



KEMENTERIAN
PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
REPUBLIK INDONESIA



REPOSISSI STRATEGIS **SMK SEBAGAI KATALIS DAYA SAING BANGSA**

Transformasi Pusat Keahlian sebagai
Pilar Inovasi yang Berdaya Saing Global



REPOSISSI STRATEGIS SMK SEBAGAI KATALIS DAYA SAING BANGSA

Transformasi Pusat Keahlian sebagai
Pilar Inovasi yang Berdaya Saing Global

Buku identitas visual ini disusun sebagai panduan dalam memperkuat Reposisi Strategis Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) melalui pendekatan komunikasi visual yang konsisten, modern, dan relevan.

Diharapkan setiap representasi visual mampu mencerminkan semangat kolaborasi, profesionalisme, dan kebanggaan terhadap vokasi Indonesia.

01 Kata Pengantar

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh, salam sejahtera bagi kita semua, segala puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat dan karunia-Nya kita dapat terus berikhтир bersama dalam meningkatkan mutu pendidikan kejuruan di Indonesia. Shalawat serta salam, semoga selalu terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai suri tauladan bagi umat Islam.

Di tengah pesatnya transformasi pendidikan dan tuntutan masyarakat akan kualitas lulusan yang relevan dengan dunia kerja, Direktorat SMK memiliki peran krusial sebagai pemangku kebijakan dan penggerak utama pendidikan vokasi di Indonesia. Oleh karena itu, membangun citra institusi yang kuat, modern, dan terpercaya bukan lagi sekadar pilihan, melainkan sebuah keharusan strategis. Buku ini adalah manifestasi komitmen kami untuk memastikan bahwa setiap program, inisiatif, dan komunikasi yang dikeluarkan oleh Direktorat SMK memancarkan pesan yang tunggal, jelas, dan profesional.

Buku ini berfungsi sebagai panduan baku yang mengikat untuk semua unit kerja, mitra, dan stakeholder terkait dalam merepresentasikan Direktorat SMK. Di dalamnya terkandung filosofi visual yang mendasari logo, penggunaan tipografi, palet warna resmi, hingga pedoman desain materi komunikasi digital dan cetak. Konsistensi visual ini sangat penting untuk meningkatkan visibilitas dan kredibilitas berbagai program unggulan, seperti SMK Pusat Keunggulan, Kemitraan dengan Industri, dan penyiapan *teaching factory*.

Kami percaya, identitas visual yang terkelola dengan baik akan memperkuat *positioning* pendidikan vokasi di mata publik dan industri, menegaskan bahwa SMK adalah pilihan utama dalam menyiapkan SDM unggul.

Kami berharap seluruh jajaran di Direktorat SMK dan pemangku kebijakan di tingkat regional dapat menjadikan pedoman "*Visual Brand Identity*" ini sebagai acuan utama dalam setiap pelaksanaan tugas dan komunikasi. Dengan disiplin menerapkan standar visual ini, kita bersama-sama membangun sebuah merek yang mencerminkan semangat inovasi, kolaborasi, dan kompetensi yang menjadi nafas pendidikan vokasi. Akhir kata, semoga buku ini menjadi fondasi yang kokoh dalam mewujudkan visi pendidikan vokasi yang kuat dan berdaya saing global. Mari kita jaga citra baik ini demi kemajuan Sekolah Menengah Kejuruan di masa depan.

Semoga ini dapat menjadi jembatan informasi, inspirasi, dan kolaborasi untuk mendukung transformasi SMK Indonesia menuju kualitas pendidikan vokasi yang semakin unggul. Mari bersinergi mewujudkan SMK Hebat, Indonesia Maju.

Salam SMK Bisa. SMK Hebat.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.



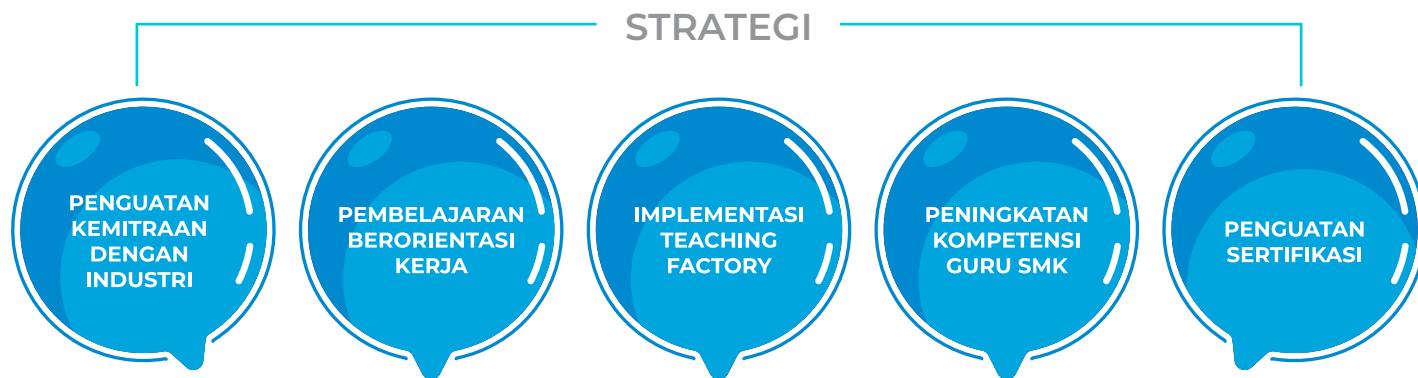
Dr. Arie Wibowo Khurniawan, S.Si., M.Ak

Direktur Sekolah Menengah Kejuruan

Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi,
Pendidikan Khusus, dan Pendidikan Layanan Khusus
Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah

02 Arah Kebijakan

Sejalan dengan Visi Indonesia Emas 2045 dan keberlanjutan Program Prioritas Nasional, kebijakan utama ini berfokus pada peningkatan **kualitas pendidikan vokasi.**



TERCIPTANYA SMK BERMUTU

SMK BERMUTU UNTUK INDONESIA

Generasi Terampil • Tangguh • Berdaya Saing Global

Makna dan *positioning* komunikasi:

- **SMK BERMUTU UNTUK INDONESIA**

Menegaskan bahwa SMK berkontribusi pada pembangunan bangsa dengan melahirkan talenta yang berkualitas.

- **MENCETAK GENERASI YANG TERAMPIL,
TANGGUH, DAN BERDAYA SAING GLOBAL**

Menggambarkan visi manusia vokasi unggul yang siap menghadapi dunia industri, militer teknologi, dan globalisasi dengan karakter kuat.

- **SMK BISA. HEBAT.**

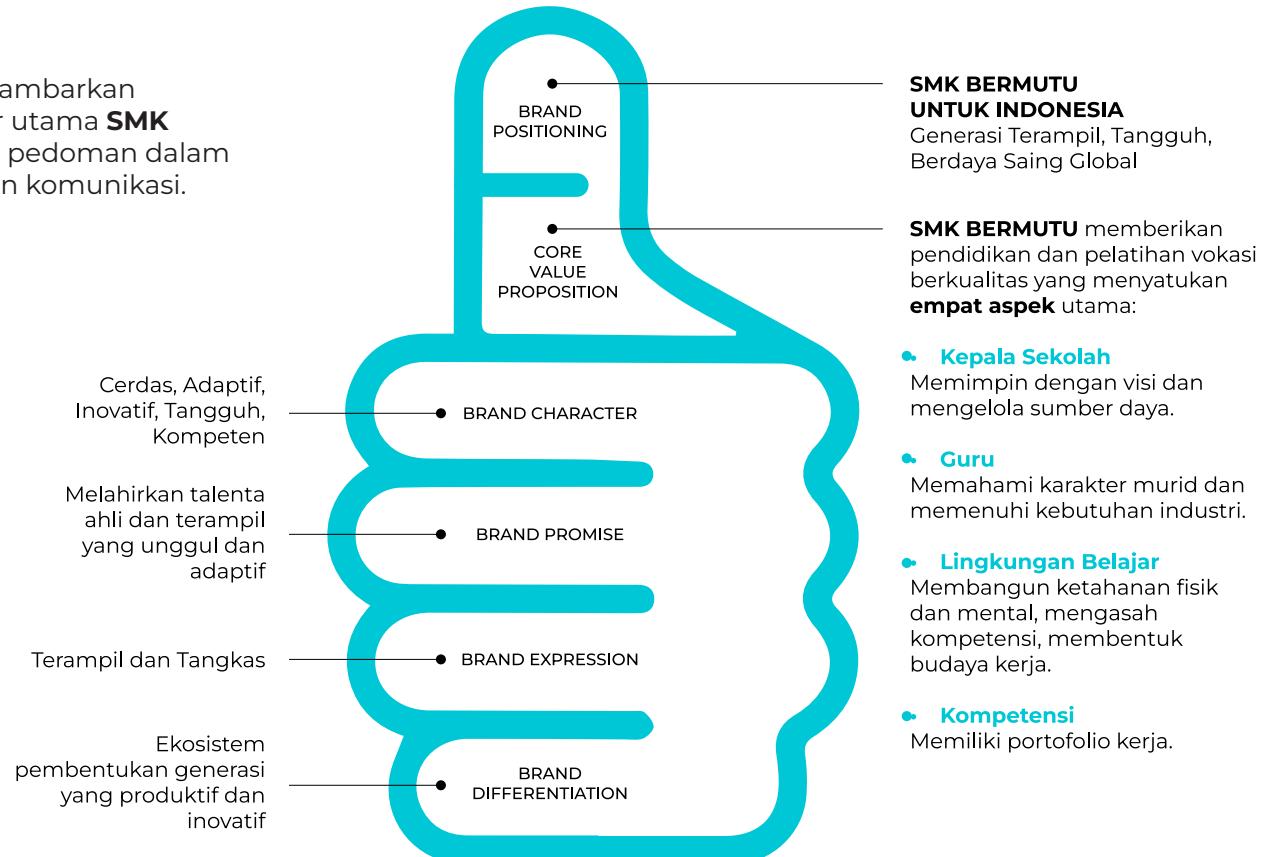
Menjaga kesinambungan identitas nasional yang sudah melekat di masyarakat sejak era revitalisasi SMK.



Identitas Nasional SMK
SMK BISA. HEBAT.

04 Brand Attribute (Atribut Merek)

Brand attributes menggambarkan kepribadian dan karakter utama **SMK BERMUTU** yang menjadi pedoman dalam setiap tampilan visual dan komunikasi.



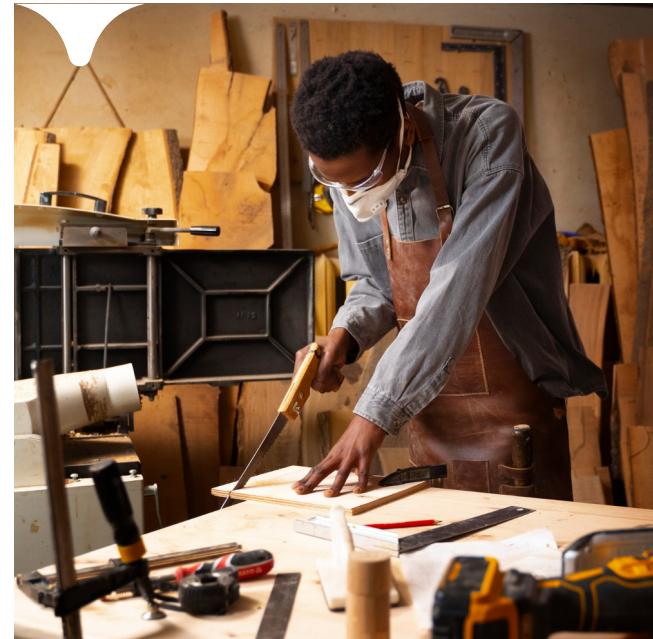
SMK BERMUTU

MELAHIRKAN TALENTA BERKUALITAS PILAR KEMAJUAN BANGSA

SMK BERMUTU merupakan pembelajaran terpadu yang tidak hanya mengajarkan keahlian dan keterampilan, tetapi menumbuhkan ketangguhan dan kemandirian, mutu bukan sekadar slogan melainkan sikap hidup: semangat untuk belajar, beradaptasi, dan berinovasi tanpa henti.

Didalam **SMK BERMUTU** setiap siswa ditempa untuk siap kerja, siap berkarya, dan siap berwirausaha. Karena mereka tahu, masa depan bukan untuk ditunggu, tetapi untuk diciptakan.

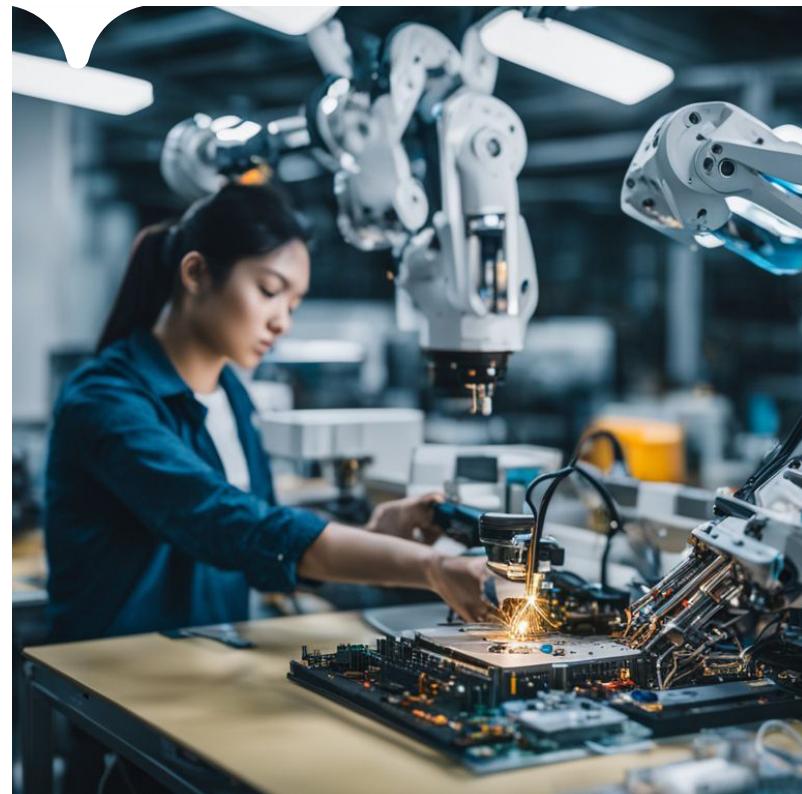
Inilah wajah **SMK BERMUTU: Tangguh menghadapi perubahan, kreatif membangun peluang, dan terus bergerak menuju masa depan yang gemilang.**



06 Khalayak Sasaran

Komunikasi **SMK BERMUTU** ditujukan kepada berbagai kelompok masyarakat yang berperan dalam ekosistem pendidikan vokasi.

Setiap audiens memiliki kebutuhan, kepentingan, dan persepsi berbeda, sehingga pesan harus disesuaikan dengan karakter masing-masing.





Guru dan Tenaga Kependidikan

Menanamkan visi mutu, etos kerja dan kemandirian yang menjadi bagian integral **SMK BERMUTU**.



Orang Tua/Wali

Membangun keyakinan bahwa SMK memberikan masa depan yang aman.



Siswa

Memberikan inspirasi dan informasi jelas tentang masa depan, karir serta peluang kerja.



Industri/DUDI

Membangun hubungan terhadap tenaga kerja yang kompeten, profesional dan mudah beradaptasi.



Pemerintah Daerah

Pendukung regulasi dan sinergi lintas sektor.



Masyarakat Umum

Mendapatkan informasi positif dan bukti nyata keberhasilan SMK.



Media

Membangun opini publik dan dukungan sosial.

07 Logo

RATIONALE

- **SMK BERMUTU UNTUK INDONESIA** menunjukkan kredibilitas sebagai institusi pendidikan yang berkualitas yang mampu bersaing di kancah global (kompetitif di lingkup global/internasional).
- Sinar lentera sebagai simbol pencerahan dan optimisme dengan bentuk yang dinamis pada logo diwakili **4 (empat) Aspek Utama** sebagai pilar terciptanya **SMK BERMUTU** antara lain: **Kepala Sekolah, Guru, Lingkungan Belajar dan Kompetensi.**
- Tanda “titik” pada **SMK BERMUTU** memberikan kesan kepastian dan kepercayaan diri terhadap kualitas yang ditawarkan.

LOOK AND FEEL

- Selaras dan *In line* dengan identitas nasional **SMK BISA.HEBAT.**
- Font yang solid (*bold*) pada **SMK BERMUTU** memiliki kesan *Agile, Resilient, and Tangguh.*

FILOSOFI

- Warna **biru pekat** simbol profesionalisme, kepercayaan, dan tangguh, karakter SMK sebagai lembaga pendidikan vokasi yang disiplin, andal, dan berorientasi pada keahlian.
- Warna **biru muda** simbol semangat, inovasi, dan keterbukaan terhadap perubahan, jiwa siswa SMK yang kreatif, adaptif, dan siap berkolaborasi.
- Warna **biru turquoise** simbol kreativitas, inspiratif, dan keseimbangan, karakter SMK yang berorientasi pada masa depan.
- Warna **hijau muda** simbol pertumbuhan, optimis, dan semangat pembelajaran berkelanjutan, peran SMK sebagai tempat tumbuhnya generasi terampil.
- Warna **merah scarlet** simbol keberanian, siap bersaing, dan tekad yang kuat, motivasi siswa SMK dalam menghadapi tantangan dan meraih prestasi.



Kepala
Sekolah

Guru

Lingkungan
Belajar

Kompetensi

4 (empat) Aspek Utama

07.1 Versi Logo

Logo SMK BERMUTU UNTUK INDONESIA

memiliki beberapa versi format:

- Logo versi sekunder membantu menjaga integritas dan tampilan logo SMK, tanpa mengubah makna atau pesan utama.
- Logo versi warna negatif menjaga konsistensi identitas visual ketika logo diempatkan di latar belakang berwarna gelap atau kompleks.
- Penggunaan logo negatif dengan *outline* (garis tepi) dibutuhkan untuk meningkatkan keterbacaan, kontras, dan fleksibilitas penerapan logo pada latar belakang tertentu.



Logo versi primer



Logo versi sekunder



Logo versi negatif



Logo versi outline

07.2 Tagline

Tagline SMK BERMUTU UNTUK INDONESIA

Generasi Terampil - Tangguh - Berdaya Saing

Global, sebagai alat komunikasi strategis yang menyampaikan jati diri dan tujuan SMK secara inspiratif.

Logo dengan *tagline* tersedia 2 (dua) versi yaitu **Horizontal** dan **Vertikal**. *Tagline* dapat terpisah atau berdiri sendiri mengikuti komunikasi media yang ada.



**Generasi Terampil
Tangguh
Berdaya Saing Global**

Typeface K2D Extra Bold - Leading Auto





Logo tagline Horizontal primer

Generasi Terampil
Tangguh
Berdaya Saing Global



Generasi Terampil
Tangguh
Berdaya Saing Global

Logo tagline
Vertikal sekunder



Logo tagline Horizontal sekunder

Generasi Terampil
Tangguh
Berdaya Saing Global



Generasi Terampil
Tangguh
Berdaya Saing Global

Logo tagline
Vertikal sekunder

07.3 Zona Aman Logo

Zona aman pada logo membantu memastikan logo **SMK BERMUTU UNTUK INDONESIA** selalu tampil jelas, kuat, dan berwibawa dalam kondisi desain apa pun.

Ukuran minimum logo bertujuan untuk menjaga eksistensi dan keterbacaan elemen logo, terutama teks atau detail kecil agar tidak hilang saat dicetak atau ditampilkan di media digital.





Ukuran minimum



Cetak : 25 mm
Digital: 70 px

Ukuran minimum



Cetak : 25 mm
Digital: 51 px

Contoh penggunaan zona aman logo



Ukuran minimum



Cetak : 43 mm
Digital: 122 px

07.4 Penggunaan Logo yang Benar

Aturan ini memastikan bahwa logo selalu digunakan secara konsisten, benar, dan efektif di semua media dan konteks.

Penggunaan logo yang benar menjadi bagian penting dari pedoman identitas visual agar citra SMK tetap kuat, profesional, dan mudah dikenali.

Contoh penggunaan logo yang benar



Contoh penggunaan logo dalam gambar



07.5 Penggunaan Logo yang Salah

Pengaplikasian logo yang salah dapat menimbulkan dampak negatif terhadap konsistensi, kredibilitas, dan citra visual SMK.

Contoh penggunaan logo yang salah



Mengubah proporsi logo



Mengubah komposisi warna logo



Keterbacaan logo terganggu



Penambahan efek pada logo



Penambahan aksesoris pada logo



Latar belakang yang tidak sesuai

Contoh penggunaan logo yang salah dalam gambar



08 Warna

Warna pada logo bertujuan untuk mewakili identitas, karakter, dan nilai-nilai utama dari sebuah lembaga atau brand secara visual dan emosional.

Identitas visual hanya dapat dikomposisikan dengan **lima warna utama** yang ditentukan beserta turunannya. Penerapan kode warna yang digunakan dapat disesuaikan dengan pemilihan media.

Pergunakan warna-warna yang telah ditentukan spesifikasinya (hitam, putih, dan abu-abu adalah warna pendukung bersifat netral).

Biru Muda	PANTONE 2194C #008acf C 80 M 35 Y 0 K 0 R 0 G 138 B 207	Aqua	PANTONE 2226C #00c7d6 C 68 M 0 Y 19 K 0 R 0 G 199 B 214
Biru Turquoise	PANTONE 2235C #01a09e C 80 M 16 Y 42 K 0 R 0 G 160 B 158	Turquoise Muda	PANTONE 332C #70e3c7 C 48 M 0 Y 32 K 0 R 112 G 227 B 199
Hijau Muda	PANTONE 360C #7dc254 C 56 M 0 Y 89 K 0 R 125 G 194 B 84	Hijau Nipis	PANTONE 3570C #c4fa45 C 27 M 0 Y 92 K 0 R 196 G 250 B 69
Merah Scarlet	PANTONE 3516C #f04024 C 0 M 90 Y 99 K 0 R 240 G 64 B 36	Oranye	PANTONE 3588C #ff8a21 C 0 M 56 Y 95 K 0 R 255 G 138 B 33
Biru Pekat	PANTONE 274C #1c1747 C 99 M 98 Y 37 K 44 R 28 G 23 B 71		

Beberapa variasi logo dalam kombinasi warna



12 Supergrafis

Sebagai elemen pendukung yang memberikan karakteristik, kedalaman, dan keunikan visual pada keseluruhan tampilan identitas.

Menggunakan motif dasar sebagai supergrafis, tidak ada aturan baku dalam memasukkan elemen ini. Setiap desain bebas dengan kreatifitas, pola, ukuran dan warna variatif mengikuti media yang digunakan.



Motif dasar





13 Implementasi

Pada bagian ini menjelaskan bagaimana elemen identitas visual logo **SMK BERMUTU UNTUK INDONESIA** diimplementasikan pada semua media cetak dan digital.

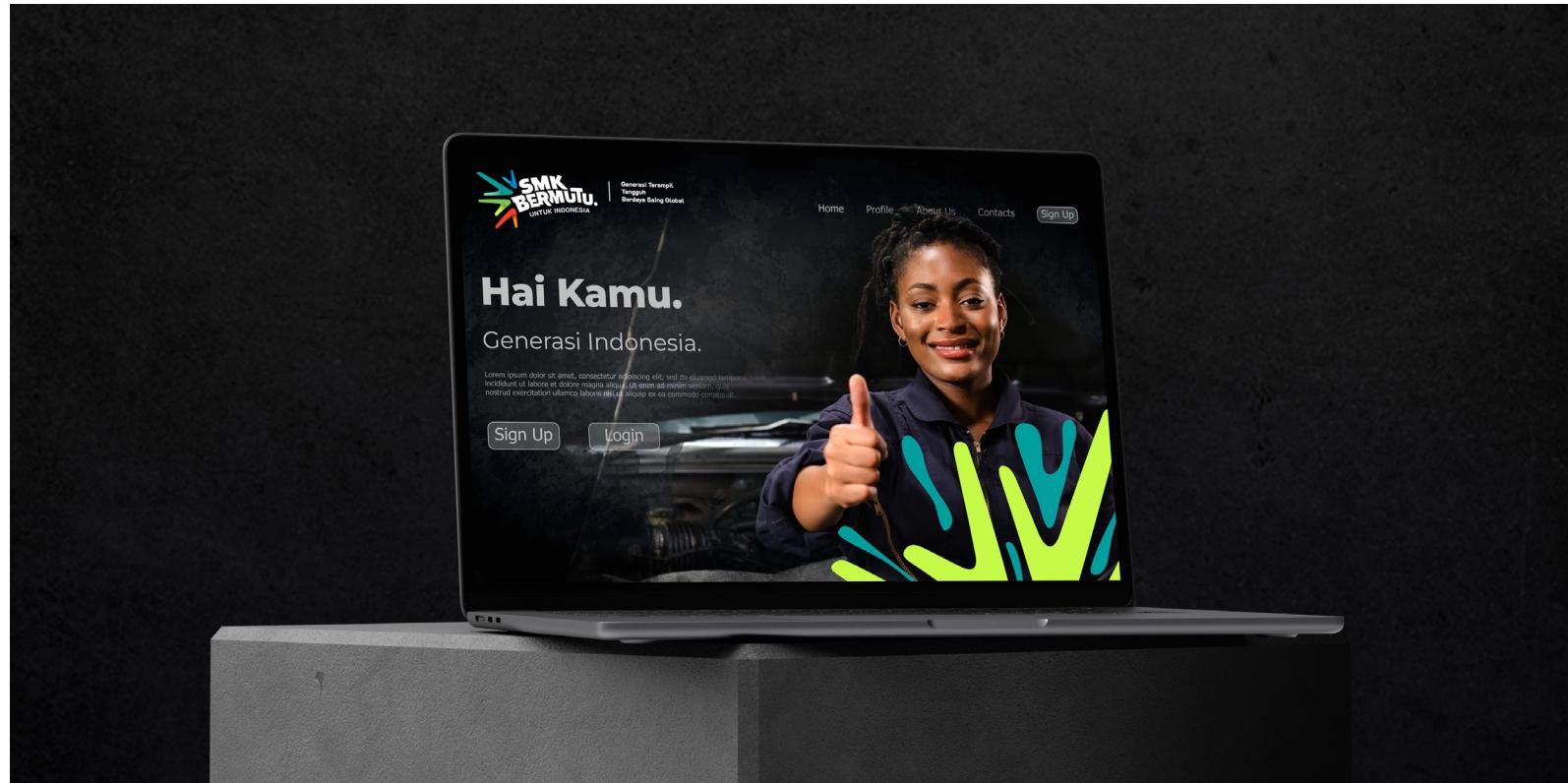
Foto dan teks yang digunakan pada bagian ini hanya sebagai gambaran dan dapat diubah dengan foto yang sesuai dengan panduan fotografi dan teks.

13.1 Media Digital

Berikut adalah implementasi elemen identitas pada media promosi digital.









13.2 Media Ruang Luar

Berikut adalah implementasi elemen identitas pada media promosi luar ruang.





Generasi Terampil
Tangguh
Berdaya Saing Global

**Generasi
Indonesia
Kompetensi
Masa Depan.**





13.3 Cenderamata

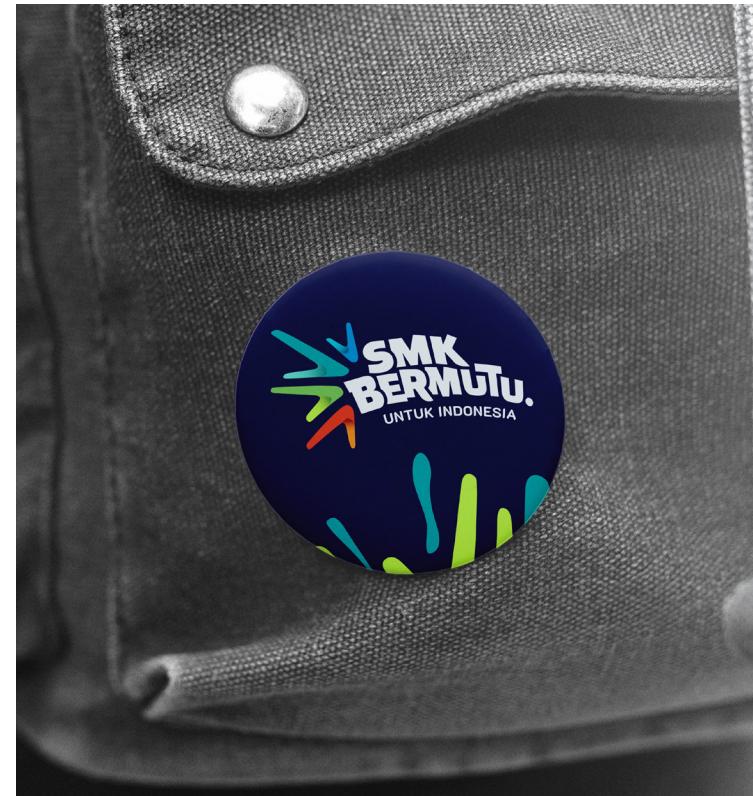
Berikut adalah implementasi elemen identitas pada cenderamata.





















Generasi Terampil
Tangguh
Berdaya Saing Global

Direktorat SMK 2026