

Brand Guideline KAP Synergy

Versi 1.0 — Juni 2026 · Arah visual: Synergy Teal

1. Positioning & kepribadian brand

KAP Synergy (PT. Kiat Agung Perkasa) adalah software house yang membangun aplikasi custom, ERP, dan solusi digital untuk perusahaan Indonesia. Brand ini harus terasa **kompeten tapi mudah diajak bicara** — bukan vendor korporat yang kaku, bukan juga freelancer yang asal-asalan.

Tiga kata kunci kepribadian:

- **Sinergi** — kami bekerja *bersama* klien, bukan sekadar menerima order.
- **Presisi** — sistem yang kami bangun rapi, terdokumentasi, dan bisa diandalkan.
- **Tumbuh** — solusi kami dirancang untuk ikut berkembang bersama bisnis klien.

2. Palet warna

Aturan proporsi **60 / 30 / 10**: neutral mendominasi (60%), primary sebagai identitas (30%), accent hanya untuk penekanan (10%).

Warna utama (input ke Canva Brand Hub → Brand colors)

Peran	Nama	Hex	Penggunaan
Primary	Synergy Teal	#0F766E	Warna identitas utama: logo, tombol, heading berwarna, elemen kunci
Secondary	Deep Pine	#134E4A	Background gelap, footer, blok hero, teks di atas accent terang
Accent	Bright Mint	#2DD4BF	Highlight, ikon, garis aksent, CTA di atas background gelap — maksimal 10%
Neutral terang	Cloud	#F8FAFC	Background utama dokumen & feed
Teks utama	Ink	#0F172A	Body text di background terang

Peran	Nama	Hex	Penggunaan
Teks sekunder	Slate	 #64748B	Caption, label, teks pendukung
Putih	White	 #FFFFFF	Teks di atas teal/pine, card di atas Cloud

Kombinasi yang dianjurkan

- Teks  #FFFFFF di atas  #0F766E atau  #134E4A ✓
- Teks  #0F172A di atas  #F8FAFC,  #FFFFFF, atau  #2DD4BF ✓
- Aksent  #2DD4BF paling kuat di atas  #134E4A (kombinasi khas brand)

Yang dihindari

- Jangan menaruh teks teal  #0F766E di atas mint  #2DD4BF (kontras kurang).
- Jangan menambah warna di luar palet (merah/oranye/ungu) kecuali untuk status semantik di UI produk.
- Jangan pakai gradasi berlebihan; brand ini flat dan bersih. Kalau perlu kedalaman, gunakan blok  #134E4A di atas  #0F766E.

3. Tipografi

Keduanya tersedia gratis di Canva.

Heading — Space Grotesk

Karakter geometris-teknis, cocok untuk software house. Gunakan **Medium/Bold** untuk judul.

Level	Ukuran (dokumen A4)	Ukuran (IG post 1080px)	Weight
H1 / Judul utama	28–36 pt	64–88 px	Bold
H2 / Sub-judul	20–24 pt	44–56 px	Medium
H3 / Label seksi	14–16 pt	32–36 px	Medium

Body — Inter

Netral dan sangat terbaca di layar maupun cetak.

Penggunaan	Ukuran A4	Ukuran IG	Weight
Body text	10.5–11 pt	28–32 px	Regular
Caption / footnote	8–9 pt	22–24 px	Regular
Emphasis dalam body	sama	sama	Medium (bukan Bold)

Aturan: maksimal **2 weight per desain**, jangan pakai italic untuk heading, dan line-height body 1.5–1.6.

4. Logo

Catatan: bagian ini berlaku untuk logo yang ada sekarang maupun jika nanti di-refresh mengikuti palet baru.

- **Versi yang perlu disiapkan di Brand Hub:** (1) logo penuh warna teal di background terang, (2) logo putih untuk background  #0F766E /  #134E4A, (3) ikon/monogram persegi untuk avatar & favicon.
- **Clear space:** ruang kosong di sekeliling logo minimal setinggi huruf "K" pada logo.
- **Ukuran minimum:** 24 px tinggi (digital), 10 mm (cetak).
- **Larangan:** jangan diregangkan, dimiringkan, diberi outline, drop shadow, atau ditaruh di atas foto ramai tanpa overlay gelap ( #134E4A opacity 70–85%).

5. Gaya visual & fotografi

- **Layout:** banyak ruang kosong, grid rapi, sudut membulat 8–12 px untuk card.
- **Ikon:** gaya outline (line icon), stroke konsisten, warna  #0F766E atau  #2DD4BF.
- **Foto:** suasana kerja nyata (laptop, whiteboard, diskusi tim), tone natural sedikit cool. Hindari stock photo klise jabat tangan korporat.
- **Elemen grafis khas:** garis aksent tipis, blok teal dengan pattern grid halus, screenshot produk dalam mockup browser/HP.

6. Tone of voice

Konteks	Gaya	Contoh
Instagram / sosial	Santai-profesional, Bahasa Indonesia, istilah teknis seperlunya	"Sistem manual bikin tim lembur terus? Mungkin saatnya punya ERP sendiri."
Proposal & dokumen klien	Formal, jelas, tanpa jargon berlebihan	"Kami merekomendasikan arsitektur modular agar sistem dapat dikembangkan bertahap."
WhatsApp / follow-up	Hangat dan to the point	"Halo Pak, draft BRD-nya sudah kami kirim ya, ditunggu masukannya."

Prinsip: jelaskan manfaat bisnis dulu, baru teknologi. Hindari klaim bombastis ("terbaik se-Indonesia"); tunjukkan bukti lewat portofolio.

7. Checklist input ke Canva Brand Hub (±5 menit)

1. Buka **canva.com** → **Brand** (sidebar kiri) → pilih/buat brand kit, beri nama **KAP Synergy**.
2. **Brand colors** → tambah palet "Utama" → masukkan 7 hex di tabel bagian 2 (urutkan: #0F766E, #134E4A, #2DD4BF, #F8FAFC, #0F172A, #64748B, FFFFFF).
3. **Brand fonts** → Heading: *Space Grotesk* (Bold) · Subheading: *Space Grotesk* (Medium) · Body: *Inter* (Regular).
4. **Logos** → upload 3 versi logo (warna, putih, ikon) dalam PNG transparan.
5. (Opsional) **Brand voice** → salin ringkasan bagian 6.
6. (Opsional) Upload foto/aspek pendukung ke **Brand** → **Uploads** agar muncul saat generate desain.

Disusun untuk PT. Kiat Agung Perkasa (KAP Synergy), Tangerang.