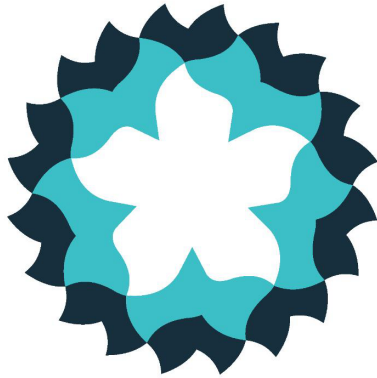
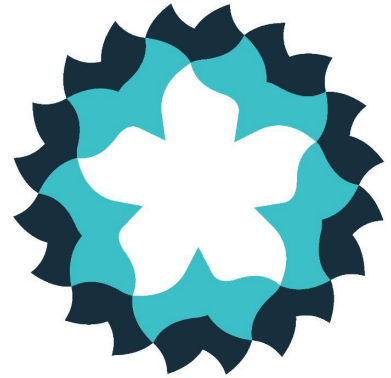


PRIMARY LOGO



KEMENTERIAN
KEBUDAYAAN
REPUBLIK
INDONESIA

AVATAR



TYPOGRAPHY

Aa

Black Bold Regular Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890-+/@&%!?

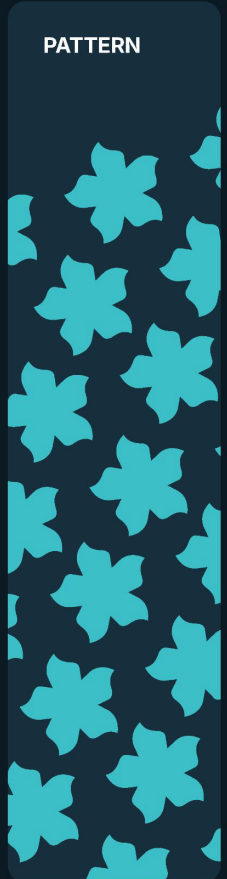
(Inter)
Heading
Subhead

Body
The quick brown fox
jumps over the lazy dog
Description
The quick brown fox jumps over the lazy dog

STATIONARY



PATTERN



COLOR PALETTE

Hex #3FBEC7	Hex #182E3C	Hex #E4FF00
RGB 63 190 199	RGB 24 46 60	RGB 228 225 0
CMYK 68 5 0 22	CMYK 60 23 0 77	CMYK 11 0 100 0

Sea Serpent

Yankees Blue

Chartreuse

BATIK



NARRATIVE

Sebagai lembaga yang kini berdiri mandiri pasca pemisahan dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian Kebudayaan Republik Indonesia hadir untuk membawa semangat baru dalam merancang ulang peran strategis budaya di tengah perubahan zaman.

Dalam konteks global yang semakin dinamis—ditandai oleh digitalisasi, hibriditas budaya, serta transformasi sosial—kebudayaan tidak lagi hanya dipandang sebagai warisan, tetapi sebagai kekuatan

aktif dalam pembangunan nasional. Kementerian ini mendukung visi besar Presiden dan Wakil Presiden untuk mewujudkan Indonesia Maju menuju Indonesia Emas 2045. Melalui pelestarian, pengembangan, dan pemajuan kebudayaan nasional, kementerian ini berkomitmen untuk memperkuat jati diri bangsa, meningkatkan daya saing nasional, serta mendorong kesejahteraan rakyat melalui nilai-nilai budaya yang hidup.

CONCEPT

Identitas visual Kementerian Kebudayaan dibangun di atas fondasi filosofi dan nilai-nilai yang mewakili keragaman budaya sebagai kekuatan pemersatu bangsa. Logo utama terinspirasi dari bunga melati, pupa bangsa yang melambangkan kesucian, keindahan, dan ketulusan karakter yang senantiasa melekat dalam kebudayaan Indonesia. Bentuk lima kelopak utama tersusun secara simetris untuk merepresentasikan Pancasila sebagai dasar ideologis negara.

PHILOSOPHY

Komposisi geometrisnya menciptakan visual yang harmonis namun dinamis, menggambarkan semangat gotong royong dan keterhubungan antar budaya yang menyatu dalam satu jalinan nilai. Desain ini mengusung pendekatan minimalis simbolik—menjaga kesederhanaan bentuk untuk memperkuat kekuatan makna. Identitas yang diciptakan menjadi titik temu antara visual kontemporer dan akar tradisi.

Palet warna dalam identitas visual ini mencerminkan karakter geografis dan budaya Indonesia sebagai negara kepulauan yang maritim. Yankees Blue melambangkan kedalaman laut Nusantara dan kestabilan nilai-nilai budaya yang menyatukan ribuan pulau. Sea Serpent menyiratkan pesisir yang dinamis, tempat terjadinya pertukaran budaya, keterbukaan, dan dialog lintas komunitas. Sementara Chartreuse hadir sebagai aksen terang yang menggambarkan vitalitas, keberagaman, dan energi kreatif

budaya Indonesia yang terus tumbuh dan bergerak ke arah masa depan. Transisi antar kelopak dalam bentuk logo melambangkan keberagaman budaya yang terus terjalin dan diwariskan dari generasi ke generasi. Kelopak yang mekar merepresentasikan dinamika budaya Indonesia. Bukan sesuatu yang statis, tetapi selalu bertumbuh, berinovasi, dan relevan dengan perubahan zaman.

ID 601 Visual Identity for Ministry of Culture of The Republic of Indonesia

Christopher Adam

As an institution that now stands independently following its separation from the Ministry of Education and Culture, the Ministry of Culture of the Republic of Indonesia is present to bring a new spirit in redesigning the strategic role of culture amid changing times. In an increasingly dynamic global context—marked by digitalization, cultural hybridity, and social transformation—culture is no longer viewed only as heritage, but as an active force in national development. This ministry supports the grand vision of the President and Vice President to realize an Advanced Indonesia towards Golden Indonesia 2045. Through the preservation, development, and advancement of national culture, this ministry is committed to strengthening national identity, enhancing national competitiveness, and promoting public welfare through living cultural values.