

BAB V

VISUALISASI

5.1 Media Utama *Brand Guidelines*



Gambar 5.1 GSM

Sumber : Dokumen Pribadi

Media	: a. hard cover dengan ivory untuk cover b. kertas ivory 230 gsm untuk isi
Ukuran	: 21 x 14.8 cm
Mode	: CMYK
Jumlah halaman	: 26
Realisasi	: Digital Printing
Isi Brand Guidelines:	



Contents.

01 About

About Brand.....	2
Brand Mantra.....	2
Brand Personality.....	2

02 Visual Identity

Concept Logo.....	8	Typeface.....	13
Final Sketch.....	9	Supergraphic.....	14
Our Logo.....	10	Logo Variations.....	15
Colors.....	11	Clear Space Area.....	16
Colors Derivaties.....	12	Unaccptable Usage.....	17

03 Media Application



01 About

About Brand

Wisata Guci adalah wisata alam yang terletak di kaki Gunung Slamet. Guci terkenal dengan pemandian air panas yang memanfaatkan potensi alam berupa air panas alami.

Brand Mantra

Brand function : Natural Tourism
Descriptive modifier : Colorfull
Emotional modifier : Cheerfull & Fun

Wisata Guci menjadi wisata alam dengan ciri khas dan keunikan.

Brand Personality



Kepribadian brand sangat penting untuk menjaga hubungan baik dengan audiensnya, dideskripsikan melalui komponen visual, penulisan dan tone of voice brand tersebut. Wisata guci memiliki kepribadian brand yang colorfull, fun dan unik.



Concept Logo

ide perancangan merupakan logotype yang dapat mewakili ciri khas dari objek wisata guci yang cherful dan unik.

Skecth & Proses



Final Sketch

Selanjutnya melakukan pengembangan dan finalisasi agar hasil logo yang baru dapat mencerminkan identitas Wisata Guci.



Final Logo in Grid

Our Logo



Colors

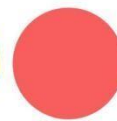
Setiap warna pada logo mempresentasikan sebuah arti dan memiliki maknanya masing - masing :



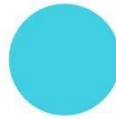
Kuning : Fun & Ceria
 Merah : Semangat
 Biru Muda : Sejuk, Santai
 Biru Tua : Profesional



C : 0% M : 31%
 Y : 78% K : 0%
 #febb48



C : 0% M : 75%
 Y : 54% K : 0%
 #f85e5e



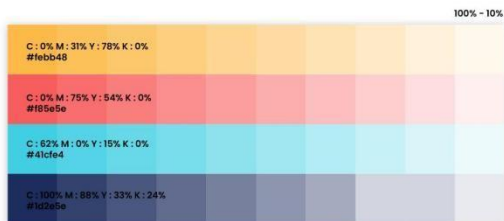
C : 62% M : 0%
 Y : 15% K : 0%
 #41cfe4



C : 100% M : 88%
 Y : 33% K : 24%
 #1a2e5e

Color Derivatives

Warna sangat membantu membangun perhatian. Warna pada logo adalah bagian vital dari keseluruhan logo dan harus digunakan sesuai peraturan yang terdapat pada buku ini untuk menjaga konsistensi dan kesinambungan citra dan identitas Wisata Guci.



Typeface

RockoUltraFLF

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Primary

RockoUltra adalah jenis font sans serif, digunakan untuk kebutuhan headline dan judul pada aplikasi media. Rocko ultra memberikan kesan Fun, Ceria dan Santai.

Poppins

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Poppins adalah font sans serif yang di gunakan untuk kepentingan yang lebih formal karena memiliki kesan simpel, profesional dan tingkat keterbacaan yang jelas.

Supergraphic

Supergraphic adalah elemen pendukung dalam desain sebagai ciri khas atau penanda brand tersebut. Supergraphic yang ada pada wisata guci menggunakan elemen-elemen pada logo yang mewakili wisata guci.



Logo Variations

Sebagai elemen identitas yang paling krusial, kami menyarankan untuk tidak merubah logo ini. Logo ini Paling baik ditampilkan dengan warna yang sudah kami tentukan.



Clear Space Area

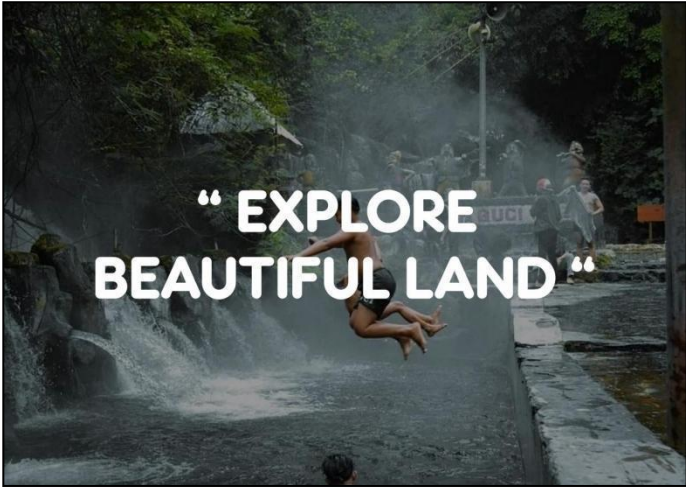
Minimum Space atau save area bertujuan agar "image" untuk identitas terlihat jelas. Logo harus di tempatkan dalam save area aman dimana ruang di sekeliling logo di blarkan kosong dari objek lain baik gambar, bentuk, maupun tulisan.

Jarak aman adalah 25% dari tinggi logo dan mengelilingi logo



Unaccptable Usage





03 Media Application

Media Application Wisata Guci Tegal

Stationery

The stationery items shown include a box, an envelope, and a letterhead. All items feature the Guci logo and the colorful abstract patterns seen in the previous slide. The letterhead contains the following text:

guci

It is a pleasure to allow an organization to place messages on the printed opportunities to increase sales and address the company's target.

Marketing strategy's goal is to increase sales and enhance the relationship with other companies, to include other firms and long term activities of marketing that aim to do with the interests of a company's reputation and contribute to the objectives.

The expenses will be based on how you plan sales by acquiring and keeping customers.

© 2017 PT. Wisata Guci Tegal. All Rights Reserved. All Rights Reserved.
Tegal, Indonesia. Phone: +62 281 441 441

Totebag



21

T-shirt



22

Sticker



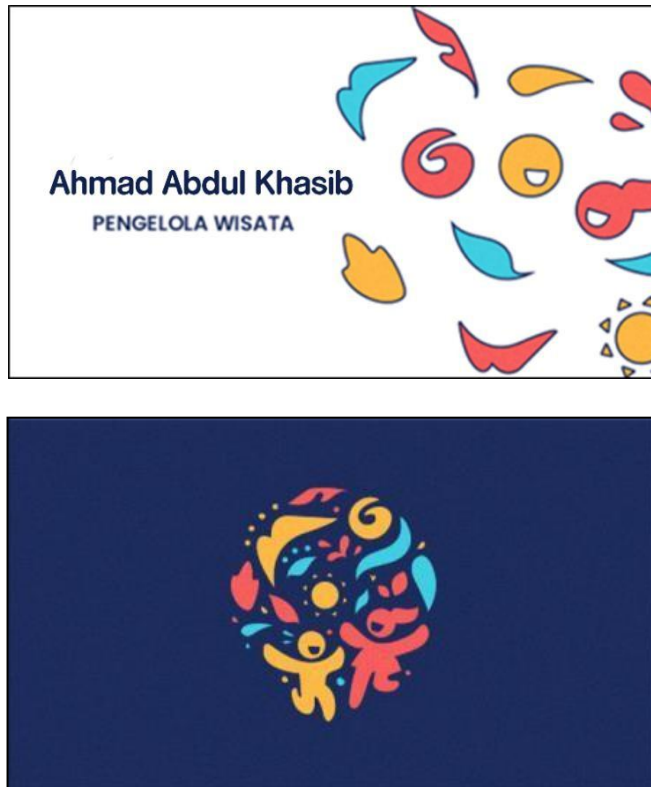
23



Gambar 5.2 GSM
Sumber : Dokumen Pribadi

5.2 Media Pendukung

5.2.1 Kartu Nama

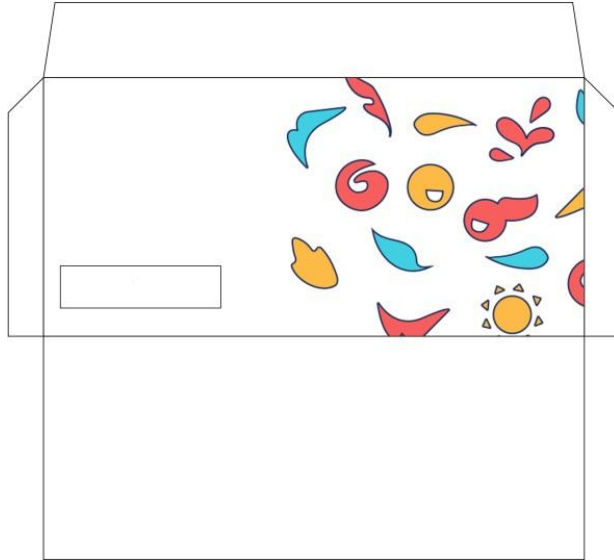


Gambar 5.3 Kartunama

Sumber : Dokumen pribadi

Media : Ivory 230 gsm
Ukuran : 9 x 5.5 cm
Teknik : *Digital Printing.*

5.2.2 Amplop



Gambar 5.4 Amplop
Sumber : Dokumen pribadi

Media : Kertas HVS 100 gsm

Ukuran : 23 x 11 cm

Realisasi : *Digital Printing*

5.2.3 Kop Surat



Gambar 5.5 Kop Surat
Sumber : Dokumen pribadi

Media : Kertas HVS 80 gsm
Ukuran : A4
Teknik : *Digital Printing*

5.2.4 Totebag



Gambar 5.6 Totebag
Sumber : Dokumen pribadi

Media : Kain
Ukuran : 30 x 40 cm
Teknik : Sablon

5.2.5 Topi



Gambar 5.7 Topi
Sumber : Dokumen pribadi

Media : Topi
Ukuran : 15 x 15 cm
Realisasi : Bordir

5.2.6 Kaos



Gambar 5.8 Kaos
Sumber : Dokumen pribadi

Media : Kaos
Ukuran : *All Size*
Teknik : Sablon

5.2.7 Sticker



Gambar 5.9 Stiker
Sumber : Dokumen pribadi

Media : *Sticker*
Ukuran : 3 x 8 cm
Teknik : *Digital Printing*

5.2.8 Spanduk



Gambar 5.10 Spanduk
Sumber : Dokumen pribadi

Media : Spanduk
Ukuran : 1 x 2 m
Teknik : *Digital Printing*

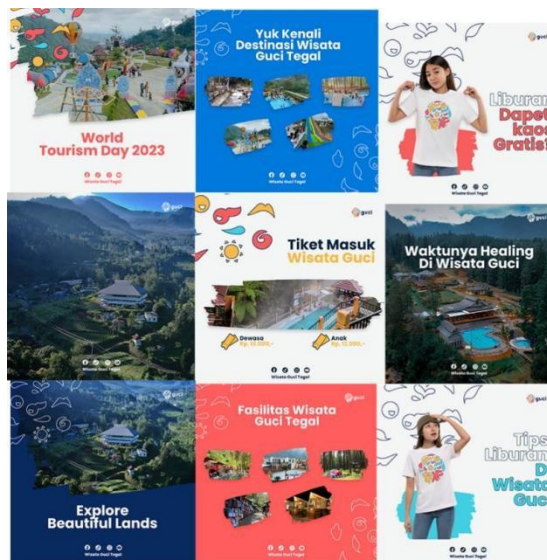
5.2.9 Gantungan Kunci



Gambar 5.10 Gantungan kunci
Sumber : Dokumen pribadi

Media : Pin
Ukuran : 5cm
Teknik : *Digital Printing*

5.2.10 Internet Media



Gambar 5.11 Internet Media
Sumber : Dokumen pribadi

Media : Internet
Ukuran : 1080 x 1080
Teknik : *Digital*