



BEEELIEVE DESIGN SYSTEM

Copyright ©2025 Vallenzia Caroline





Beelieve

Design System

Created by Beelieve Design

Beelieve Design System

Diterbitkan oleh Beelieve
pada 30 November 2025
Dibuat oleh Beelieve Design

The Maker

Vallenzia Caroline

The Contributor

Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.

©2025 Beelieve

Dicetak dan dijilid di Jakarta

Beelieve (PT. Beelieve) berhak berdasarkan Undang-Undang Hak Cipta, Desain, dan Paten tahun 1988 untuk diidentifikasi sebagai pencipta karya ini. Seluruh hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau menyebarkan sebagian atau seluruh isi publikasi ini dalam bentuk atau cara apa pun, baik secara elektronik maupun mekanis, tanpa izin tertulis terlebih dahulu dari penerbit.

www.beelieve.id

[instagram.com/beelieve.id](https://www.instagram.com/beelieve.id)

[youtube.com/beelieve.id](https://www.youtube.com/beelieve.id)

[tiktok.com/beelieve.id](https://www.tiktok.com/beelieve.id)



Beelieve
#SwapWrapChange

Daftar Isi

Kata Pengantar	01
Apa itu Beelieve?	02
Identitas Kampanye	03

Konsep

Keywords & Big Idea	05
Tone of Voice	06
User Persona	07
User Journey	08
Empathy Map	09

Navigasi

Sitemap	11
Flow Chart	12

Komposisi

Referensi Perangkat	15
Sistem Layout	16
Sistem Grid	17

Logo

Pengenalan Logo	19
Elemen Logo	20
Variasi Logo	22
Proporsi Logo	24

Warna

Warna Primer	27
Warna Sekunder	28
Proporsi Warna	29
Kontras Warna	30

Tipografi

Typeface Beelieve	33
Perataan Typeface	35

Ikonografi

Gaya Ikonografi	37
Sistem Grid Ikonografi	38
Jenis Ikon	39

Kompenen

Input Control	41
Komponen Navigasi	41
Buttons	42
Dropdown Button	43
Carousel	44
Bar	45

Fotografi

Photoshoot	47
------------	----

Videografi

Video Shoot	51
-------------	----

Ilustrasi

Prinsip Ilustrasi	55
Ilustrasi Pengantar	56
Ilustrasi Editorial	57
Ilustrasi Makanan	58

Showcase

Mobile Web Showcase	61
---------------------	----

Kata Pengantar

Saya menyadari bahwa plastik sekali pakai telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari – hari dan sudah menjadi perbincangan banyak masyarakat. Langkah yang dapat dilakukan untuk menghindari permasalahan plastik yaitu melalui 3R (Reduce, Reuse, Recycle) dengan Reduce menduduki posisi pertama. Reduce dapat dilakukan dengan mulai menggunakan kemasan reusable untuk mengurangi penggunaan plastik.

Sampah plastik dalam rumah tangga berkontribusi menjadikan rumah tangga sebagai penyumbang sumber sampah terbesar peringkat pertama. Di sisi lain, beeswax food wrap dapat menjadi potensi besar untuk mengurangi penggunaan plastik.

Dari sinilah, saya mulai mengangkat topik tentang bagaimana pilihan kecil dapat menciptakan dampak nyata yang lebih besar.

We realized our role in inspiring small, sustainable change.

Beelieve empowers people to make small sustainable choices that spark real change.

With that, we began our journey to grow Beelieve campaign.

Apa Itu Beelieve?

Beelieve merupakan sebuah ruang edukasi yang memberikan pengenalan mengenai beeswax food wrap sebagai alternatif kemasan sustainable.

Nama “Beelieve” berasal dari gabungan kata “bee” dan “believe”, kata bee yang berarti lebah, yang merupakan salah satu bahan utama dari beeswax food wrap dan menjadi simbol alam. Lalu, kata believe yang berarti percaya, melalui kata “Beelieve” ini saya harap dapat mendorong target audiens untuk percaya bahwa langkah kecil dapat membawa perubahan yang nyata.

Beelieve percaya bahwa tindakan sehari-hari yang penuh dengan kasih terhadap bumi dijadikan sebagai dasar kepercayaan yang akan menjadi solusi yang hangat bagi semua makhluk hidup di bumi ini.

#SwapWrapChange



Identitas Kampanye

#SwapWrapChange

Tagline "SwapWrapChange mencerminkan tujuan perancangan kampanye edukasi, yaitu mengajak ke perubahan yang positif dengan beralih ke penggunaan beeswax food wrap yang dapat menjadi langkah kecil untuk membawa perubahan yang nyata dalam kehidupan sehari – hari ibu rumah tangga milenial.

Beelieve menunjukkan bahwa kampanye dilakukan bukan hanya berbicara mengenai masalah plastik sekali pakai, namun mengenai langkah kecil target audiens yang dapat mengurangi jejak karbon, mendidik generasi yang mendatang, serta beeswax food wrap yang menjadi media dalam mengubah perilaku dan menginspirasi tindakan yang positif.

Visi

Making mindful living the future of our lifestyle.

Misi

Introducing simple eco swaps that spark real change.

Tujuan

Inspiring plastic-free habits through beeswax wrap solutions.

Konsep

- Keywords & Big Idea
- Tone of Voice
- User Persona
- User Journey
- Empathy Map

01

Keywords

Earthy 01

Membangkitkan nuansa alami yang selaras dengan nilai - nilai ramah lingkungan sekaligus merefleksikan beeswax food wrap pada aspek berkelanjutan.

02 Friendly

Menciptakan suasana yang hangat dan ramah yang dapat mendorong keterlibatan penggunaan beeswax food wrap yang terasa menyenangkan.

Stylish 03

Menyajikan estetika yang modern dan menarik sehingga tetap dapat diminati dan menjadikan beeswax food wrap sebagai solusi berkelanjutan yang terlihat trendy.

Big Idea



“ The warmth of mother nature wrappes in your everday grace ”

Beeswax food wrap mencerminkan sebagai sentuhan yang hangat dari alam untuk setiap perilaku ibu rumah tangga milenial yang ikut hadir menjalani hidup penuh kesadaran.

Tone of Voice

Caring, Warm, Encouraging

Kata “Caring” digunakan untuk memberikan support, “Warm” terpilih karena terinspirasi melalui kehidupan alam, dan “Encouraging” memberikan suasana motivasi yang bersemangat untuk pengguna dalam melakukan peralihan kecil dalam kesehariannya.

User Persona

User persona dilakukan analisa secara mendalam untuk menggambarkan target audiens dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan terkait goals, frustration, needs, motivation, personality, hingga channels.

Helen Tjan

Usia: 40 tahun
Pekerjaan: Ibu Rumah Tangga
Lokasi: Jakarta Utara
Pendidikan: S1



Biography

Helen Tjan adalah ibu rumah tangga yang memiliki waktu luang yang fleksibel. Helen ingin mempunyai produk ramah lingkungan, karena Helen merasa penggunaan plastik dalam rumah tangga sulit dihindari.

Goals

- Kehidupan sehat bagi diri sendiri dan lingkungan
- Menjadi role model yang positif bagi keluarga

Frustration

- Merasa bersalah dengan penggunaan plastik berlebih
- Penggunaan plastik yang sulit untuk dihindari

Needs

Edukasi yang menarik mengenai solusi yang dapat mengurangi penggunaan plastik dalam aktivitas rumah tangga, melalui tindakan kecil yang berdampak besar.

Motivation

- Eksplorasi
- Bersosialisasi
- Pengembangan Diri

Personality

- Mindful
- Mindless
- Intuition
- Sensing
- Thinking
- Feeling

Channels

- Globe
- Instagram
- TikTok
- WhatsApp
- YouTube

User Journey

User journey map bertujuan memvisualisasikan perjalanan dan pengalaman target audiens dalam menemukan solusi untuk mengurangi penggunaan plastik dalam aktivitas rumah tangga terutama di dapur dan sebelum menemukan adanya solusi kampanye edukasi ini.



Empathy Map

Empathy map bertujuan untuk melakukan pendekatan dalam mengenal lebih lanjut dengan target audiens sebagai ibu rumah tangga milenial melalui tujuh kategori utama.



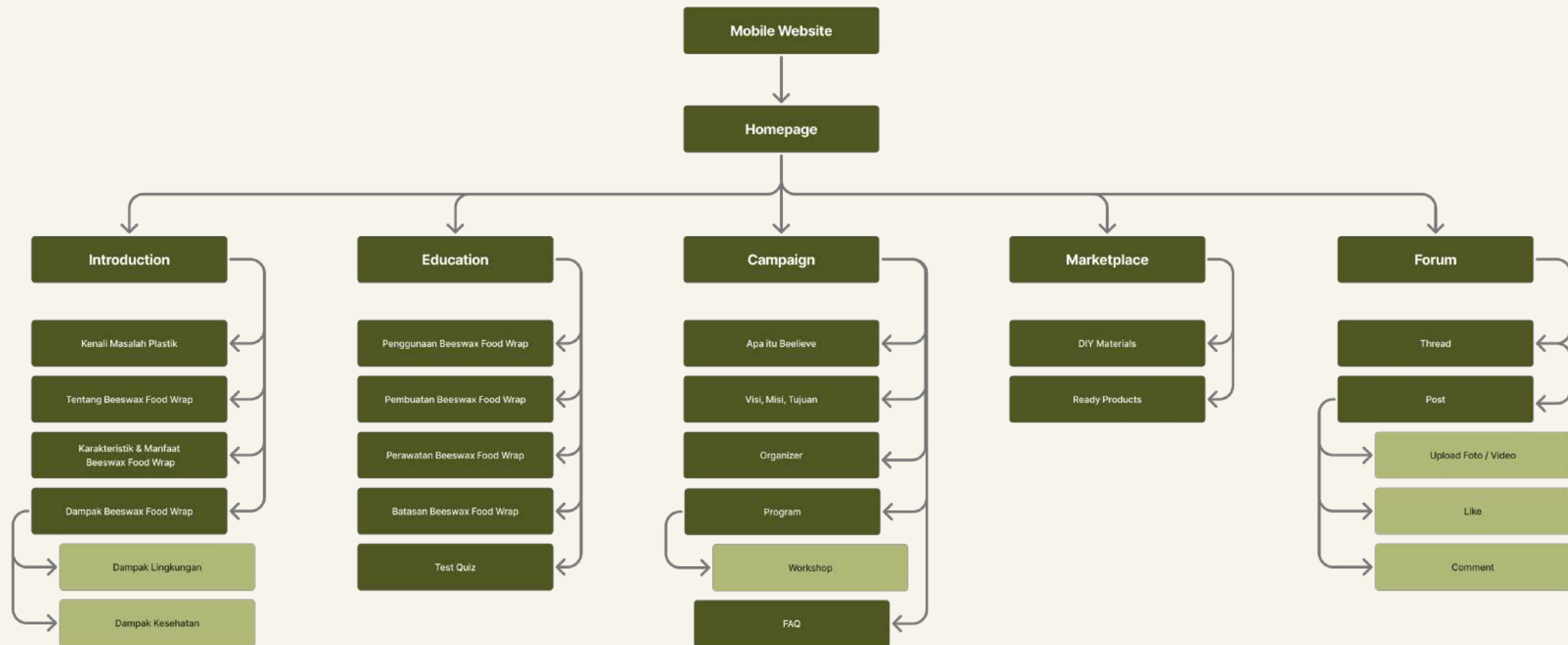
Navigasi

- Sitemap
- Flowchart

02

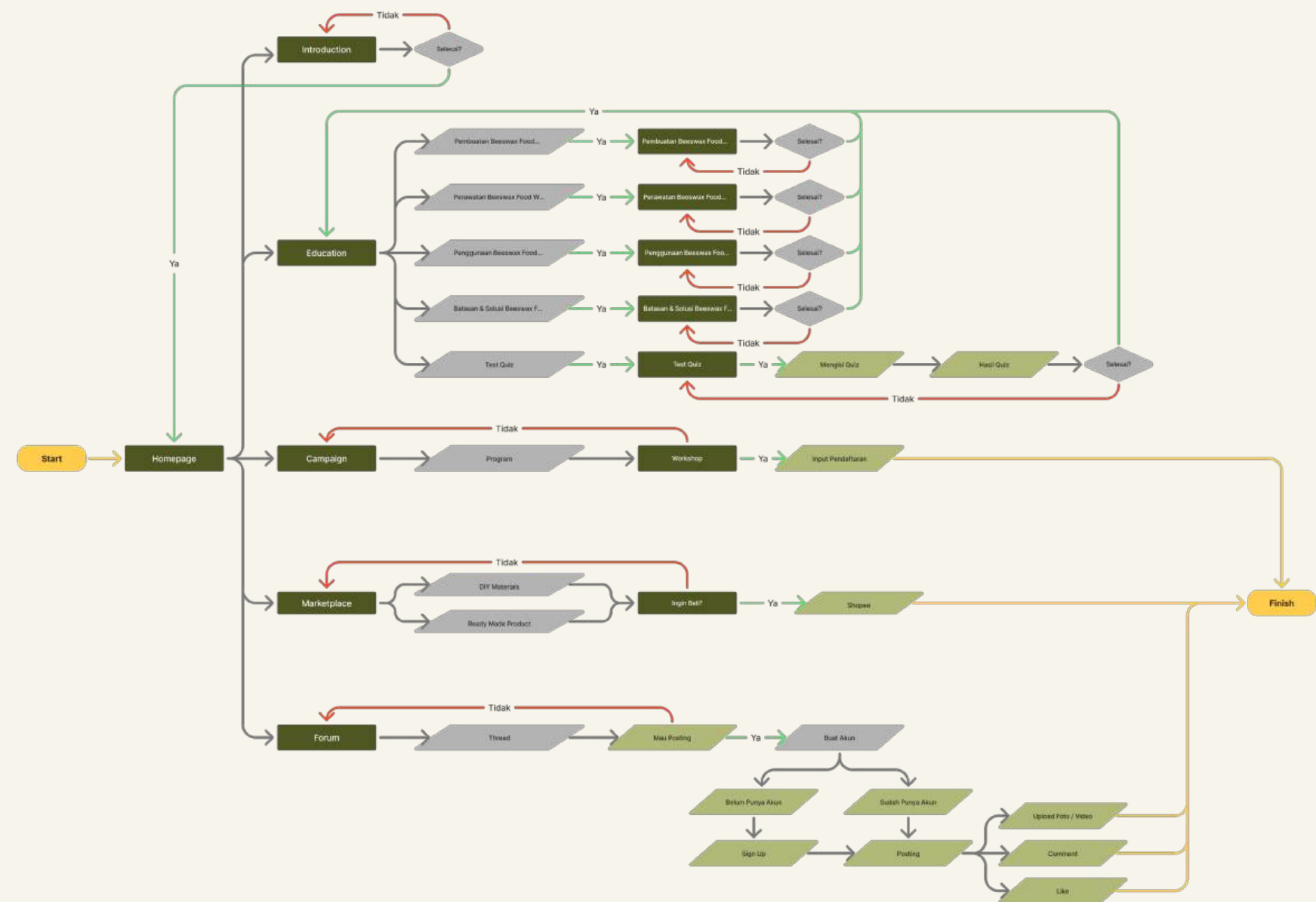
Sitemap

Beelieve dibangun dengan arsitektur yang terstruktur dan sederhana, salah satunya menggunakan sitemap sebagai alat yang dapat membuat pemetaan konten mobile website, sehingga informasi konten pada setiap halaman dapat terstruktur dengan jelas.



Flowchart

Representasi visual dari alur interaksi pengguna yang interaktif secara mendetail yang berada di dalam mobile website dibentuk melalui flowchart. Melalui flowchart, pengguna memiliki berbagai alur interaksi yang dapat dilakukan sesuai dengan kebutuhan pengguna masing-masing.



Komposisi

- Referensi Perangkat
- Sistem Layout
- Sistem Grid

03

Referensi Perangkat

Iphone 13 Mini



Perancangan mobile website Beelieve menggunakan frame Iphone 13 Mini berukuran 375 x 812 px, panjang layar akan memiliki ukuran yang berbeda disesuaikan dengan kebutuhan konten di dalamnya.

Pemilihan frame kecil ini memudahkan uji responsivitas dan membantu desain beradaptasi ke layar yang lebih besar dengan mudah.

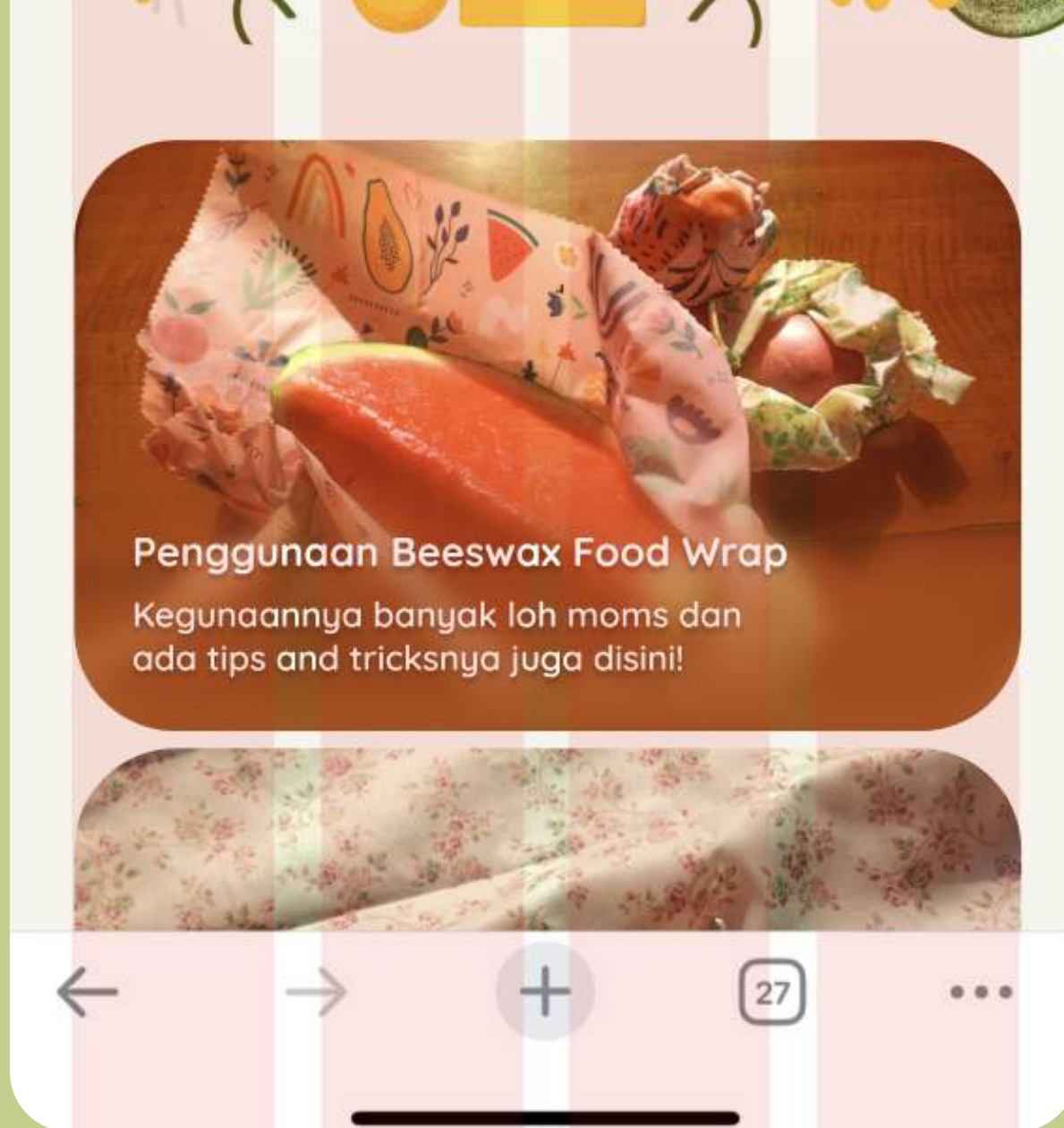
Sistem Layout



Status Bar : 105px

Margin : 24px

Home Indicator : 75px



Mobile website kampanye Beelieve menggunakan 4 column grid untuk menjaga tampilan secara teratur.

Dalam menentukan spacing pada mobile website, menggunakan 8 point fluid grid, yaitu penggunaan kelipatan 8 untuk menciptakan komponen yang memiliki kebebasan dalam mengatur suatu objek.

4 Column Grid

Column	4
Margin	24 px
Gutter	16 px

Logo

- Pengenalan Logo
- Elemen Logo
- Variasi Logo
- Proporsi Logo

04

Pengenalan Logo

Beelive Campaign Logo

Beelieve campaign logo menggunakan logomark sebagai simbol utamanya. Pembuatan logomark berfungsi untuk menyimpan makna yang mendalam untuk meningkatkan nilai emosional kampanye.

Logo kampanye Beelieve diciptakan dengan karakteristik yang sesuai dengan keywords "Earthy, Friendly, dan Stylish" dan big idea "The Warmth of Mother Nature Wrap in Your Everyday Grace".



Elemen Logo

Logomark tersebut terdiri dari beberapa bentuk visual yaitu daun, matahari, dan sayap lebah sebagai representasi lingkungan alam.

Lalu, bentuk visual tangan untuk menggambarkan dukungan dari sesama komunitas dalam keterlibatan melakukan aksi nyata yang berdampak positif bagi alam.



Leaf (Nature)



Sun (Warm)



Bee Wings (Nature)



Hand (Friendly)

Elemen Logo

Beelieve logo is a combination
mark of 2 elements

- **Logomark**

Logomark merupakan penyampaian model logo yang terdiri dari gambar, simbol, ikon, ataupun bentuk visual yang mampu menciptakan sebuah visual yang unik dan berkesan.

- **Logotype**

Logotype merupakan logo yang berfokus pada teks untuk mewakili nama identitas kampanye yaitu “Beelieve”.



Logomark

Beelieve

Logotype

Variasi Logo

Logomark

Logomark ditempatkan pada media dengan keterbasan ruang yang cukup tinggi.

Vertical Logo

Vertical logo dibuat supaya logo dapat beradaptasi di berbagai ruang dan media.

Horizontal Logo

Horizontal logo cocok ditempatkan pada header maupun footer.

Tampilan logo kampanye Beelive dalam berbagai pilihan warna.



Variasi Logo

Logo with Beelieve tagline

Penggunaan tagline pada logo untuk memperkuat promosi kampanye Beelieve yaitu dengan tagline #SwapWrapChange.



Beelieve

#SwapWrapChange



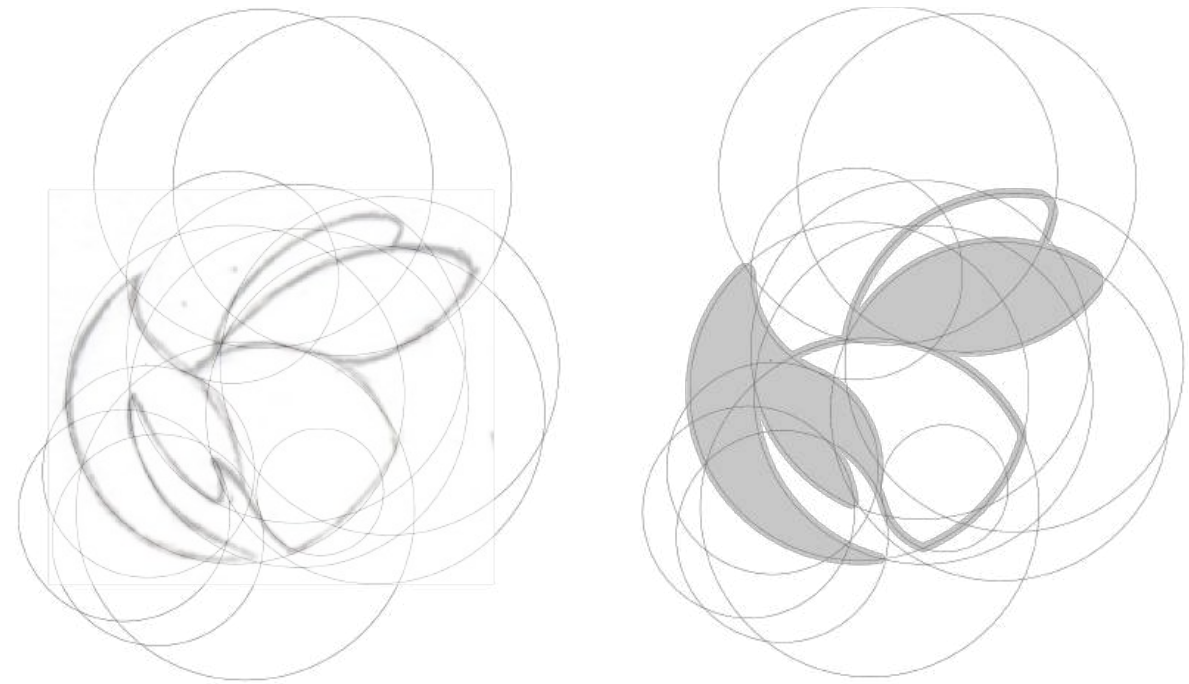
Beelieve

#SwapWrapChange

Proporsi Logo

Golden Ratio

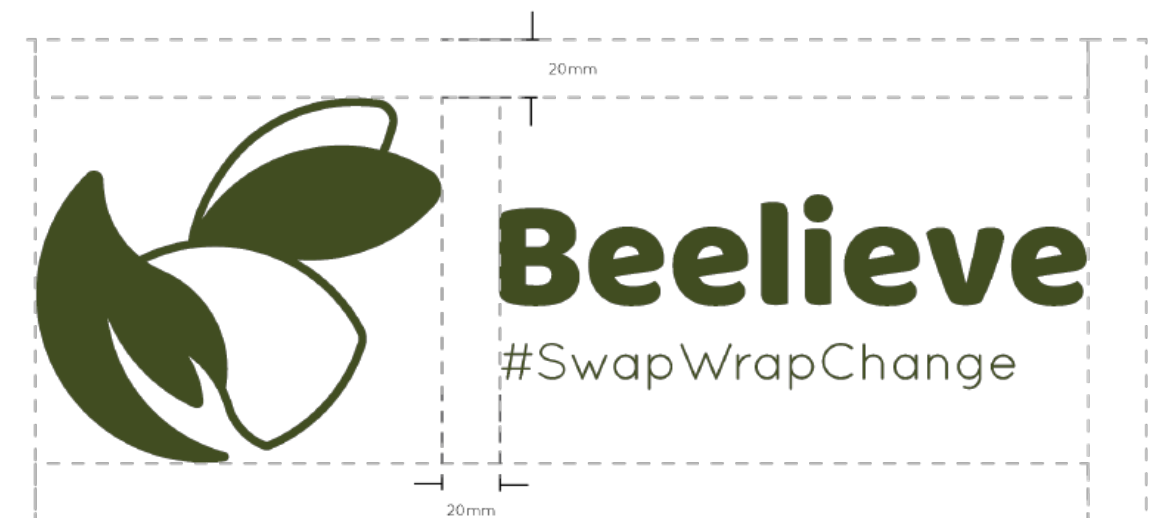
Pembuatan desain logo kampanye menggunakan bantuan golden ratio dengan proporsi 1:1.618 melalui enam kompartemen persegi panjang. supaya menjaga konsistensi dan komposisi yang seimbang.



Proporsi Logo

Grid System

Dalam menciptakan logo yang proporsional yaitu menggunakan bantuan grid system dengan ukuran gap antara logomark dengan logotype yaitu sebesar 20mm.



Warna

- Warna Primer
- Warna Sekunder
- Proporsi Warna
- Kontras Warna

05

Warna Primer

Beelieve menggunakan tiga warna utama yaitu Dark Bronze, Medium Spring Bud, dan Isabelline.

Warna tersebut menempati elemen background, footer, button, dan elemen lainnya menyesuaikan dengan konten pada setiap halaman mobile website kampanye.

**Dark
Bronze**

HEX #3F4C06

**Medium
Spring Bud**

HEX #C5CF8F

Isabelline

HEX #F8F4EC

Warna Sekunder

Beelieve menggunakan tiga warna sekunder yaitu Windsor Tan, Orange, dan Deep Lemon.

Warna tersebut menempati elemen seperti button CTA dan ilustrasi. Warna sekunder digunakan sebagai aksen untuk menonjolkan elemen penting pada mobile website kampanye Beelieve.

**Windsor
Tan**

HEX #A5500F

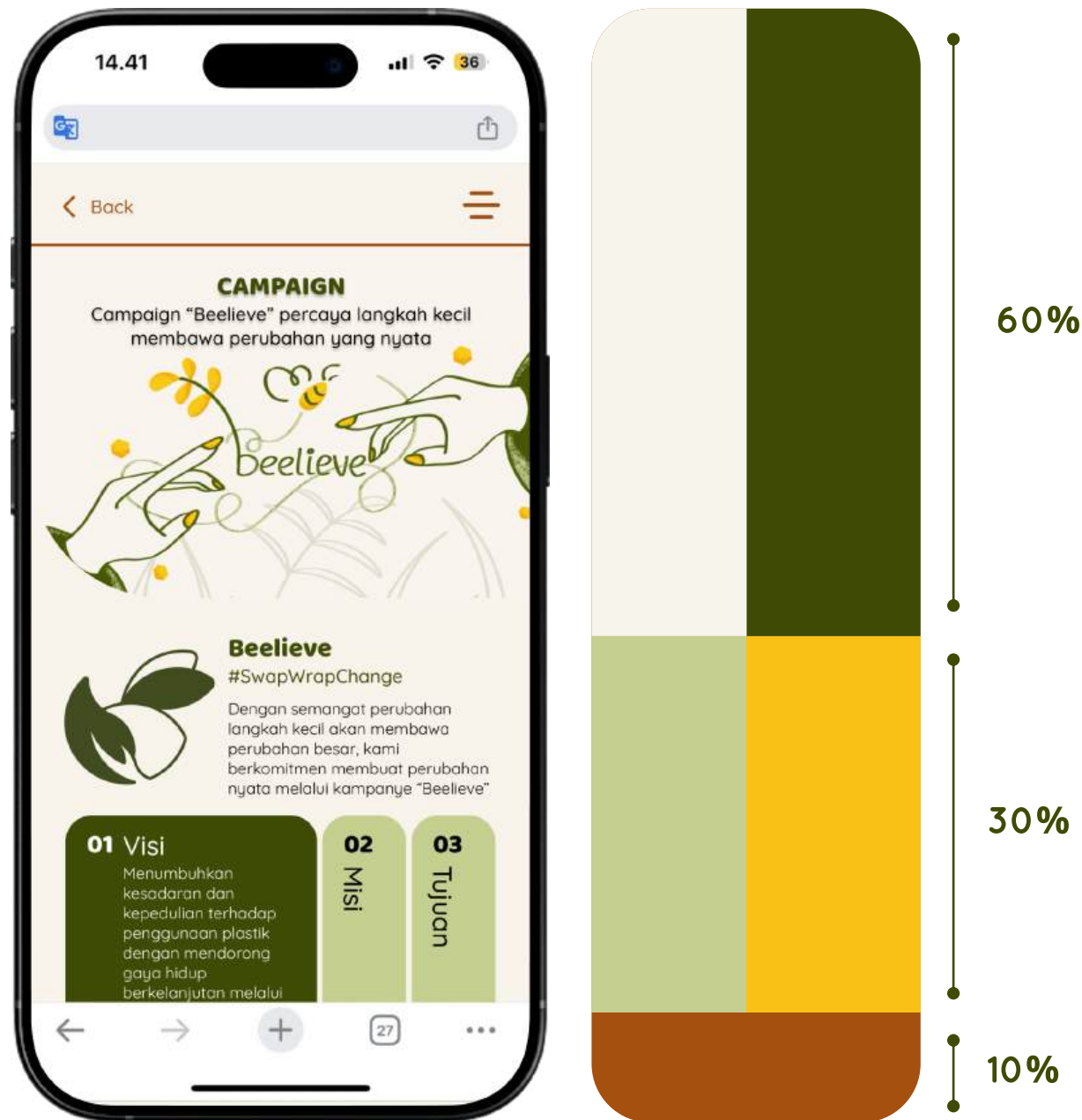
Orange

HEX #FA9500

**Deep
Lemon**

HEX #FAC217

Proporsi Warna



Halaman Mobile Website Kampanye Beelieve

Tampilan warna ini digunakan pada setiap tampilan halaman mobile website, dengan color palette yang mendukung secara optimal mengenai nuansa alam.

60% Isabelline ; Dark Bronze
Background, footer, logo

30% Medium Spring Bud ; Deep Lemon
Button, Illustration

10% Windsor Tan
Button CTA

Kontras Warna

Kontras warna merupakan hal yang penting untuk diterapkan pada mobile website kampanye, salah satunya sudah memenuhi Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) dengan perbandingan 4:5:1 pada teks kecil dan 3:1 pada teks besar, sehingga dapat memastikan aksesibilitasnya sudah sesuai.



Tipografi

- Typeface Beelieve
- Perataan Typeface

06

Typeface Beelieve

Typeface Baloo 2 memiliki karakteristik ramah dengan desainnya yang ceria dan khas, dengan ketebalan font extrabold dapat memberikan kontras yang tepat, sehingga dapat membedakan setiap penulisan konten dengan optimal.

Typeface Baloo 2 dengan font Extrabold digunakan sebagai heading dengan ukuran 32px dan digunakan sebagai judul utama.

Baloo 2

ExtraBold

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 1 2 3 4 5 6 7 8 9
0 ! @ # \$ % ^ & * () < > ? , . /

Typeface Beelieve

Typeface Quicksand dengan karakteristik rounded terminals, namun tetap terbaca dengan jelas walaupun digunakan dalam ukuran terkecil.

Typeface Quicksand dengan font Bold dan Medium digunakan sebagai subheading dengan ukuran 20px, body 1 dengan ukuran 12px, dan body 2 dengan ukuran 8px.

Quicksand

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 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ &
* () < > ? , . /

Medium

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 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & *
() < > ? , . /

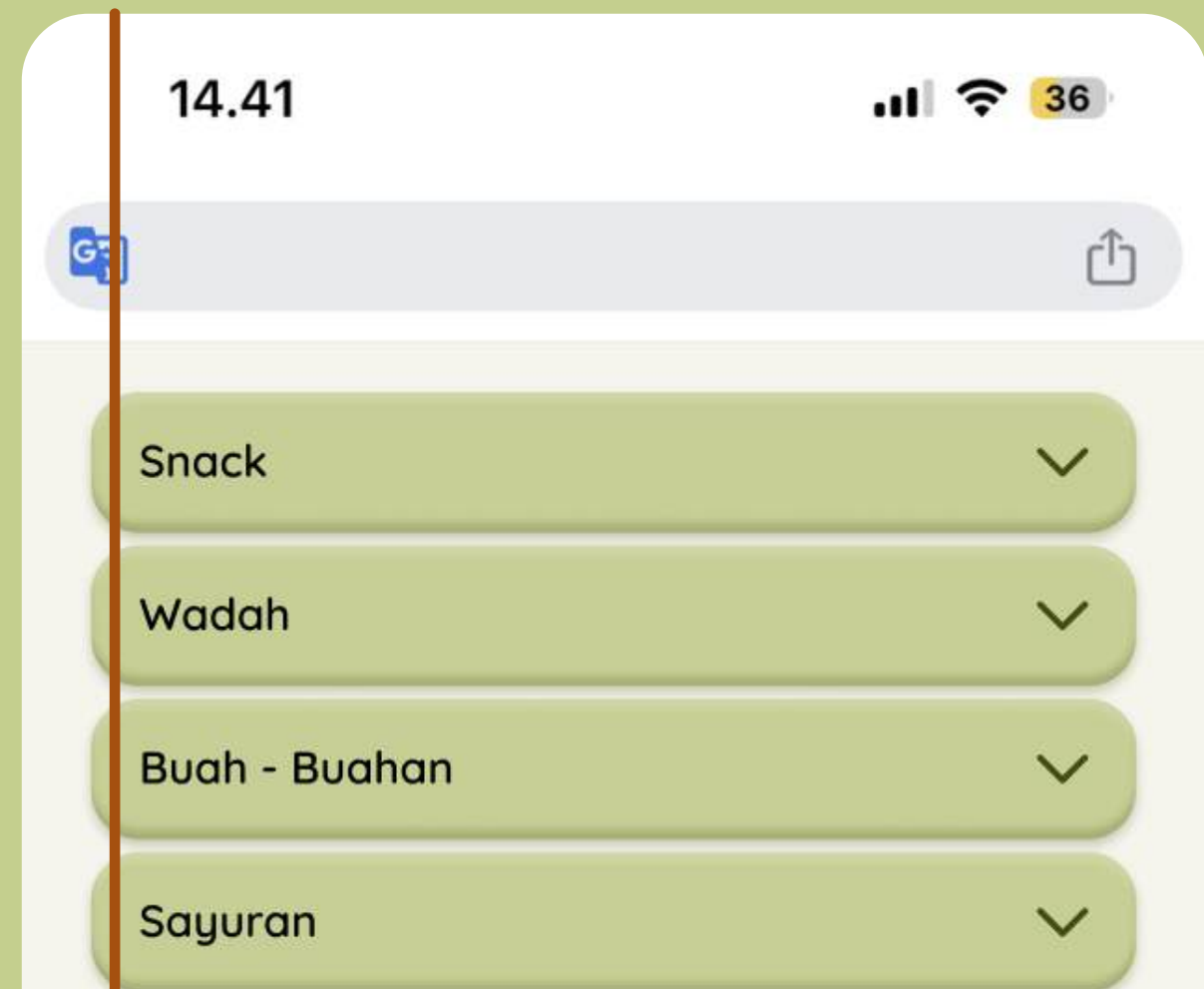


Center Alignment

Beberapa halaman mobile website kampanye Beelieve menggunakan center alignment supaya membantu pengguna fokus pada konten yang tersedia.

Left Alignment

Keseluruhan teks dan elemen konten mobile website kampanye Beelieve berada pada sisi kiri. Left alignment merupakan jenis perataan yang paling banyak digunakan.



Tips & Tricks

Berikut merupakan tutorial cara melipat beeswax food wrap menjadi kemasan yang fungsional

Ikonografi

- Gaya Ikonografi
- Sistem Grid Ikonografi
- Jenis Ikon

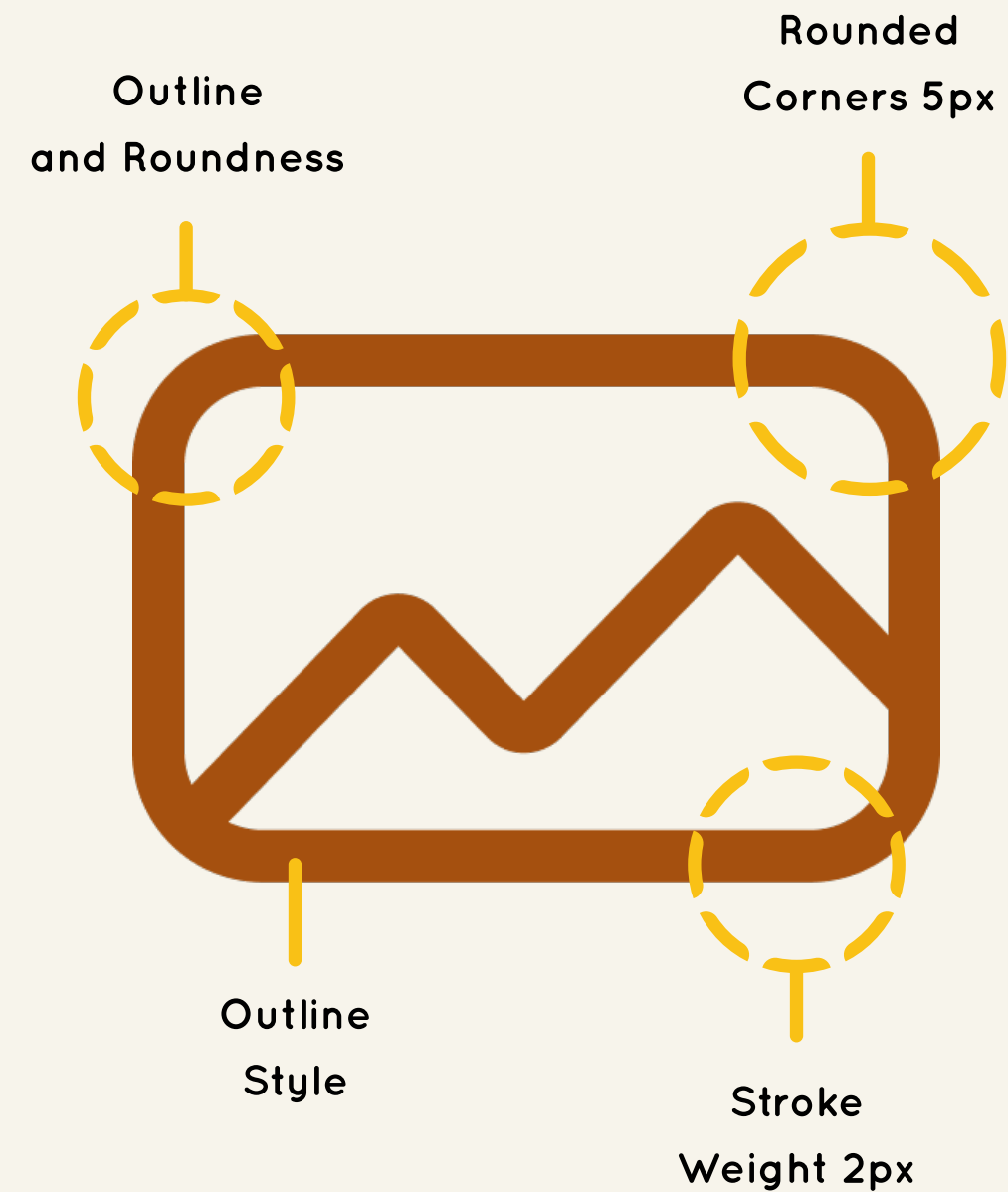
07

Gaya Ikonomografi

Rounded, Minimalism

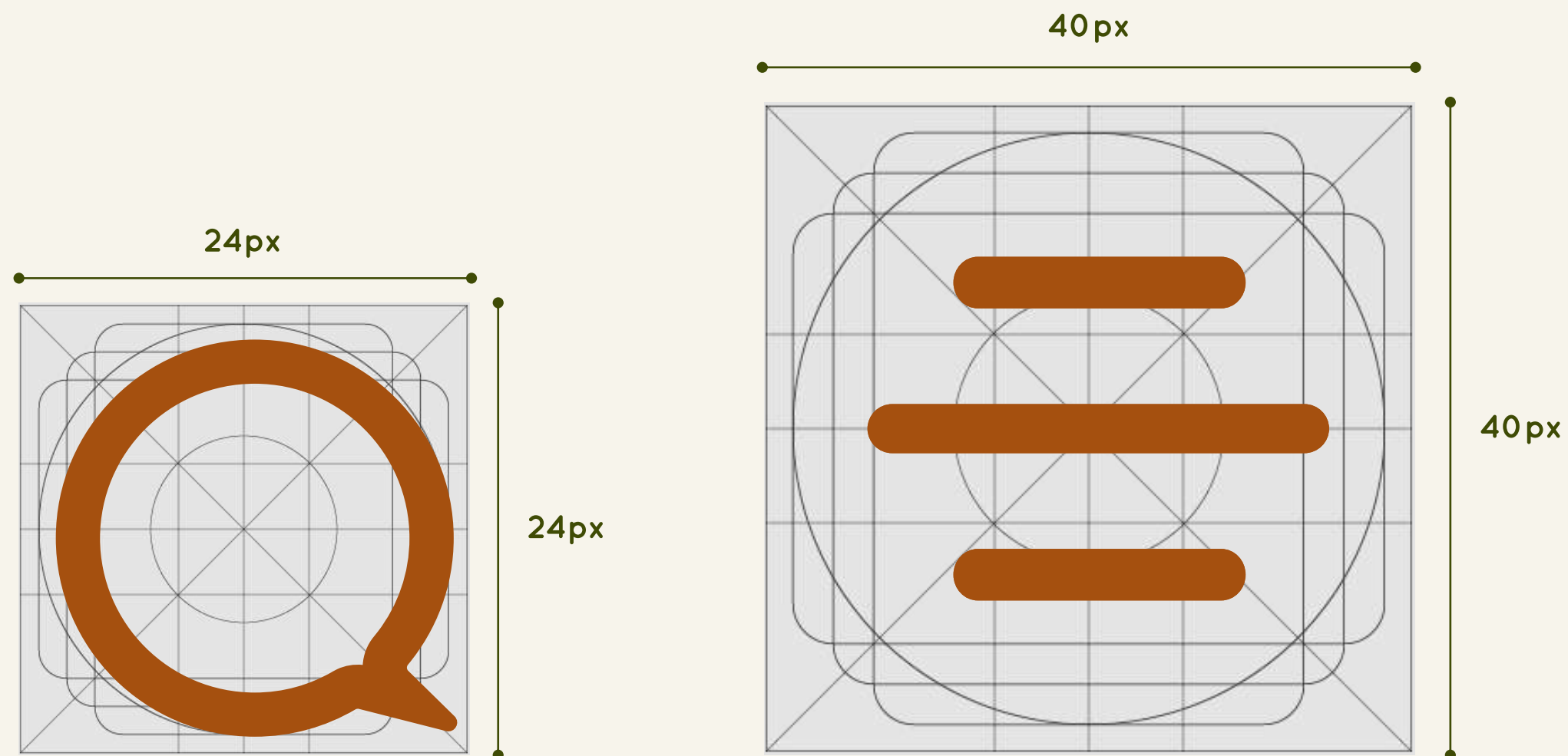
Icon Beelieve memiliki bentuk visual yang minimalis dan diterapkan secara konsistensi pada berbagai antarmuka mobile website kampanye.

Icon grid yang digunakan yaitu sebesar 24px x 24 px dan 40px x 40px menyesuaikan dengan konten pada mobile website.



Sistem Grid Ikonografi

Icon grid yang digunakan yaitu sebesar 24px x 24 px dan 40px x 40px menyesuaikan dengan konten pada mobile website, icon grid digunakan bertujuan untuk menetapkan penempatan icon secara konsisten namun tetap fleksibel.



Jenis Ikon

Outline Icon

Jenis icon yang hanya menggunakan garis luar tanpa fill warna di dalamnya, sehingga icon lebih cepat dikenali.



Fill Icon

Jenis icon yang berbentuk solid berisikan warna.



Solid Icon in Circular Button

Jenis icon dengan tombol bulat yang berisikan penuh dengan warna



Komponen

- Input Control
- Komponen Navigasi
- Buttons
- Dropdown Button
- Carousel
- Bar

08

Input Control

Input Form

218px

34px

Full Name

Email Address

Password

Komponen Navigasi

Top Navigation

DIY Materials Ready Products

DIY Materials Ready Products

TRENDING REPLIES

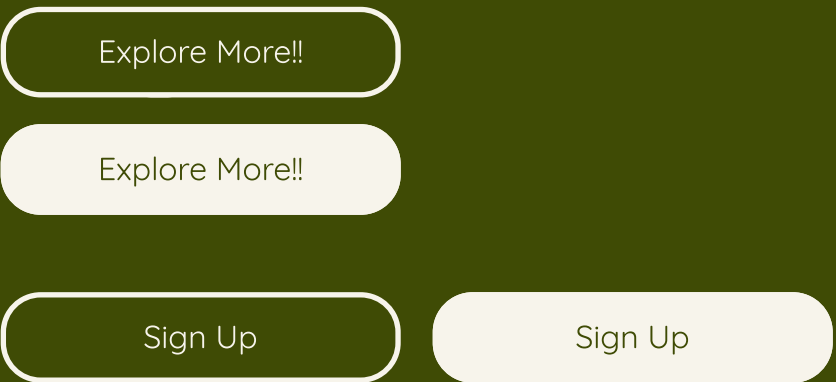
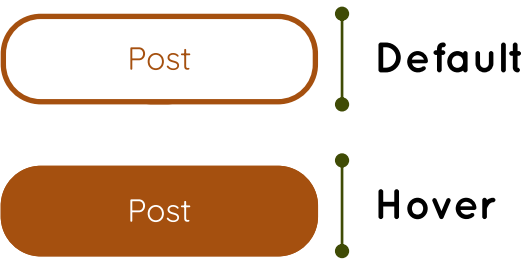
TRENDING REPLIES

Back Navigation

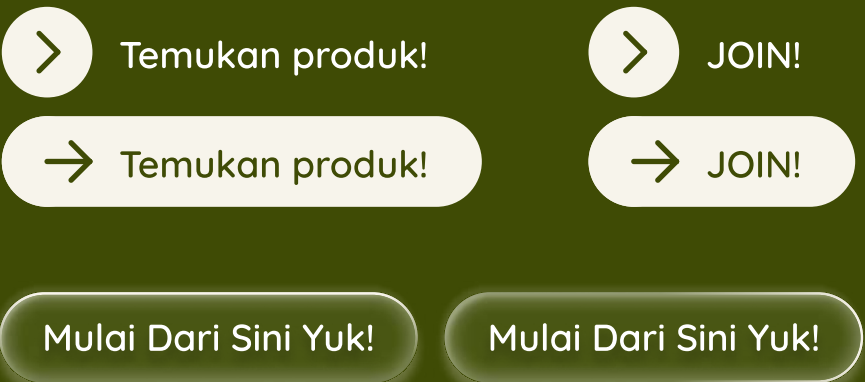
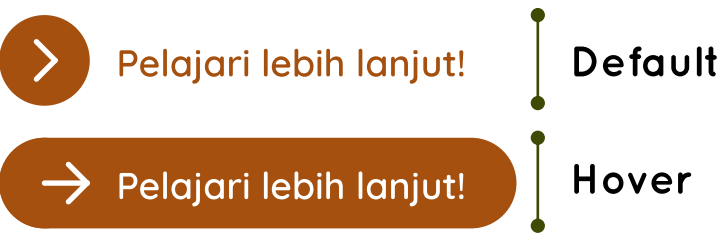


Buttons

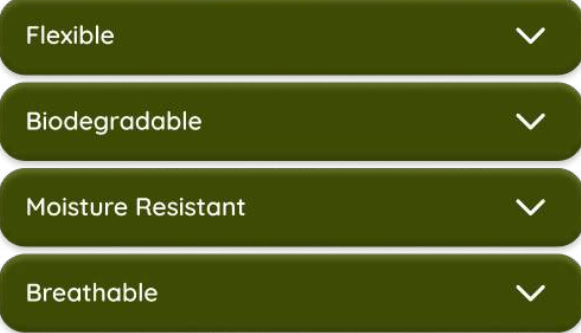
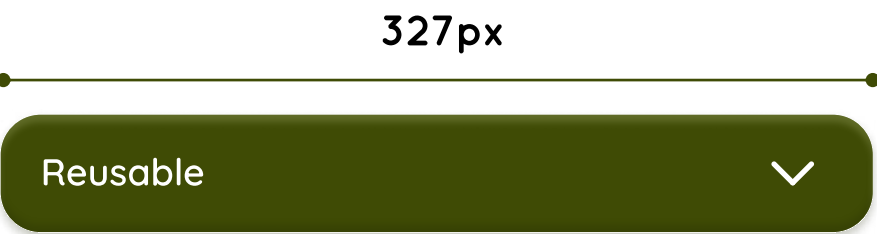
Single Colum Layout Button



Icon Button



Dropdown Button



Carousel



Beeswax food wrapnya aku pake buat bungkus bekel anak, ternyata praktis juga dan anak jadi demen makannya karna motif kemasannya lucu bund, anak aku jadi suka banget



Nina Agustina
27 Okt 2025





demibumi - Beeswax Food Wrap

★ 4.9 | 165 terjual Rp. 103.840

[Go to Shopee](#)





Snack
Makanan Kering





Kain Katun
100% Kain Katun





Penggunaan
Beeswax Food Wrap



Pembuatan
Beeswax Food Wrap



Perawatan
Beeswax Food Wrap

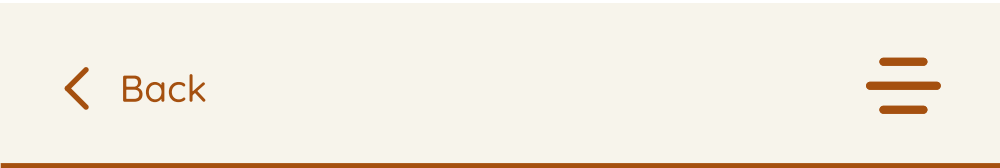


Batasan
Beeswax Food Wrap

Bar



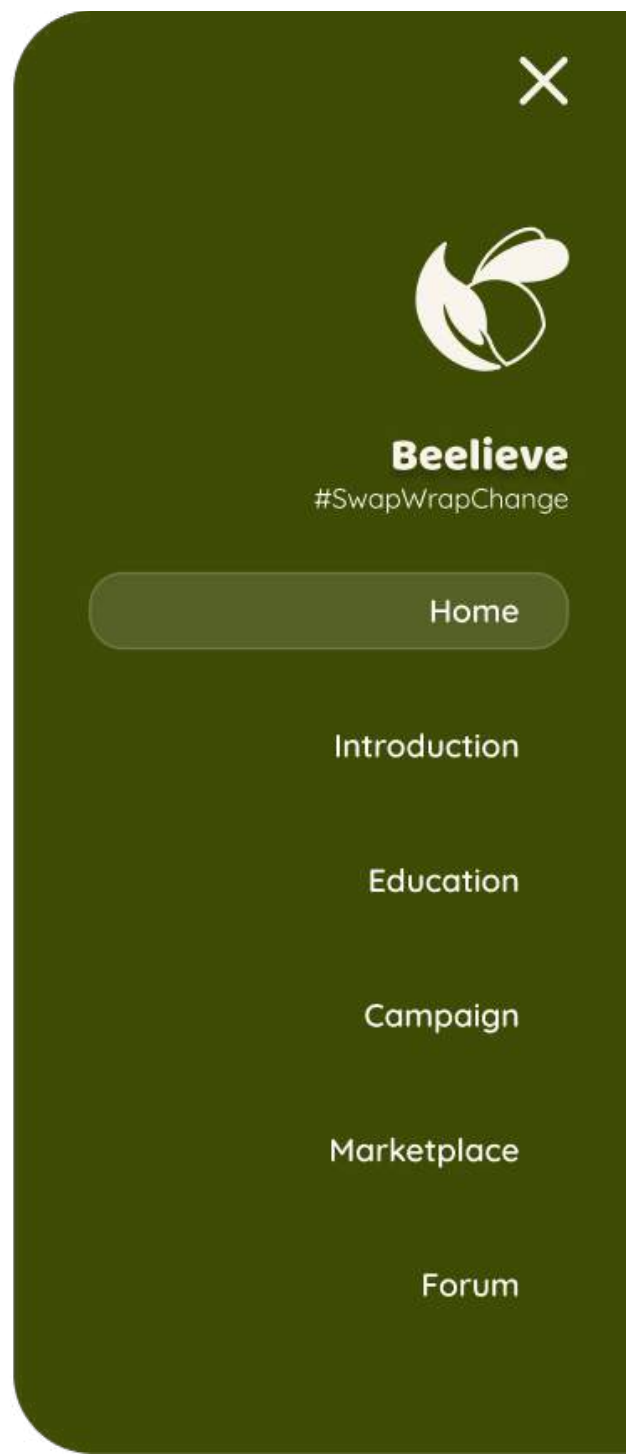
Header



Footer



Menu Bar



Fotografi

09

- Photoshoot

Photoshoot

Product Focussed

Beeswax Food Wrap menjadi objek utama pada photography. Gambar yang ditampilkan juga harus secara visual mewakili penggunaan spesifik yang ditawarkan Beeswax Food Wrap.

Hasil dari photography juga melalui proses editing secara color, light, masking, dan cropping untuk mendapatkan hasil yang maksimal.







videografi

- Video Shoot

10

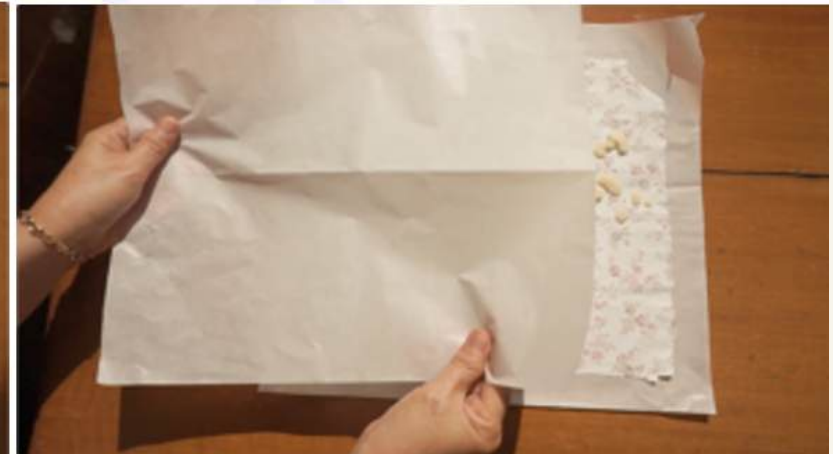
Video Shoot

Product Focussed

Beeswax Food Wrap menjadi objek utama pada video. Video yang diputar juga harus secara visual mewakili penggunaan spesifik yang ditawarkan Beeswax Food Wrap.

Hasil dari videography juga melalui proses editing secara color, light, masking, dan cropping untuk mendapatkan hasil yang maksimal.





#S

#SwapWrapChange

Illustration

- Prinsip Ilustrasi
- Ilustrasi Pengantar
- Ilustrasi Editorial
- Ilustrasi Makanan

11

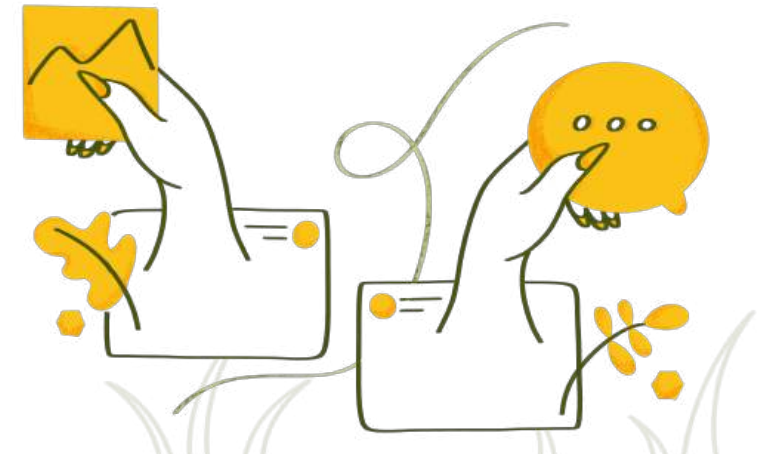
Prinsip Ilustrasi

Earthy, Friendly, Stylish

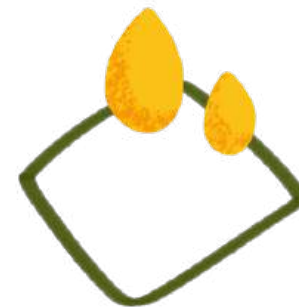
Implementasi ilustrasi pada mobile website kampanye Beelieve beracuan dengan keywords utama yaitu “Earthy, Friendly, dan Stylish”.



Ilustrasi Pengantar



Ilustrasi Editorial



Ilustrasi Makanan



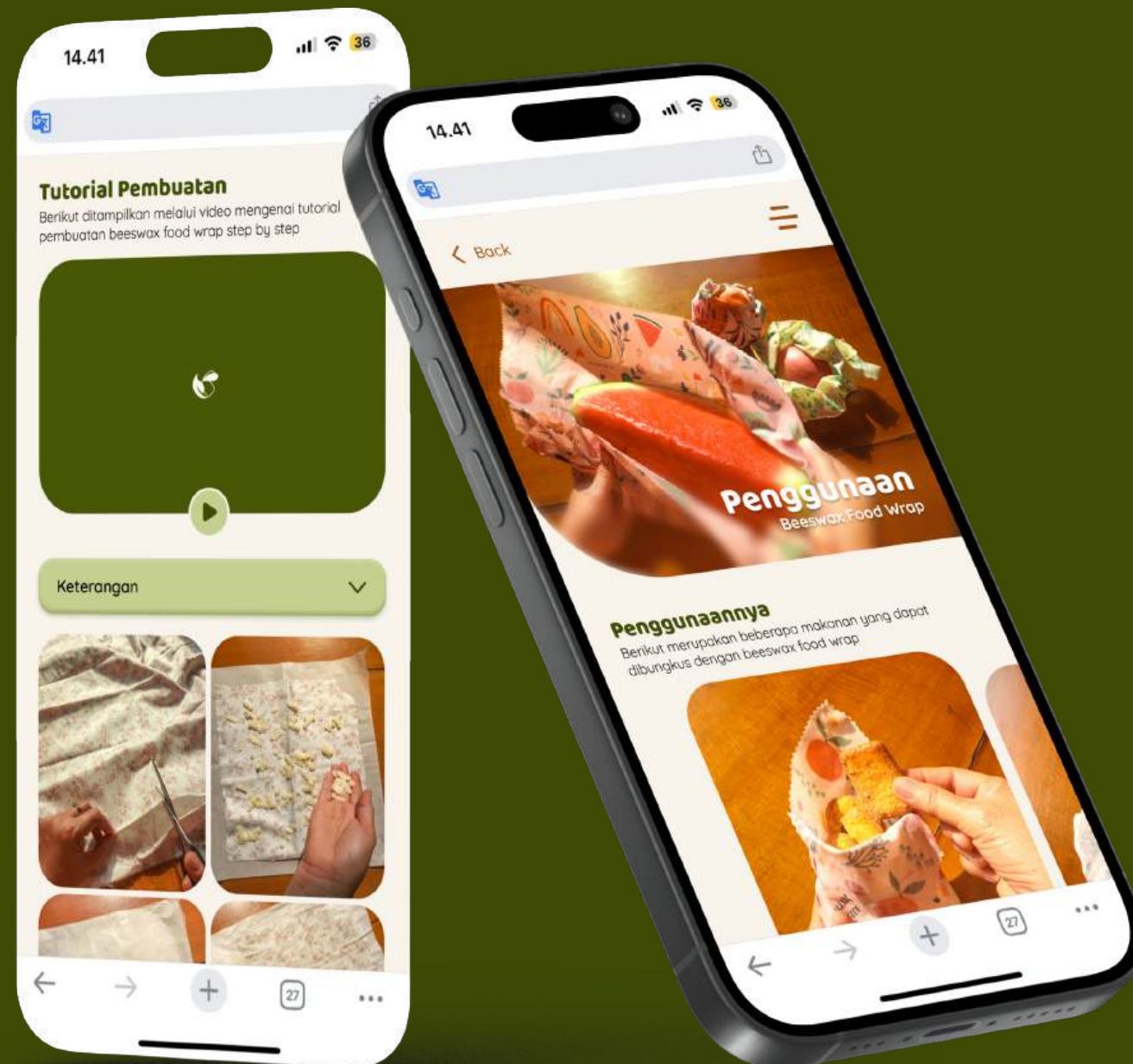
Showcase

- Mobile Web Showcase

12

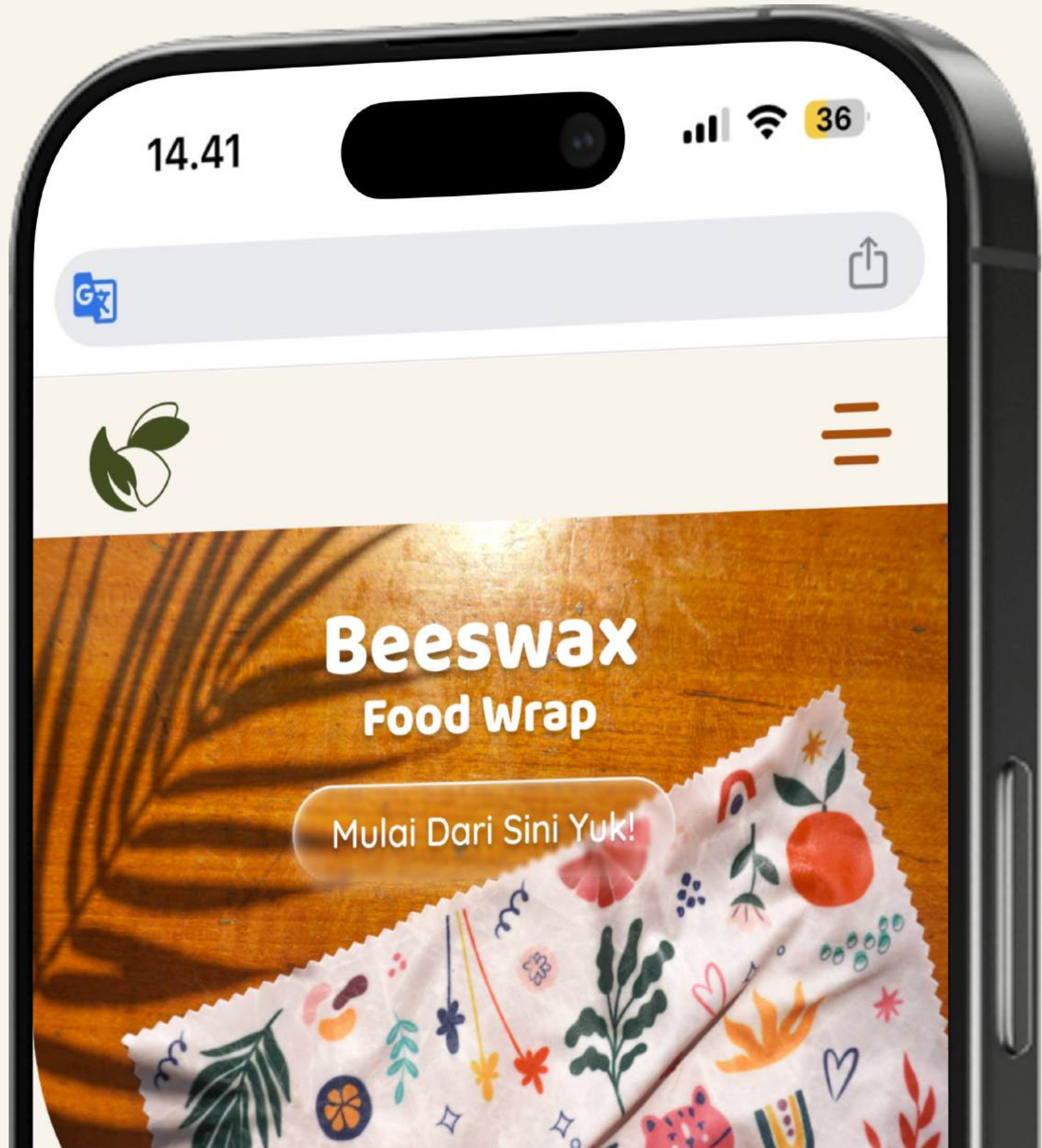
Mobile Website Campaign as

Eco Guide





Final Artwork





Beelieve

#SwapWrapChange