPE



Usage Guideline

1. Jangan terlalu padat — graphic elements hanya sebagai aksen.
2. Gunakan elemen dalam warna brand (biru, oranye, putih).
3. Jaga konsistensi gaya: outline atau solid, jangan dicampur tanpa alasan desain.

05. Imagery Style

Telling Stories Through Visuals

Gaya visual dalam pemilihan gambar (foto dan ilustrasi) sangat berperan dalam membentuk persepsi brand. Angkasa menggunakan gaya imagery yang mendukung narasi tentang eksplorasi, teknologi, edukasi masa depan, dan semangat ilmiah. Gambar dipilih untuk menggambarkan optimisme, keingintahuan, dan keterbukaan terhadap pengetahuan baru, dengan tone warna yang sejalan dengan palet brand.

Futuristic Tech and Science Imagery



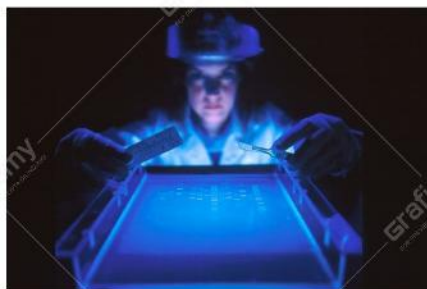
Education & Discovery Moments



Cleand and Minimal Backgrounds



Flat-style / Gradient Illustrations



Images curated from [unsplash](#) and [freepik](#). Used for conceptual purpose only*

Imagery to avoid

Gambar dengan tone warna coklat, kuning kusam, atau terlalu vintage.

Foto muram, terlalu gelap, atau kehilangan makna eksploratif.

Ilustrasi kartun dengan gaya childish.

Visual crowded tanpa focal point.

07. Do & Don't

Do & Don't (rekomen-dasi penggunaan logo)

Logo harus digunakan secara konsisten untuk menjaga identitas visual brand. Berikut ini contoh penggunaan logo yang direkomendasikan (**Do**), dan rekomendasi beberapa hal yang harus dihindari (**Don't**) untuk menjaga profesionalisme dan keterbacaan logo.



Do : Logo Color

Gunakan logo utama versi full color saat menampilkan logo pada background terang.



Do not: Change Logo Color

Jangan mengubah warna meskipun tampak serupa. Gunakan spesifikasi warna resmi yang dijelaskan dalam panduan ini.

ANGKASA
ANGKASA

Do : Fonts

Gunakan Font rekomendasi dalam panduan ini untuk menjaga kesan brand di berbagai media.



Do not: Change Font

Jangan menggunakan font lain selain yang di rekomendasikan. Meskipun font tersebut mirip dengan font yang ada saat ini.

08. Brand In Action



Business Card

Berikut adalah beberapa contoh bagaimana logo diaplikasikan pada business card.



Business Card

95mm * 55mm

Front

- distance from top 15mm
- distance from left 10mm
- name 12pt
- job title 8pt
- details 8pt

Back

- centred logo with blue background



08. Brand In Action

Letterhead



Letterhead

- Logo height 25 mm
- Logo distance from left margin 20mm
- The distance between top margin and logo is equal with 1 times the logo height

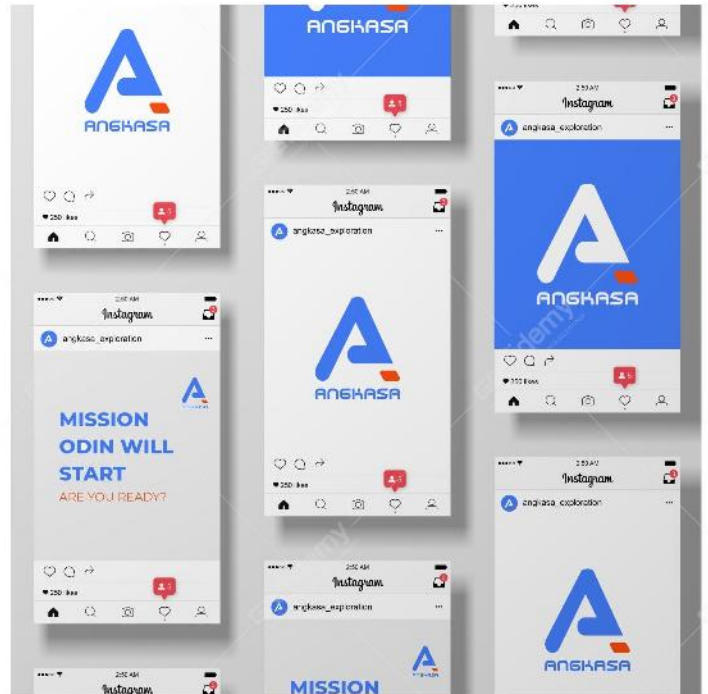


08. Brand In Action

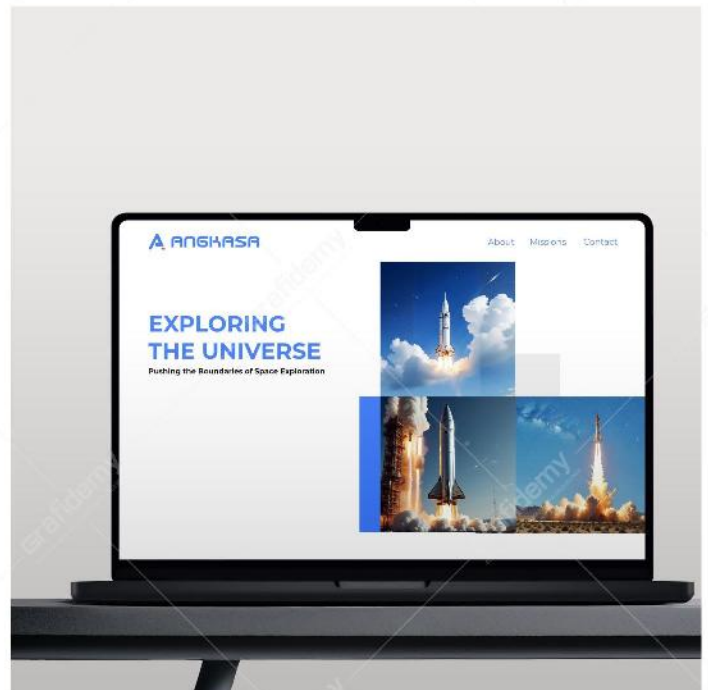
Instagram Feed & Website Header

Berikut adalah beberapa contoh bagaimana logo diaplikasikan pada feed instagram dan header website.

Instagram Feed



Website Header



08. Brand In Action

Merchandise

Berikut adalah beberapa contoh bagaimana logo diaplikasikan pada berbagai merchandise untuk menunjukkan fleksibilitas dan kekuatan identitas visual brand Angkasa.

T-Shirt



Bag



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 Codex
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 Codex
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





www.grafidemy.com

THE BRAND CODEX

Complete Brand Manual

PREVIEW

Compiled by

