

# SOP Pengelolaan Brand dan Identitas Visual

**Kategori:** Pemasaran

**No. Dokumen:** SOP-0049

**Tanggal Terbit:** 20/04/2026

**Sumber:** GajiHub SOP — [sop.gajihub.com](http://sop.gajihub.com)

SOP ini mengatur tata kelola brand dan identitas visual perusahaan secara konsisten untuk menjaga citra, kredibilitas, dan daya saing di pasar.

## Tujuan

SOP ini bertujuan untuk memastikan pengelolaan brand dan identitas visual perusahaan dilakukan secara konsisten, terstruktur, dan selaras dengan strategi bisnis perusahaan. Dengan adanya SOP ini, diharapkan seluruh elemen organisasi memahami standar penggunaan logo, warna, tipografi, serta elemen visual lainnya sehingga mampu menjaga citra perusahaan di mata publik. Selain itu, SOP ini juga bertujuan untuk meminimalkan kesalahan penggunaan brand, meningkatkan efisiensi proses desain dan komunikasi, serta memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan pasar melalui identitas visual yang kuat dan profesional.

## Ruang Lingkup

SOP ini berlaku untuk seluruh unit kerja di dalam perusahaan yang terlibat dalam pembuatan, penggunaan, dan pengelolaan materi komunikasi visual, baik internal maupun eksternal. Ruang lingkup mencakup penggunaan logo, warna perusahaan, desain materi promosi, media sosial, dokumen resmi, kemasan produk, serta komunikasi visual lainnya. SOP ini juga mengatur proses persetujuan desain, pengawasan konsistensi brand, serta pembaruan identitas visual apabila diperlukan. Semua karyawan, vendor, dan pihak ketiga yang bekerja sama dengan perusahaan wajib mematuhi ketentuan dalam SOP ini.

## Definisi

Istilah	Definisi
Brand	Identitas dan persepsi perusahaan yang terbentuk melalui nama, logo, desain, dan pengalaman yang diberikan kepada pelanggan.
Identitas Visual	Elemen visual yang mewakili brand seperti logo, warna, tipografi, ikonografi, dan gaya desain yang digunakan secara konsisten.
Brand Guideline	Dokumen resmi yang berisi aturan penggunaan elemen brand dan identitas visual perusahaan.

Istilah	Definisi
Materi Komunikasi	Semua bentuk media yang digunakan untuk menyampaikan pesan perusahaan, baik digital maupun cetak.
Approval Desain	Proses persetujuan resmi terhadap desain sebelum digunakan atau dipublikasikan.

## Tanggung Jawab

Pihak	Tanggung Jawab
Direksi	Menetapkan arah strategis brand dan menyetujui perubahan besar dalam identitas visual perusahaan.
Divisi Pemasaran	Mengelola implementasi brand, menyusun brand guideline, serta memastikan konsistensi penggunaan identitas visual.
Tim Desain/Creative	Membuat dan mengembangkan materi visual sesuai dengan brand guideline yang berlaku.
Seluruh Karyawan	Menggunakan identitas visual perusahaan sesuai ketentuan dan tidak melakukan modifikasi tanpa persetujuan.
Vendor atau Pihak Ketiga	Mengikuti standar brand perusahaan dalam setiap pekerjaan yang berkaitan dengan materi visual.

## Prosedur

### Tahap 1: Penyusunan dan Pembaruan Brand Guideline

Tahap ini bertujuan untuk menyusun dan memperbarui pedoman resmi penggunaan brand dan identitas visual perusahaan.

- Divisi Pemasaran menyusun atau memperbarui brand guideline berdasarkan strategi perusahaan dan tren industri.
- Melakukan konsultasi dengan Direksi untuk mendapatkan persetujuan atas konsep dan elemen visual utama.
- Mendistribusikan brand guideline kepada seluruh unit kerja dan memastikan pemahaman melalui sosialisasi.

**Penanggung Jawab:** Divisi Pemasaran

### Tahap 2: Permintaan dan Perencanaan Desain

Tahap ini mengatur proses permintaan pembuatan materi visual dari unit kerja kepada tim desain.

1. Unit kerja mengajukan permintaan desain melalui formulir resmi yang telah ditentukan.
2. Tim desain melakukan analisis kebutuhan dan memastikan kesesuaian dengan brand guideline.
3. Menyusun timeline dan konsep desain yang akan diajukan untuk persetujuan awal.

**Penanggung Jawab:** Tim Desain/Creative

### **Tahap 3: Proses Pembuatan dan Review Desain**

Tahap ini memastikan bahwa desain yang dibuat sesuai dengan standar identitas visual perusahaan.

1. Tim desain membuat draft desain sesuai dengan brief dan brand guideline.
2. Melakukan review internal untuk memastikan konsistensi elemen visual seperti warna, font, dan logo.
3. Mengajukan desain kepada pihak terkait untuk mendapatkan masukan dan revisi jika diperlukan.

**Penanggung Jawab:** Tim Desain/Creative

### **Tahap 4: Persetujuan dan Publikasi**

Tahap ini mengatur proses persetujuan akhir sebelum materi visual digunakan atau dipublikasikan.

1. Mengajukan desain final kepada Divisi Pemasaran atau Direksi sesuai tingkat kepentingan.
2. Melakukan validasi akhir terhadap kesesuaian dengan brand guideline.
3. Mendistribusikan atau mempublikasikan materi visual ke kanal yang telah ditentukan.

**Penanggung Jawab:** Divisi Pemasaran

### **Tahap 5: Pengawasan dan Audit Brand**

Tahap ini bertujuan untuk memastikan konsistensi penggunaan brand di seluruh materi komunikasi.

1. Melakukan audit berkala terhadap penggunaan identitas visual di seluruh unit kerja.
2. Mengidentifikasi pelanggaran atau ketidaksesuaian penggunaan brand.
3. Memberikan rekomendasi perbaikan dan melakukan tindak lanjut atas temuan audit.

**Penanggung Jawab:** Divisi Pemasaran

### **Tahap 6: Pengelolaan Arsip dan Aset Visual**

Tahap ini mengatur penyimpanan dan pengelolaan seluruh aset visual perusahaan.

1. Menyimpan seluruh aset visual dalam sistem penyimpanan terpusat yang aman.
2. Memberikan akses kepada pihak yang berwenang sesuai kebutuhan.
3. Melakukan pembaruan dan penghapusan aset yang sudah tidak relevan secara berkala.

**Penanggung Jawab:** Tim Desain/Creative

## Dokumen Terkait

- Brand Guideline Perusahaan
- Form Permintaan Desain
- Form Approval Desain
- Checklist Kepatuhan Brand
- Laporan Audit Brand

## Referensi

- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia terkait perlindungan merek
- ISO 9001:2015 tentang Sistem Manajemen Mutu
- Pedoman Komunikasi Perusahaan (Corporate Communication Guideline)