

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL LEMBAH OYA
KEDUNGJATI SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI SKEMA ARTIS



Disusun oleh :

Yildiraffadhil Ridho
21.96.2523

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL LEMBAH OYA
KEDUNGJATI SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana pada Program
Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Yildiraffadhil Ridho
21.96.2523

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL LEMBAH OYA
KEDUNGJATI SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yildiraffadhil Ridho
NIM 21.96.2523

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 08 Juli 2025

Dosen Pembimbing,



Sheila Lestari Giza Pudrianisa, S.I.Kom, M.I.Kom
NIK. 190302437

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL LEMBAH OYA
KEDUNGJATI SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yildiraffadhil Ridho
NIM 21.96.2523

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 29 Juli 2025

Nama Penguji

Riski Damastuti, S.Sos., M.A.
NIK. 190302475

Devi Wening Astari, M.I.Kom
NIK. 190302655

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, S.I.Kom, M.I.Kom
NIK. 190302437

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom, Ph.D
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Juli 2025

Ma



Yildiraffadhil Ridho

NIM. 21.96.2523

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom, Ph.D. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Erik Hadi Saputra, S. Kom., M.Eng. (Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi).
4. Sheila Lestari Giza Pudrianisa, S.I.Kom., M.I.Kom. (Pembimbing).
5. Agus Setyawan (Ketua Pengelola Destinasi Wisata Lembah Oya Kedungjati).
6. Yildiraffadhil Ridho selaku penulis.
7. Keluarga, kerabat, serta semua pihak yang telah mendukung penulis.

Yogyakarta, 10 Juli 2025



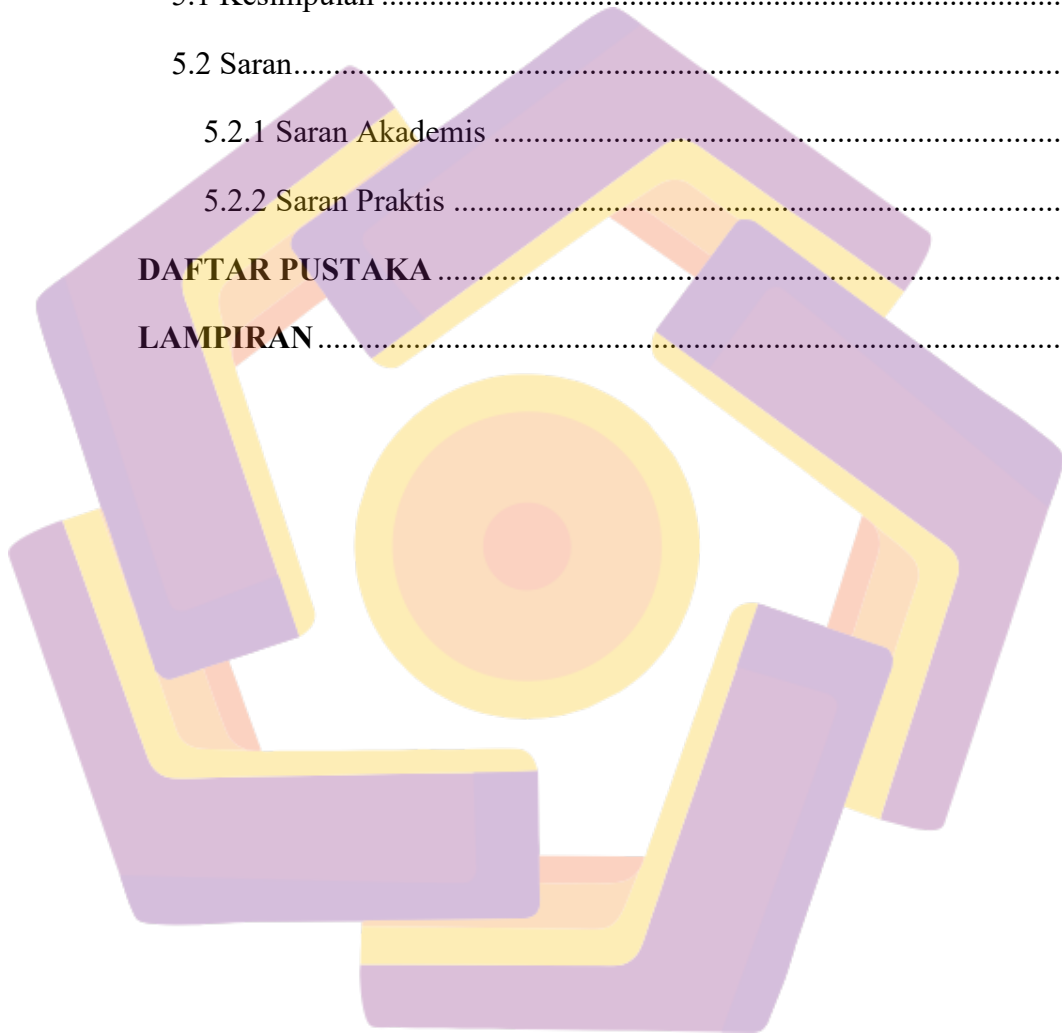
Yildiraffadhil Ridho

DAFTAR ISI

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL LEMBAH OYA KEDUNGJATI SEBAGAI MEDIA PROMOSI SAMPUL	i
PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL LEMBAH OYA KEDUNGJATI SEBAGAI MEDIA PROMOSI JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	ivii
LEMBAR PENGESAHAN.....	vv
PERNYATAAN ORISINIALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya.....	1
1.2 Manfaat	10
1.2.1 Manfaat Praktis	10
1.2.2 Manfaat Akademis	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Referensi Karya Sebelumnya.....	11

2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Identitas Visual.....	16
2.2.2 Logo	18
2.2.3 Teori Warna	21
2.2.4 Tipografi.....	33
2.2.5 Media Promosi	38
BAB III	39
METODE PEMBUATAN KARYA.....	39
3.1 Riset Dalam Pra Produksi	39
3.2 Deskripsi Karya.....	40
3.2.1. Format Konten	40
3.2.2 Format Media	41
3.2.3 Isi Pesan Karya.....	43
3.2.4 Target Audiens	44
3.2.5 Volume Konten	46
3.2.6 Periode Publikasi Konten.....	50
3.3 Kerangka Konsep	51
BAB IV	52
PEMBAHASAN HASIL KARYA	52
4.1 Deskripsi Karya.....	52
4.2 Perubahan Logo	52
4.2.1 Filosofi Logo.....	53
4.2.2 Pemilihan Warna	57
4.2.3 Pemilihan Tipografi	60
4.2.4 Implementasi Karya	62

4.3 Uraian Proses Produksi	76
4.4 Kendala dan Pemecahan Masalah.....	77
BAB V	78
PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	79
5.2.1 Saran Akademis	79
5.2.2 Saran Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	91

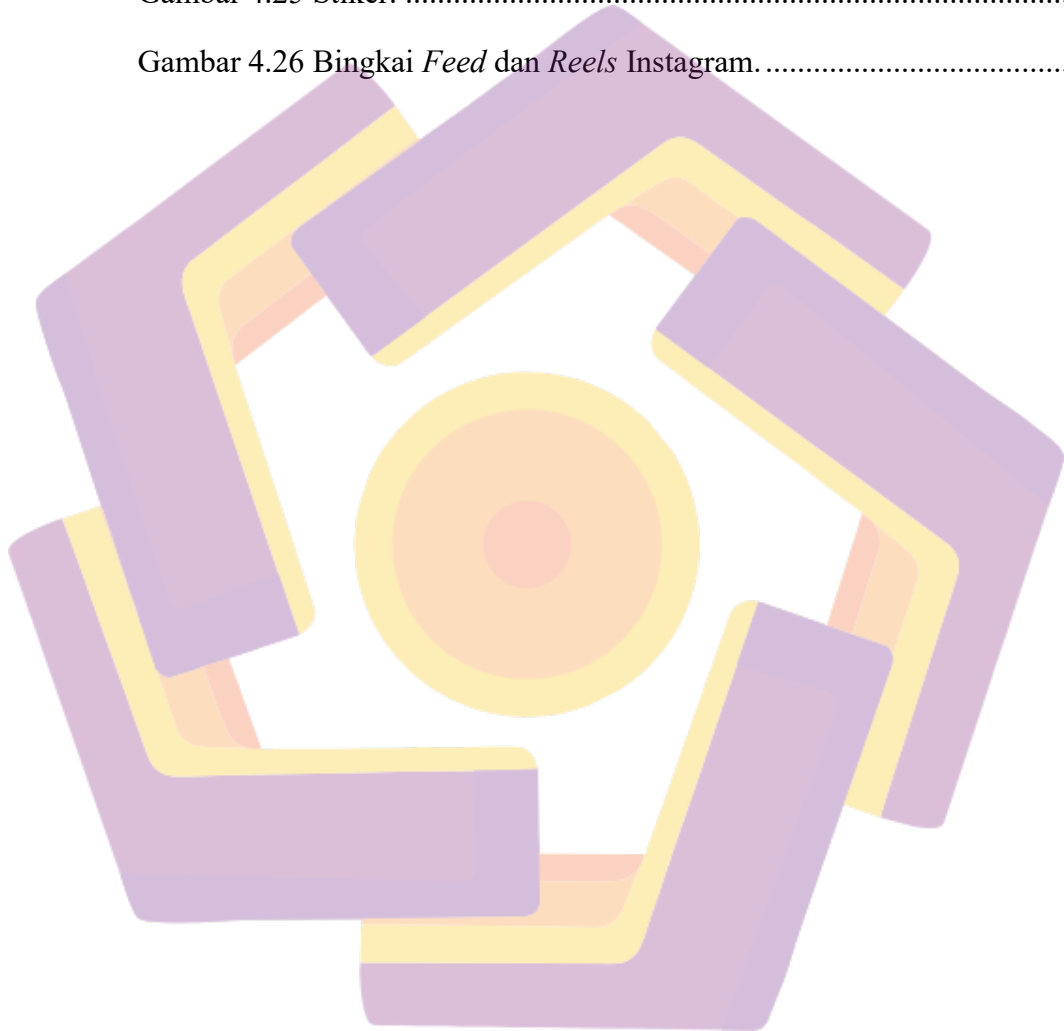


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Statistik Pertumbuhan Pariwisata Nusantara Indonesia Tahun 2019 hingga 2024.....	2
Gambar 1.2 Grafik Statistik Kunjungan Pariwisata Nusantara ke Yogyakarta Tahun 2019 hingga 2024.....	3
Gambar 1.3 Grafik Statistik Kunjungan Pariwisata Nusantara ke Bantul Pada Tahun 2024.....	4
Gambar 1.4 Wisata Lembah Oya Kedungjati.....	5
Gambar 1.5 Pembukaan Kembali Lembah Oya Kedungjati.....	6
Gambar 1.6 Festival Kali Oya.....	7
Gambar 1.7 Logo Lembah Oya Kedungjati.....	8
Gambar 2.1 Contoh <i>Logosignature</i>	20
Gambar 2.2 Contoh <i>Logomark</i>	20
Gambar 2.3 Contoh Logo <i>Word Mark</i>	21
Gambar 2.4 Warna Primer.....	23
Gambar 2.5 Warna Sekunder.....	23
Gambar 2.6 Warna Tersier.....	24
Gambar 2.7 Contoh Warna Campuran.....	25
Gambar 2.8 Contoh Warna Komplementer.....	26
Gambar 2.9 Contoh Warna Analogous.....	26
Gambar 2.10 Contoh Warna Triadic.....	27
Gambar 2.11 Contoh Warna Split Komplementer.....	28
Gambar 2.12 Contoh Warna Tetradic (<i>Rectangle</i>).....	28
Gambar 2.13 Contoh Sifat Warna.....	29
Gambar 2.14 <i>Font serif</i>	35

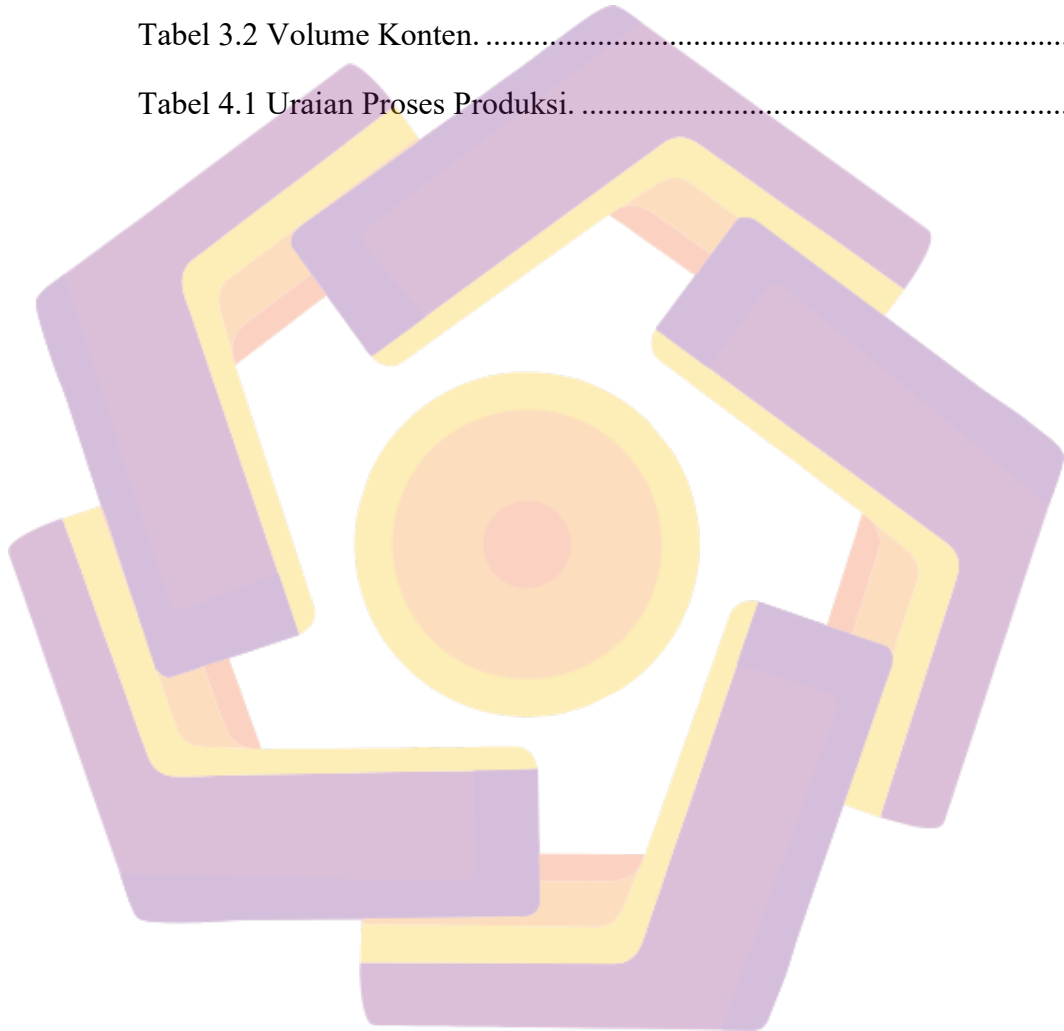
Gambar 2.15 <i>Font sans serif</i>	36
Gambar 2.16 <i>Font script</i>	36
Gambar 2.17 <i>Font slab serif</i>	37
Gambar 2.18 <i>Font display</i>	38
Gambar 3.1 Kerangka Konsep.	51
Gambar 4.1 Logo Baru Lembah Oya Kedungjati.	53
Gambar 4.2 Logo Baru Lembah Oya Kedungjati Hitam Putih.	54
Gambar 4.3 Tulisan Lembah Oya.	54
Gambar 4.4 Orang Melayung Kano.	55
Gambar 4.5 Bukit.	55
Gambar 4.6 Aliran Sungai.	56
Gambar 4.7 Garis Bawah.	56
Gambar 4.8 Tulisan “KEDUNGJATI”.	56
Gambar 4.9 Warna.	58
Gambar 4.10 Implementasi Warna Logo Baru.	60
Gambar 4.11 Tipografi Pada Logo Baru Lembah Oya Kedungjati.	61
Gambar 4.12 <i>Banner</i> Selamat Datang.	62
Gambar 4.13 <i>Banner</i> Rute.	63
Gambar 4.14 <i>Banner</i> Peraturan.	64
Gambar 4.15 <i>Banner</i> Parkir.	64
Gambar 4.16 <i>Banner Price List</i>	65
Gambar 4.17 Kop Surat dan Amplop.	66
Gambar 4.18 Stempel.	67
Gambar 4.19 Buku Tamu.	67
Gambar 4.20 Karcis Parkir.	69

Gambar 4.21 Tiket Kano.....	69
Gambar 4.22 Kaos.....	71
Gambar 4.23 <i>Totebag</i>	72
Gambar 4.24 Gantungan Kunci.....	73
Gambar 4.25 Stiker.	74
Gambar 4.26 Bingkai <i>Feed</i> dan <i>Reels</i> Instagram.....	75



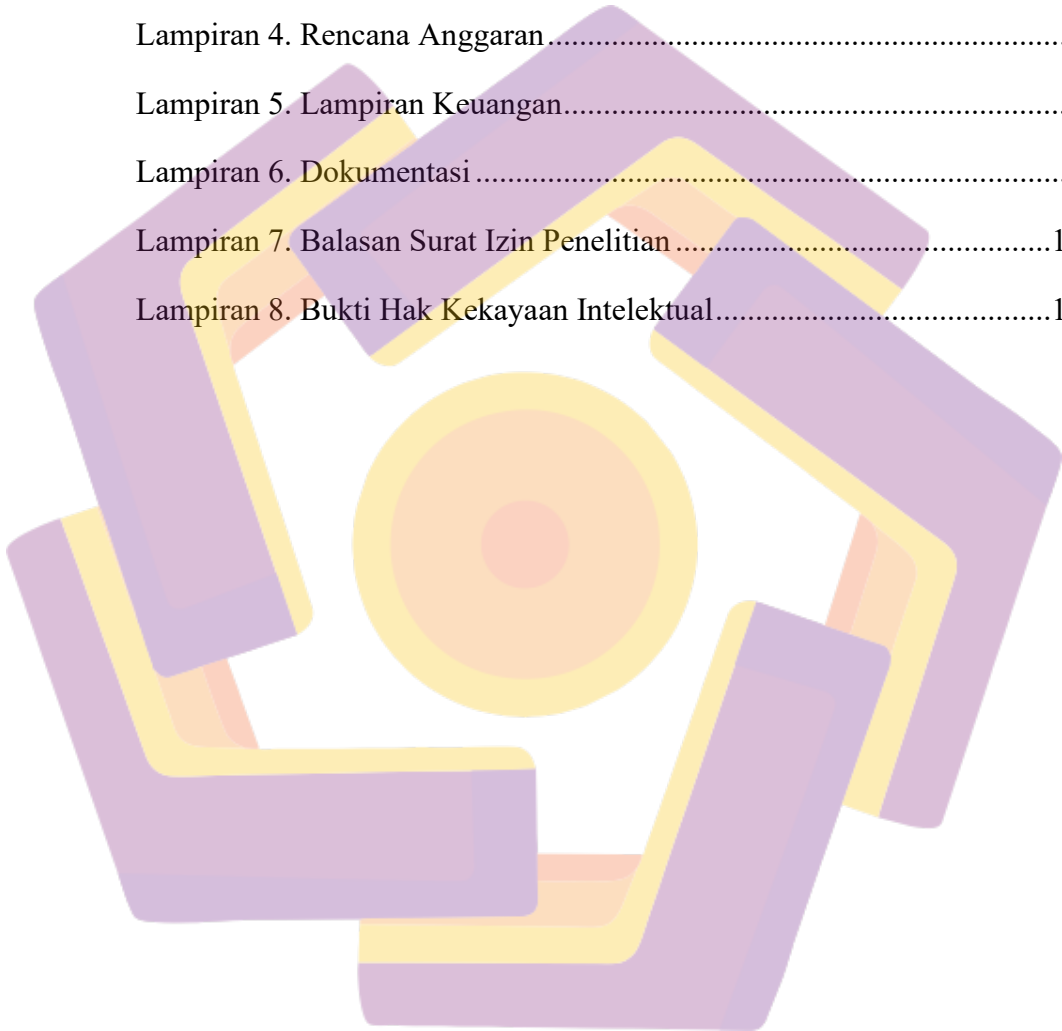
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya Sebelumnya.	11
Tabel 2.2 Referensi Logo.	14
Tabel 3.1 Target Audiens.	44
Tabel 3.2 Volume Konten.	46
Tabel 4.1 Uraian Proses Produksi.	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tautan Karya.....	92
Lampiran 2. Kebutuhan Peralatan	94
Lampiran 3. <i>Timeline</i> Kerja.....	95
Lampiran 4. Rencana Anggaran.....	97
Lampiran 5. Lampiran Keuangan.....	98
Lampiran 6. Dokumentasi	99
Lampiran 7. Balasan Surat Izin Penelitian	100
Lampiran 8. Bukti Hak Kekayaan Intelektual.....	101



ABSTRAK

Karya ini bertujuan untuk memperkuat representasi visual sebuah destinasi wisata alam yang terjangkau dan dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat. Meskipun telah memiliki strategi pemasaran yang baik, visualisasi yang ada belum mampu mencerminkan karakter khas serta belum optimal untuk diterapkan di berbagai platform. Selain itu, visual yang digunakan masih memiliki potensi permasalahan hukum terkait orisinalitas dan plagiarisme. Untuk mengatasi hal tersebut, dirancanglah sebuah logo baru dengan pendekatan kombinasi antara simbol dan tipografi. Desain mengusung elemen seperti sosok pendayung kano, pegunungan, serta aliran sungai, yang merujuk pada destinasi wisata alam di sekitar sungai yang terletak di antara perbukitan. Penggunaan tipografi Playball yang termasuk dalam keluarga huruf skrip yang dimaksudkan untuk menarik perhatian sedangkan tipografi Quicksand digunakan untuk menunjukkan formalitas yang bersih dan nyaman. Warna biru dipilih berdasarkan teori harmonisasi warna Analogous guna memperkuat kesan sejuk dan kejernihan pikiran. Agar visual ini dapat diterapkan secara konsisten, disusun pula pedoman visual dalam bentuk Graphic Standard Manual yang dapat diterapkan di berbagai media cetak maupun digital.

Kata Kunci : Identitas visual, media promosi, Lembah Oya Kedungjati.

ABSTRACT

*This project aims to strengthen the visual representation of a natural tourist destination that is affordable and accessible to all. While the destination already has a solid marketing strategy, its existing visuals do not yet reflect its unique character and are not fully optimized for various platforms. Additionally, the current visual elements may pose legal concerns regarding originality and potential plagiarism. To resolve this, a new logo was designed using a combination of symbol and typography, incorporating elements such as a canoeist, mountains, and a flowing river, representing the natural landscape surrounding a river between hills. The typeface *Playball*, from the script font family, was used to attract attention with a dynamic feel, while *Quicksand* was chosen for its clean and comfortable appearance, conveying approachable formality. Blue was selected based on the analogous color harmony theory to reinforce a sense of coolness and mental clarity. To ensure consistent implementation across both print and digital media, a *Graphic Standard Manual* was also developed.*

Keyword : *Visual identity, promotional media, Lembah Oya Kedungjati.*

