



KAMPOENG WISATA  
CINANGNENG

# BRAND GUIDELINES

Buku Pedoman Identitas Visual





# DAFTAR ISI

## 01 About US

Positioning	05
Brand Value	05
Brand Mantra	06
Brand Personality	07
Big Idea	08
Tone of Voice	09

## 02 Brand Identity

Filosofi Logo	11
Logo Utama	12
Skala Logo	13
Ukuran Logo	14
Variasi Logo	15
Color Palette	16

Filosofi Supergrafis	17
Variasi Supergrafis	18
Tipografi	19
Fotografi	20
Icon	21
Perlakuan Logo	22

## 03 Media Application

Stationery	25
Uniform	28
Packaging	31
Advertising	32
Tiket & Postcard	35
Merchandise	37
Signage	39



# 01 About us

Positioning  
Brand Mantra  
Brand Personality  
Brand Value  
Tone of Voice  
Big Idea



## **BRAND POSITIONING**

Penempatan citra dan nilai unik brand yang berbeda dari kompetitor untuk mudah diingat audiens.

### **Point of Parity**

Mempunyai program kegiatan yang terstruktur dengan harga terjangkau serta menyediakan tempat penginapan.

### **Point of Difference**

Pionir desa wisata edukasi budaya yang berfokus mengajarkan pengalaman gaya kehidupan perdesaan.

## **BRAND VALUE**

Karakteristik yang dihubungkan pada sebuah brand sehingga membentuk cara brand berinteraksi dengan audiens.

### **Wisata Sembari Eksploratif Menambah Wawasan**

Memanfaatkan perkampungan masyarakat lokal sebagai tempat wisata edukasi budaya yang dikemas dengan program kegiatan interaktif yang ramah untuk para pemula serta memberdayakan masyarakat setempat sebagai pemandu wisata.

## **BRAND MANTRA**

Pernyataan yang merangkum tujuan esensial dari sebuah brand untuk para target audiensnya.

### **Brand Function**

## **Education**

Wadah pembelajaran untuk generasi muda.

### **Descriptive Modifier**

## **Tradition**

Melestarikan dan menghidupkan kembali kebudayaan setempat.

### **Emotional Modifier**

## **Memorable**

Memberikan pengalaman yang mengesankan bagi kalangan muda.



## **BRAND PERSONALITY**

Karakteristik yang dihubungkan pada sebuah brand sehingga membentuk cara brand berinteraksi dengan audiens.

### **Otentik**

Mempertahankan kehidupan perdesaan dan bekerjasama dengan masyarakat setempat.

### **Edukatif**

Membantu anak muda untuk menambah pengalaman mengenai kehidupan perdesaan serta kebudayaan Sunda.

### **Hangat**

Menyambut para pengunjung layaknya seorang keluarga atau teman sehingga mereka merasa nyaman.

## **BIG IDEA**

Kalimat kreatif yang membantu untuk menyatukan konsep dan identitas brand.

# **Tumbuh dari alam, hidup dalam budaya**

mencerminkan identitas Kampoeng Wisata Cinangneng sebagai tempat yang berakar pada kesederhanaan dan memanfaatkan lingkungan perdesaan untuk seluruh pengalaman wisata mulai dari aktivitas edukatif, kegiatan agraris, hingga kesenian budaya Sunda yang mengalir serta berkembang melalui keterlibatan dari para pengunjung.



## **TONE OF VOICE**

cara brand berkomunikasi yang mencerminkan kepribadian mereka untuk menyampaikan pesan kepada audiens.

### **Humble**

Penggunaan intonasi bahasa yang rendah hati agar memberi kesan yang ramah kepada pengunjung.

### **Welcoming**

Memberikan suasana yang hangat dalam menyambut para pengunjung saat berwisata ke destinasi.



## 02 Brand Identity

Logo

Color Palette

Supergrafis

Tipografi

Fotografi

Icon

Perlakuan Logo



## FILOSOFI LOGO

Penjelasan di balik pembuatan desain logo combination mark yang digunakan untuk brand.

### Logo Positif dan Diapositif



### Aksara sunda

Goresan pada logo terinspirasi dari bentuk penulisan aksara Sunda yang cenderung lancip dan bergelombang.

### Topi Caping Petani

Simbol untuk gaya hidup agraris desa Cihideung Udik dan lambang pemandu wisata bagi pengunjung.

### Daun

Menjadi bentuk organik yang merepresentasi lingkungan Kota Bogor yang asri dan segar.

### Bingkai

Bentuk geometris sudut beradius memberi makna bahwa tempat wisata ini fokus dalam memberi kenangan yang menyenangkan.

## LOGO UTAMA

Logo utama berupa combination mark yang terdiri dari pictorial mark dan wordmark.

### Logo Utama



(horizontal)

### Varian Logo



(vertikal)

### Wordmark

# Ciabatta

Light

Regular

Medium

Semibold

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

PQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

pqrstuvwxyz

1234567890

## SKALA LOGO

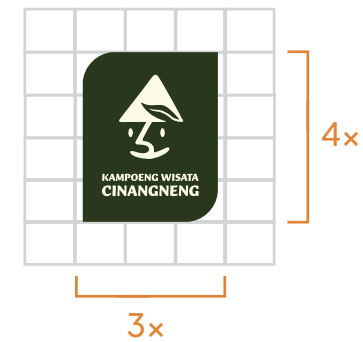
Jarak yang aman untuk pengaplikasian logo horizontal dan vertikal pada media yang akan digunakan.

### Horizontal



Perbandingan logo horizontal yakni 4x : 11x (sudut radius 0.5 cm)

### Vertikal



Perbandingan logo vertikal yakni 4x : 3x (sudut radius 0.5 cm)

## UKURAN LOGO

Ketentuan ukuran logo ketika digunakan pada media. Ukuran logo tidak boleh lebih kecil dari ukuran minimum logo yang telah ditentukan.

### Media Percetakkan



**KAMPOENG WISATA  
CINANGNENG**

#### Horizontal

Logo minimum yaitu  
2.5 x 0.8 cm



#### Vertikal

Logo minimum yaitu  
2.5 x 1.5 cm

### Media Digital



**KAMPOENG WISATA  
CINANGNENG**

#### Horizontal

Logo minimum yaitu  
94.5 x 30.2 px



#### Vertikal

Logo minimum yaitu  
94.5 x 56.6 px

## VARIASI LOGO

Varian pewarnaan lain yang dimiliki logo sehingga adanya berbagai versi logo yang dapat digunakan dalam implementasi media.

### Logo Horizontal



### Logo Vertikal





# COLOR PALETTE

Pewarnaan yang digunakan sebagai identitas visual. Warna utama banyak dipakai pada logo, dan media sekunder untuk keperluan staff. Warna sekunder sebagai pewarnaan media untuk pengunjung.

## Warna Utama

#29371C  
**Hejo Lumut**

**RGB**  
R41 G55 B28

**CMYK**  
C72% M52% Y89% K63%

#7D8A4D  
**Hejo Muda**

**RGB**  
R41 G55 B28

**CMYK**  
C72% M52% Y89% K63%

## Warna Penunjang

#4C2D1B  
**Kopi Tutung**

**RGB**  
R76 G45 B27

**CMYK**  
C46% M71% Y82% K61%

#DE8236  
**Koneng Gedang**

**RGB**  
R222 G130 B54

**CMYK**  
C10% M57% Y91% K1%

#FDFCE4  
**Bodas Nyacas**

**RGB**  
R253 G252 B228

**CMYK**  
C1% M0% Y11% K0%

## **FILOSOFI SUPERGRAFIS**

Makna dari terbentuknya supergrafis yang dipakai. Supergrafis mengikuti elemen yang terdapat dalam logo yang kemudian diolah menjadi sebuah perpaduan motif.

### **Elemen Daun**



merepresentasikan tempat wisata yang memanfaatkan keindahan alam sebagai media untuk menambah wawasan.

### **Elemen Topi Caping**



melambangkan keaktifan dan partisipasi dengan bentuk segitiga dari caping.

### **Elemen Budaya**



penggabungan bingkai dan elemen mata dari logo menjadi motif menyerupai batik flora khas Bogor yang di simplifikasi.

# VARIASI SUPERGRAFIS

Ketentuan tampilan dan pewarnaan supergrafis yang dianjurkan. Adapun rekomendasi penggunaan dari supergrafis dalam pengaplikasiannya.

## Background Polos



Opacity 100%, 50%, dan 20%  
(Hejo lumut - hejo muda)



Opacity 100%, 50%, dan 20%  
(Kombinasi seluruh warna)

## Background Berwarna



Transparansi 50% atau 20%  
(Background tua - supergrafis muda)



Transparansi 50% atau 20%  
(Background muda - supergrafis tua)

## Rekomendasi Penggunaan



Dapat digunakan secara menyeluruh, sebagai footer, digunakan pada sudut, dan menjadi motif frame. Supergrafis disusun secara vertikal maupun horizontal, dan tidak dianjurkan untuk diputar. (berlaku untuk seluruh varian supergrafis)

# TIPOGRAFI

Jenis typeface yang digunakan dalam implementasi media.

## Poetsen One

(Headline)

Regular

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno  
pqrstuvwxyz  
1234567890**

## Plus Jakarta Sans

(Sub-headline dan bodytext)

Light  
Regular  
Medium  
Semibold  
Bold  
Extrabold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno  
pqrstuvwxyz  
1234567890**

# PENGATURAN FOTOGRAFI

Foto dokumentasi dari pihak Kampoeng Wisata Cinangneng yang diolah dengan penambahan efek di Adobe Photoshop.

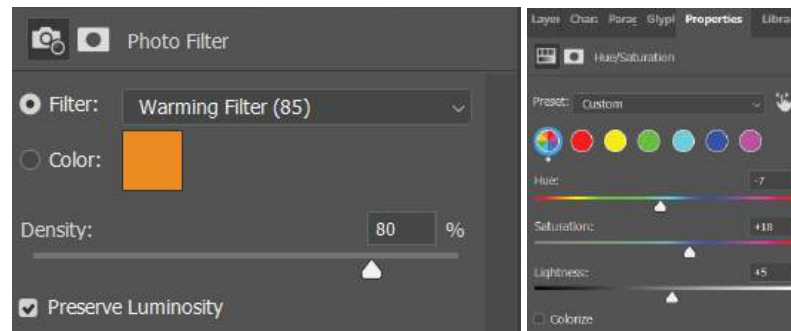
Sebelum



Sesudah



## Ketentuan Pengeditan



Dengan menambah photo filter berwarna koneng gedang untuk memberi kesan hangat dan otentik. Adapun pengaturan hue & saturation agar dapat menonjolkan efek hangat dari warna yang digunakan.

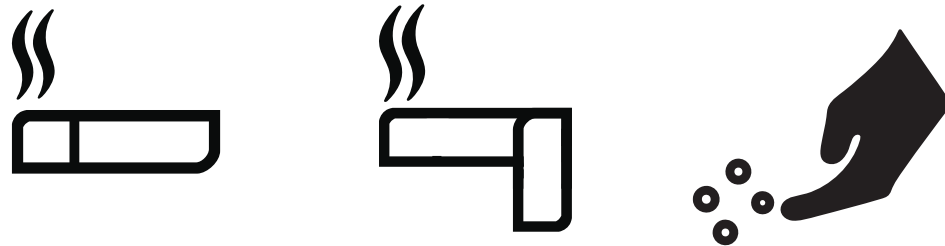
# ICON

Icon untuk keperluan signage di lokasi Kampoeng Wisata Cinangneng. Icon tersebut digunakan pada directional signage dan prohibition signage.

## Icon Signage



## Prohibition Signage



## PERLAKUAN LOGO

Beberapa peraturan yang tidak diperbolehkan untuk digunakan pada penggunaan logo.



Jangan mengubah warna logo dengan warna yang diluar aturan yang berlaku.



Jangan gunakan stroke pada bagian luar logo.



Jangan mendistorsi atau mengubah bentuk logo diluar ketentuan.



Jangan memutar balik logo.



Jangan memotong logo.



Jangan menghilangkan elemen yang ada pada logo.



## PERLAKUAN LOGO

Beberapa peraturan yang tidak diperbolehkan untuk digunakan pada penggunaan logo.



Jangan menggunakan logo tanpa wordmark.



Jangan mengubah transparansi pada logo.



Jangan memberi efek apapun kepada logo.



Jangan menambahkan elemen lain pada logo.



# 03 Brand Identity

Stationery  
Uniform  
Packaging  
Advertising  
Tiket & Postcard  
Merchandise  
Signage



# STATIONERY

Mencakup perlengkapan keperluan tempat wisata secara formal.

## Surat Resmi





Jl. Babakan Kemang,  
RT.1/RW.2, Cihideung Udik,  
Bogor, Jawa Barat, 16620

Kepada Yth  
Bapak/Ibu Pimpinan  
SD-SMP Bintang Abadi

12 November 2025

Dengan hormat,  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt.

Bogor, 12 November 2025

(Nunung Haryati)

---

hbkampoengwisata@gmail.com (0251) 8621895

### Ukuran

21 x 29,7 cm (A4)

### Material

Kertas HVS 100 gsm

### Logo

4.5 x 1.5 cm

### Font

Plus Jakarta Sans 12 pt

# STATIONERY

Mencakup perlengkapan keperluan tempat wisata secara formal.

## Amplop



### Ukuran

22 x 11 cm

### Material

Kertas HVS 100 gsm

### Logo

4.5 x 1.5cm

### Font

Plus Jakarta Sans 9 pt

## STATIONERY

Mencakup perlengkapan keperluan tempat wisata secara formal.

### Kartu Nama



#### Ukuran

5 x 8,8 cm

#### Material

Art Carton 230 gsm

#### Logo

2,5 x 0,5 cm

#### Finishing

Laminating Doff

#### Headline

Poetsen One 14 pt

#### Subheadline

Plus Jakarta Sans 8 pt

#### Bodytext

Plus Jakarta Sans 5 pt

## UNIFORM

Atribut yang digunakan oleh karyawan untuk menunjukkan identitas tempat wisata.

### Seragam Karyawan



**Ukuran**  
50 x 70 cm (M)

**Material**  
Jersey Dryfit

**Logo**  
2,5 x 0,5 cm

# UNIFORM

Atribut yang digunakan oleh karyawan untuk menunjukkan identitas tempat wisata.

## Nametag



**Ukuran**  
5 x 8,8 cm

**Material**  
PVC

**Logo**  
2,5 x 0,5 cm

**Headline**  
Poetsen One 14 pt

**Subheadline**  
Plus Jakarta Sans 8 pt



## UNIFORM

Atribut yang digunakan oleh karyawan untuk menunjukkan identitas tempat wisata.

### Lanyard



**Ukuran**  
45 cm

**Material**  
Tissue Polyester

## PACKAGING

Bungkus yang digunakan untuk melindungi dan menyimpan produk pembelian.

### Tas Belanja



#### Ukuran

25 x 30 x 10 cm

#### Material

Art Carton 260 gsm

#### Logo

2,5 x 0,5 cm

#### Finishing

Laminating Doff

#### Headline

Poetsen One 14 pt

#### Subheadline

Plus Jakarta Sans 8 pt

#### Bodytext

Plus Jakarta Sans 5 pt

# ADVERTISING

Menarik minat pengunjung dengan mempromosikan tempat wisata menggunakan platform digital.

## Instagram Post



Jumlah  
3 Post

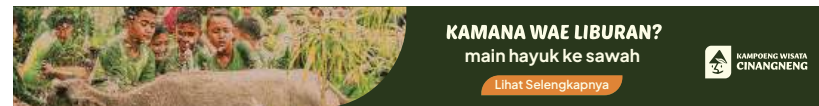
Ukuran  
1080 x 1350 px

Logo  
Vertikal (94.5 x 56.6 px)

# ADVERTISING

Menarik minat pengunjung dengan mempromosikan tempat wisata menggunakan platform digital.

## Google Display Networks



Logo

94.5 x 30.2 px

Ukuran

783 x 96 px

Headline

Poetsen One 25 pt

Subheadline

Plus Jakarta Sans 16 pt

Bodytext

Plus Jakarta Sans 11 pt



# ADVERTISING

Menarik minat pengunjung dengan mempromosikan tempat wisata menggunakan platform digital.

## Website



Ukuran  
1080 x 4160px



## TIKET & POSTCARD

Media fisik yang didapatkan oleh para pengunjung setelah pembelian program kegiatan di tempat wisata.

### Tiket Masuk



**Ukuran**  
14 x 5 cm

**Logo**  
2.5 x 0.8 cm

**Material**  
Art Carton 260 gsm

## TIKET & POSTCARD

Media fisik yang didapatkan oleh para pengunjung setelah pembelian program kegiatan di tempat wisata.

### Postcard



**Ukuran**  
14,8 x 10,5 cm

**Logo**  
2.5 x 0.8 cm

**Material**  
Art Carton 260 gsm



## MERCHANDISE

Barang-barang yang dapat dibeli pengunjung sebagai souvenir.

### Tote Bag



**Logo**

5 x 8 cm

**Ukuran**

40 x 30 cm

**Material**

Kanvas

## MERCHANDISE

Barang-barang yang dapat dibeli pengunjung sebagai souvenir.

### Bucket Hat



#### Logo

2,5 x 0,8 cm

#### Material

Kanvas

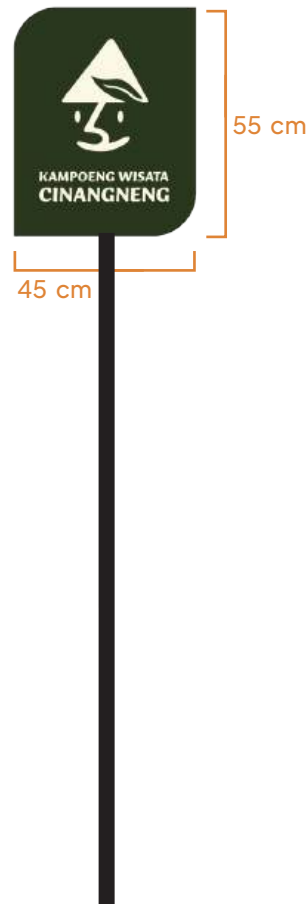
#### Headline

20 pt

## SIGNAGE

Penanda visual yang memperkuat identitas tempat wisata dengan membantu pengunjung mengenali, dan menavigasi lokasi.

### Location Sign



**Material**  
Akrilik

**Ukuran Logo**  
45 x 55 cm



# SIGNAGE

Penanda visual yang memperkuat identitas tempat wisata dengan membantu pengunjung mengenali, dan menavigas lokasi.

## Informational

80 cm



## Material

PVC stiker vinyl

## Ukuran

80 x 190 cm

190 cm

160 cm



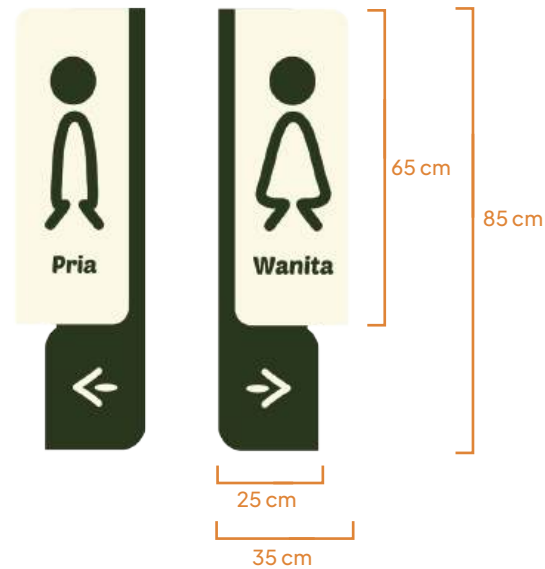
## SIGNAGE

Penanda visual yang memperkuat identitas tempat wisata dengan membantu pengunjung mengenali, dan menavigas lokasi.

### Toilet Sign

**Material**  
PVC stiker vinyl

**Ukuran**  
35 x 85 cm



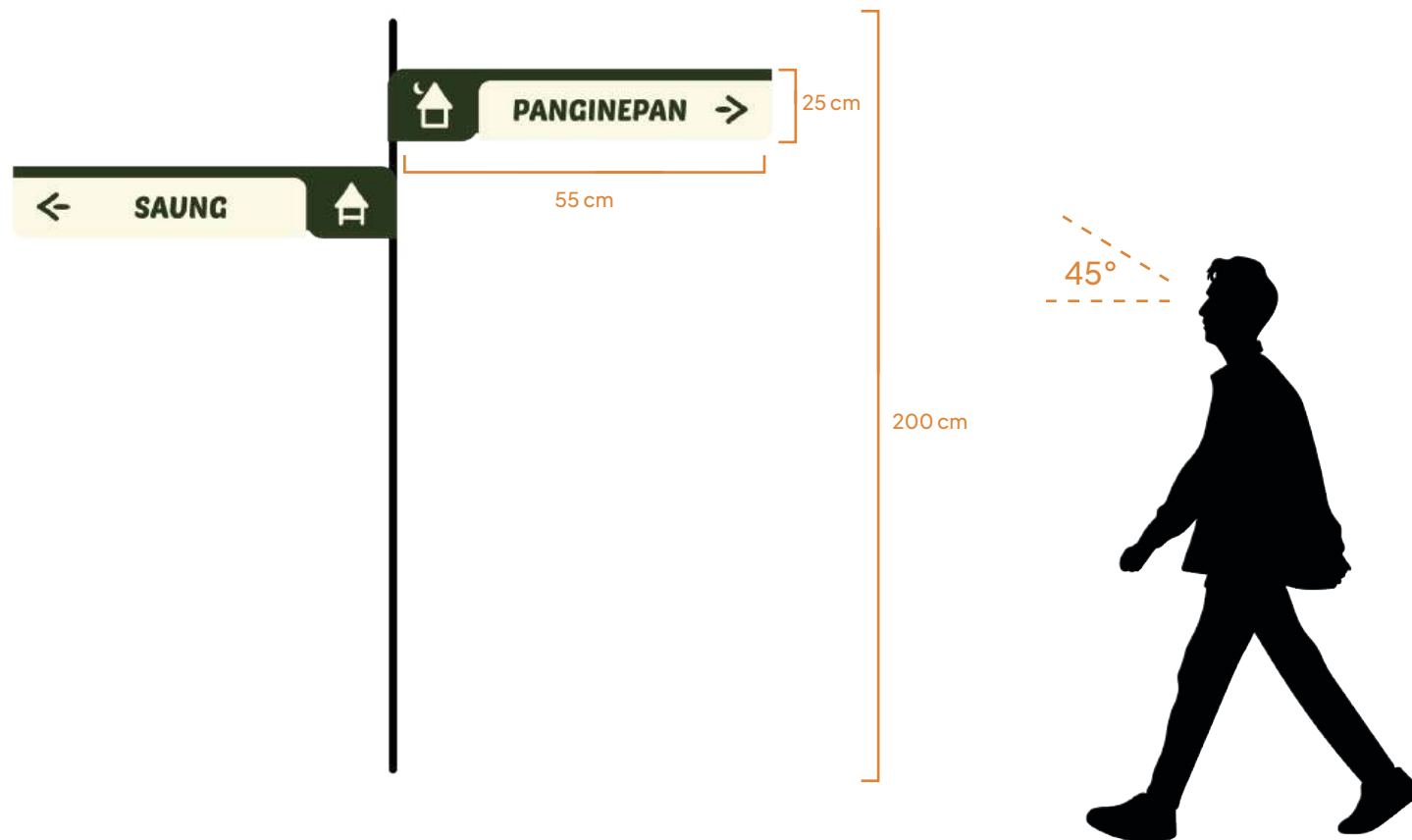
# SIGNAGE

Penanda visual yang memperkuat identitas tempat wisata dengan membantu pengunjung mengenali, dan menavigasi lokasi.

## Directional Sign

**Material**  
PVC stiker vinyl

**Ukuran**  
25 x 55 cm



## SIGNAGE

Penanda visual yang memperkuat identitas tempat wisata dengan membantu pengunjung mengenali, dan menavigas lokasi.

### Prohibition Sign

Material  
Akrilik

Ukuran  
35 x 50 cm









Copyright © by Andriana Cipta Wijaya

