

# Brand Guideline

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

VERSION 1.0.0

01

---

# About

Pengenalan singkat tentang latar belakang  
merek Universitas Amikom Yogyakarta

## PESAN DARI REKTOR

Prof. Dr. M. Suyanto,MM.



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh  
Salam sejahtera

Puji syukur senantiasa kita panjatkan ke hadirat Allah swt atas nikmat dan karuniaNya sehingga sampai saat ini Universitas Amikom Yogyakarta tidak terasa sudah 28 tahun berdiri dan melayani masyarakat dalam penyediaan pendidikan berbasis entrepreneurship yang menebar kebajikan dalam bidang ekonomi kreatif. Berbagai capaian baik tingkat nasional maupun internasional telah membawa nama Amikom Yogyakarta semakin dikenal. Kita patut bersyukur atas capaian tersebut yang merupakan hasil kerja keras mahasiswa, dosen, tenaga pendidikan dan Amikom secara kelembagaan.

Kami mengajak sivitas akademik untuk terus bekerja keras menjaga nama Amikom Yogyakarta dengan meningkatkan kinerja dan prestasi dengan niat sebagai bagian dari ibadah kita kepada Allah. Salah satu usaha untuk menjaga nama Amikom Yogyakarta adalah dengan membuat satu standar baku logo Amikom Yogyakarta yang akan dipakai di berbagai platform baik website resmi, media sosial, brosur dan media promosi lainnya. Saya mengucapkan terima kasih kepada tim design dari Direktorat Innovation Center yang telah berinisiatif menyusun panduan branding sebagai acuan bagi semua sivitas akademika dalam menggunakan logo dan tulisan Amikom diberbagai media informasi dan promosi. Saya berharap semua pihak baik mahasiswa, dosen, tenaga kependidikan, dan mitra Universitas Amikom Yogyakarta dapat menggunakan brand guideline tersebut dengan sebaik baiknya. Semoga Allah senantiasa merahmati kita semua

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Visi & Misi

# Universitas Amikom Yogyakarta

## VISI

Visi Universitas Amikom Yogyakarta adalah menjadi perguruan tinggi unggulan dunia dalam bidang ekonomi kreatif yang berbasis kewirausahaan yang menebar kebajikan

Perguruan tinggi unggulan dunia merupakan perguruan tinggi yang masuk daftar 750 perguruan tinggi yang dikeluarkan oleh QS Ranking pada 2025 dan Perguruan tinggi unggulan dunia merupakan perguruan tinggi yang masuk daftar 500 perguruan tinggi yang dikeluarkan oleh QS Ranking pada 2030.

## MISI

Universitas Amikom Yogyakarta memiliki misi :

1. Menyelenggarakan pendidikan tinggi kelas dunia di bidang ekonomi kreatif berbasis kewirausahaan.
2. Melaksanakan penelitian dalam bidang ekonomi kreatif berkualitas dunia yang dapat berperan meningkatkan daya saing nasional.
3. Menyelenggarakan layanan pengabdian kepada masyarakat secara profesional dalam rangka ikut memecahkan persoalan dunia maupun nasional, terutama dalam bidang ekonomi kreatif.
4. Menyelenggarakan pendidikan berstandar global melalui kemitraan dan jejaring nasional, regional maupun global.
5. Mengembangkan pusat ekonomi kreatif dan pusat kewirausahaan yang bermanfaat baik nasional, regional maupun global.

# Brand Value

**01 Caring culture** adalah budaya yang dibangun dengan dasar kepercayaan dan saling mengasihi dengan pedoman hadist Nabi “Tidak beriman salah seorang dari kamu sekalian, sehingga ia mencintai untuk saudaranya apa yang ia cintai untuk dirinya” Intinya adalah seorang yang lainnya bagaikan satu jiwa, jika dia mencintai saudaranya maka seakan-akan dia mencintai dirinya sendiri dan harus menjauhkan diri dari perbuatan hasad (dengki).

**02 Purposing culture** adalah budaya yang dibangun berdasarkan pada tujuan hidup yang mulia, berkarya dan berprestasi yang paripurna bukan untuk memperoleh materi semata tetapi dilakukan karena bentuk kecintaanya kepada Tuhan. Tujuan hidup manusia meliputi tiga hal yaitu : menyembah kepada Allah (beriman), memanfaatkan alam semesta (beramal) dan membentuk sejarah dan peradaban (berilmu).

**03 Learning culture** adalah budaya yang dibangun berdasarkan hasrat untuk menjelajahi dan mempelajari ilmu pengetahuan dan teknologi dengan penuh daya kreasi dan inovasi. “Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

**04 Enjoyment culture** adalah budaya yang dibangun berdasarkan keinginan untuk membahagiakan orang lain, menciptakan suasana yang membahagiakan dan menyenangkan.

# KENAPA PANDUAN INI DIBUTUHKAN?

---

---

Panduan visual sangat penting karena memberikan kerangka untuk branding yang konsisten dan efektif di semua saluran pemasaran dan komunikasi. Menciptakan Konsistensi bahwa semua elemen merek, seperti logo, font, warna, dan pesan, konsisten di semua saluran. Konsistensi ini membantu membangun merek Universitas Amikom Yogyakarta menjadi salah satu Universitas unggulan di Indonesia. Dengan menggunakan elemen branding yang konsisten, pelanggan dapat dengan mudah mengenali merek, yang membantu membangun kepercayaan dan loyalitas.

Panduan ini akan membantu seluruh elemen civitas akademika Universitas Amikom Yogyakarta untuk memberikan instruksi yang jelas tentang cara menggunakan elemen visual dalam kaitannya membangun merek Universitas Amikom Yogyakarta. Hal yang tidak kalah penting adalah panduan ini memastikan bahwa merek digunakan dengan cara yang benar, yang membantu melindungi merek agar tidak disalahgunakan.

02

# Logo

Logo merupakan wajah sebuah merek, maka pada setiap pengaplikasiannya harus memperhatikan kaidah-kaidah yang sudah diatur dalam dokumen ini.



Logogram

UNIVERSITAS  
**AMIKOM**  
YOGYAKARTA

Logotype

## Definisi Dan Makna Logo

- Bentuk logo yang geometris dan simple membawa kesan modern dan elegan, sekaligus menggambarkan jiwa AMIKOM yang bernafaskan teknologi informasi dan komunikasi.
- Bentuk logo menggambarkan 5 jari tangan yang menengadah ke atas, merengkuh/menggenggam lingkaran kuning yang terdapat di tengah. Hal ini menggambarkan ketangguhan dan keuletan dalam berusaha, semangat dan daya juang tinggi, serta potensi besar dalam mencipta dan berkarya.
- Struktur susunan “jari” yang melingkar teratur juga menggambarkan soliditas, profesionalitas, komitmen, dan konsistensi dalam berkarya
- Bentuk logo yang berupa tangan menggenggam lingkaran ini juga dapat menggambarkan pencapaian dan prestasi amikom yang telah melingkupi ranah internasional
- Warna ungu yang memang sudah menjadi identitas AMIKOM, menurut makna filosofisnya menggambarkan spiritualitas, intuisi, kreatifitas, dan kebijaksanaan.
- lingkaran kuning yang direngkuh/digenggam oleh “jari-jari” ungu menggambarkan potensi dan energi yang meskipun selalu terbuka untuk diaplikasikan, namun tetap dilapisi dan dikendalikan oleh ketaqwaan, kebijaksanaan, dan akal budi yang luhur.

# Komposisi & Variasi Logo

Berikut ini merupakan Komposisi dari logo Universitas Amikom Yogyakarta. Penempatan jarak sesuai dengan keterangan di bawah dan tidak diperkenankan untuk merubah susunan jarak dari masing-masing jenis lambang.



Horizontal Stack-Up Lock-Up



Centered Stack-Up Lock-Up

## Alternatif Logo

Dalam penerapan visualnya, Logo Universitas Amikom Yogyakarta dapat digunakan dengan versi Full Color, serta versi turunan yang telah diatur dalam dokumen ini.

Penggunaan warna lain harus mendapat persetujuan dari pemberi kebijakan terkait merek.



UNIVERSITAS  
**AMIKOM**  
YOGYAKARTA

The Standard Full Color



Signature One Color -Purple



Signature One Color Black



Signature One Color Yellow

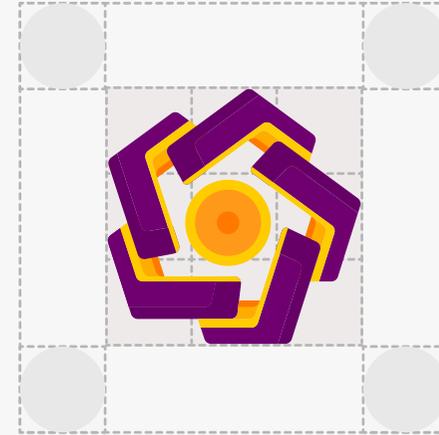


Signature One Color White

## Clearspace / Ruang Kosong

Dalam rangka menjaga konsistensi merek dan mengoptimalkan identitas merek, penting untuk selalu menggunakan clearspace dalam penerapan logo Universitas Amikom Yogyakarta di semua media dan platform. Area kosong di sekitar logo yang diperlukan untuk menjaga agar logo terlihat jelas, terdefinisi dengan baik, dan mudah dikenali.

Besar ruang kosong / protective space yang harus disediakan minimal sebesar 1/3 dari tinggi logo dalam bentuk variasi atau ukuran apapun dalam aplikasinya.



# Ukuran Minimal Penggunaan Logo

Ukuran standart minimal Logo Universitas Amikom Yogyakarta dalam medium cetak dan digital ditentukan dari ukuran tinggi/ lebar simbol dalam signature lambang Universitas Amikom Yogyakarta. Ukuran minimal tinggi/lebar ideal logo untuk kebutuhan cetak adalah 15 mm (1,5 cm), Untuk kebutuhan digital adalah 24px. Dalam kondisi tertentu, ukuran logo yang lebih kecil diperbolehkan namun harus tetap menjaga keterbacaan logo itu sendiri.

Untuk Kebutuhan Cetak:



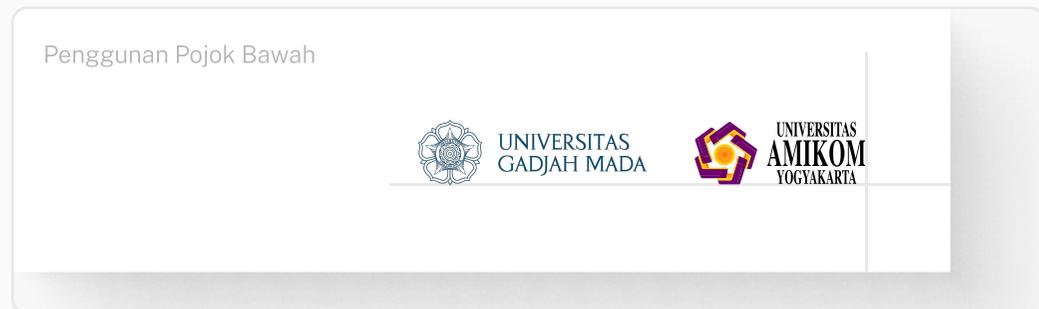
Untuk Kebutuhan Digital:



# Panduan Penggunaan Logo

Panduan penggunaan Logo Universitas Amikom Yogyakarta memiliki aturan untuk memastikan konsistensi dan keunikan visual, mempertimbangkan aspek fungsional dan estetika, Logo Universitas Amikom Yogyakarta dapat digunakan bersama logo lain seperti logo mitra atau sponsor untuk keperluan-keperluan tertentu seperti penyelenggaraan acara atau program kemitraan tetapi harus tetap memperhatikan panduan kaidah-kaidah dalam dokumen ini serta tidak diperbolehkan melakukan modifikasi tanpa persetujuan.

Logo Universitas Amikom Yogyakarta  
Bersama Logo Institusi Lain



# Penerapan Pada Latar Gambar / Foto

Dalam penggunaan logo dengan latar belakang yang memiliki banyak warna (foto, video, dll.) Utamakan penggunaan logo Signature One color dengan latar transparan. Gunakan warna asli logo atau Signature Full Color jika warna latar belakang tidak menggunakan banyak warna, dan logo bisa muncul dengan kontras yang bagus. Hindari penempatan logo dalam latar belakang yang terlalu ramai atau memiliki warna yang kurang kontras dengan logo.

Contoh Penerapan Logo Pada Macam-Macam Latar Belakang:





# Larangan Dalam Penggunaan Logo

Untuk mempertahankan karakter identitas dan kesan profesional, konsistensi penggunaan logo Universitas Amikom Yogyakarta menjadi sangat penting. Penggunaan logo harus sesuai dengan komposisi yang sudah diatur dalam dokumen ini. Dalam mengubah ukuran, rasio harus sama dan sesuai dengan ukuran dan komposisi aslinya.



✘ Mengubah komposisi



✘ Mengubah rasio



✘ Membuat variasi baru



✘ Memotong sebagian logo



✘ Mengubah logotype



✘ Mengubah Warna



✘ Hanya menggunakan Logotype



✘ Tidak memperhatikan kontras logo

03

---

# Warna

Warna merupakan elemen penting pada sebuah merek karena dapat memberikan identitas dan menciptakan kesan yang konsisten untuk merek. Pemilihan warna yang tepat dapat memperkuat pesan visual dan menghadirkan citra yang kuat pada audience.



# Palet Warna

Penggunaan warna pada penerapan branding Universitas Amikom Yogyakarta mempunyai 1 warna primer dan 4 warna sekunder.

Warna primer digunakan untuk elemen-elemen visual inti dalam penerapan branding Universitas Amikom Yogyakarta. Setiap pengaplikasian warna wajib mengikuti standard code yang sudah disediakan disamping, hal tersebut bertujuan untuk terciptanya konsistensi warna.

## Warna Primer

<b>Purple</b>	<b>HEX 700070</b>	<b>RGB 112, 0, 112</b>	<b>CMYK 0, 100, 0, 56</b>
<b>Tekhelet</b>	<b>HEX 4A1B9D</b>	<b>RGB 74, 27, 157</b>	<b>CMYK 53, 83, 0, 38</b>

## Warna Sekunder

<b>Jonquil</b>	<b>HEX FFCC00</b>	<b>RGB 255, 204, 0</b>	<b>CMYK 0, 20, 100, 0</b>
<b>Orange</b>	<b>HEX FFAC00</b>	<b>RGB 255, 172, 0</b>	<b>CMYK 0, 33, 100, 0</b>
<b>Safety orange</b>	<b>HEX FF7900</b>	<b>RGB 255, 121, 0</b>	<b>CMYK 0, 53, 100, 0</b>
<b>Black</b>	<b>HEX 000000</b>	<b>RGB 0, 0, 0</b>	<b>CMYK 0, 0, 0, 100</b>
<b>White</b>	<b>HEX FFFFFFFF</b>	<b>RGB 255, 255, 255</b>	<b>CMYK 0, 0, 0, 0</b>

04

---

# Tipografi

Tipografi meliputi pengaturan jenis huruf, ukuran, spasi, dan perataan yang digunakan untuk menciptakan kesan dan citra yang konsisten pada setiap komunikasi merek.



## Tipografi

Dalam penggunaan Tipografi, Terdapat 2 font yang dipergunakan yaitu Times dan Public Sans.

Times merupakan signature font yang dipakai pada logogram Universitas Amikom Yogyakarta, sedangkan Public Sans family dipakai untuk keperluan body text dan kepentingan penulisan lainnya.

Times

Aa

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 ! @ # \$ % ^ & \* ( ) \_ + { } ” < > ?

Public Sans

Aa

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 ! @ # \$ % ^ & \* ( ) \_ + { } ” < > ?

05

---

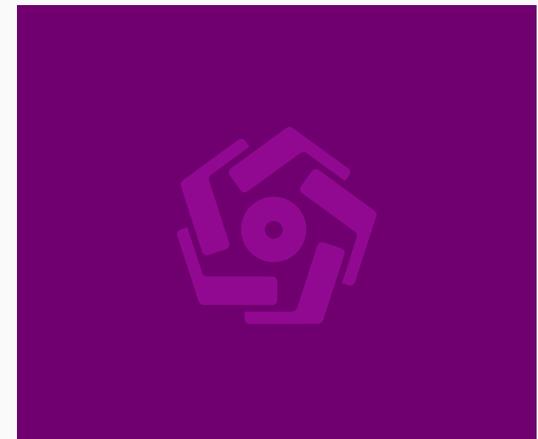
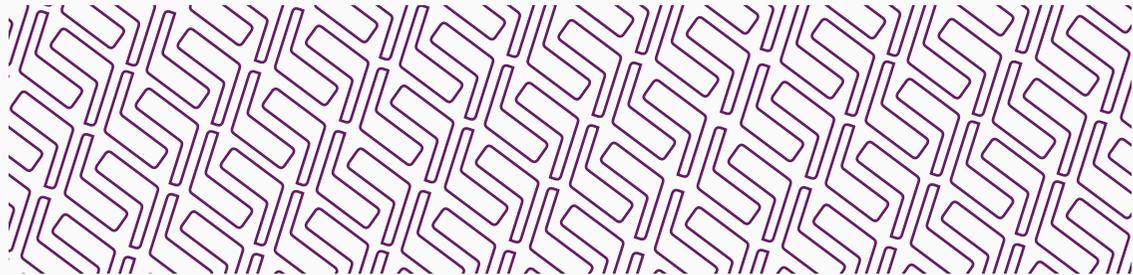
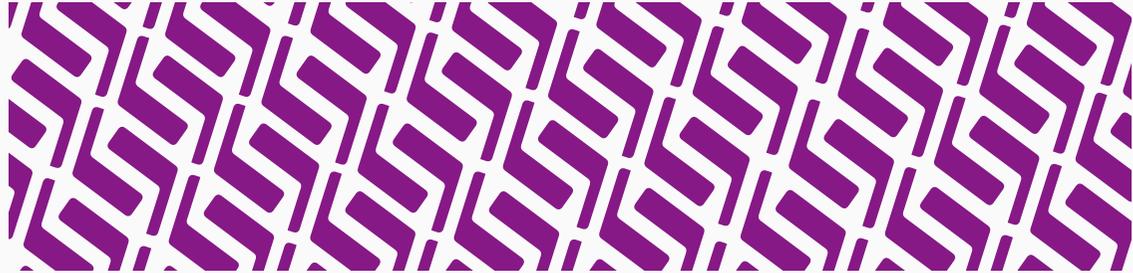
# Elemen Grafis

Elemen grafis merupakan bagian penting dari brand guideline yang dapat membantu merek untuk terlihat lebih menarik dan profesional. Elemen grafis dapat mencakup berbagai jenis seperti gambar, ilustrasi, grafik, dan pola, dan semuanya harus dipertimbangkan dalam penerapannya.



## Elemen Grafis

Merupakan aplikasi Gestalt Theory dari logo Universitas Amikom Yogyakarta. Elemen penghias yang dapat digunakan dalam berbagai media publikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Elemen grafis ini juga bersifat khas dan konsisten, sehingga menciptakan brand awareness Universitas Amikom Yogyakarta di mata masyarakat. Penggunaan elemen grafis dapat disesuaikan dengan ukuran dan rasio tergantung media dimana dia diaplikasikannya.



## Mother-Brand Identity



Versi logo *mother brand* ini digunakan secara utuh untuk pengaplikasian brand Universitas Amikom Yogyakarta disegala keperluan formal dan non formal.

## Sub-Brand Identity

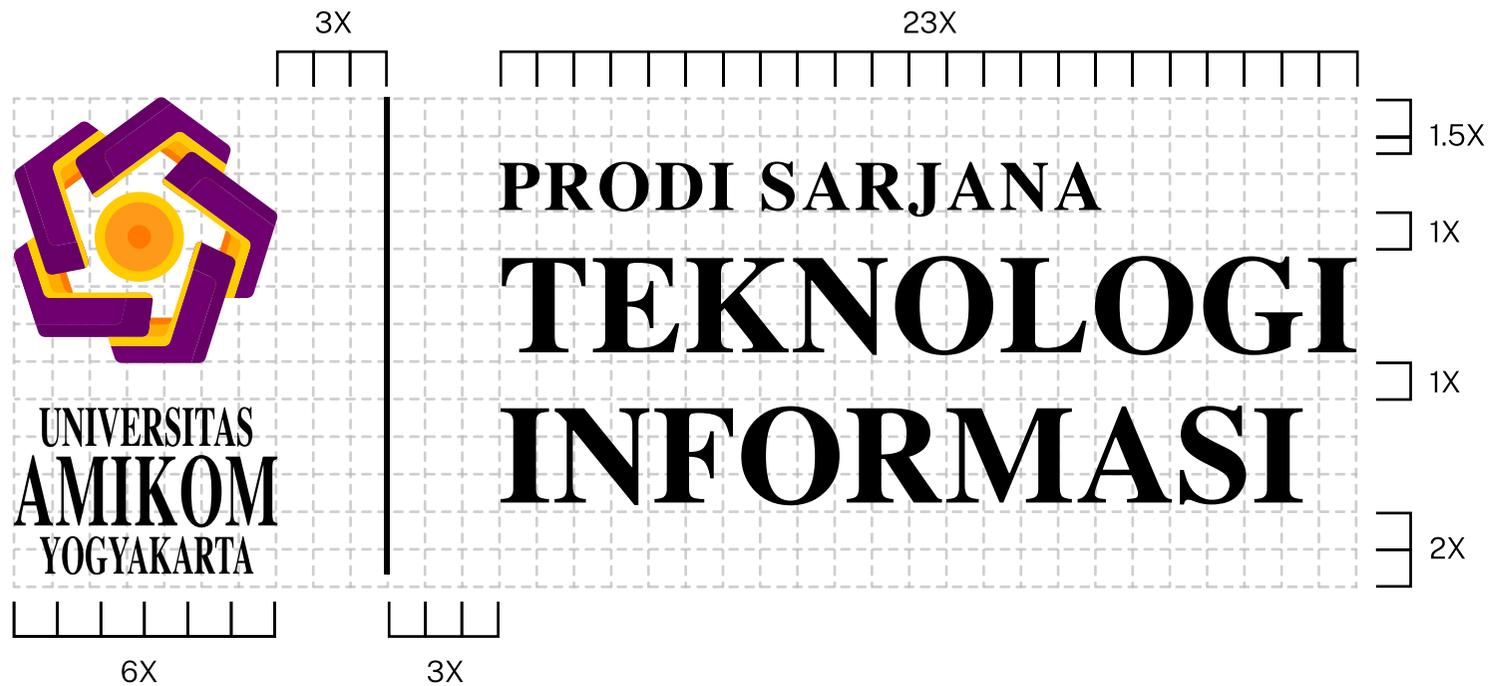


**SUB UNIT / DEPARTEMEN / PRODI  
NAMA SUB UNIT /  
DEPARTEMEN /  
PROGRAM STUDI**

Versi logo *Sub-Brand* ini merupakan logo yang diciptakan untuk kebutuhan visual dari unit-unit di bawah brand Universitas Amikom Yogyakarta, antara lain adalah unit kerja meliputi seluruh Direktorat dan seluruh program studi pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.

# Komposisi Logo

Berikut ini merupakan Komposisi dari logo Sub-Brand Universitas Amikom Yogyakarta. Penempatan jarak sesuai dengan keterangan di bawah dan tidak diperkenankan untuk merubah susunan jarak dari masing-masing jenis lambang.



Contoh Penerapan Logo Pada Macam-Macam Latar Belakang:

White



PRODI SARJANA  
**TEKNOLOGI  
INFORMASI**

#FFFFFF

Purple



PRODI SARJANA  
**TEKNOLOGI  
INFORMASI**

#700070

Yellow



PRODI SARJANA  
**TEKNOLOGI  
INFORMASI**

#FFCC00



Program Studi

	<b>PRODI DIPLOMA D-III TEKNIK INFORMATIKA</b>		<b>PRODI DIPLOMA D-III TEKNIK INFORMATIKA</b>
	<b>PRODI SARJANA INFORMATIKA</b>		<b>PRODI SARJANA TEKNOLOGI INFORMASI</b>
	<b>PRODI SARJANA AKUNTANSI</b>		<b>PRODI SARJANA ILMU KOMUNIKASI</b>
	<b>PRODI SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL</b>		<b>PRODI SARJANA ILMU PEMERINTAHAN</b>
	<b>PRODI SARJANA ARSITEKTUR</b>		<b>PRODI SARJANA GEOGRAFI</b>
	<b>PRODI PASCASARJANA TEKNIK INFORMATIKA</b>		<b>PRODI SARJANA EKONOMI</b>
	<b>PRODI SARJANA TEKNIK KOMPUTER</b>		<b>PRODI SARJANA KEWIRAUSAHAAN</b>
	<b>PRODI SARJANA SISTEM INFORMASI</b>		<b>PRODI SARJANA PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA</b>

Fakultas

	<b>FIK</b>		<b>FES</b>
	<b>FST</b>		

Direktorat

	<b>DIREKTORAT KEMAHASISWAAN</b>		<b>DIREKTORAT OFFICE OF INTERNATIONAL AFFAIRS</b>
	<b>DIREKTORAT INNOVATION CENTER</b>		<b>DIREKTORAT UNIT PELAYANAN TEKNIS</b>
	<b>DIREKTORAT PERENCANAAN DAN KEUANGAN</b>		<b>DIREKTORAT LEMBAGA PENELITIAN</b>
	<b>DIREKTORAT PUSAT JAMINAN MUTU</b>		<b>DIREKTORAT ADMINISTRASI AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN</b>
	<b>DIREKTORAT RESOURCE CENTER</b>		<b>DIREKTORAT SARANA DAN PRASARANA</b>
	<b>DIREKTORAT BUSINESS PLACEMENT CENTER DAN ALUMNI</b>		