

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI IDENTITAS VISUAL
WISATA AIR TERJUN KEDUNG KAYANG KABUPATEN
MAGELANG**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh

MUHAMMAD ARRASIT

22.96.3010

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI IDENTITAS VISUAL
WISATA AIR TERJUN KEDUNG KAYANG KABUPATEN
MAGELANG**

SKRIPSI SKEMA ARTIS

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh
MUHAMMAD ARRASIT
22.96.3010

Kepada
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2026

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS**

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI IDENTITAS VISUAL WISATA
AIR TERJUN KEDUNG KAYANG KABUPATEN MAGELANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Arrasit
22.96.3010

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 20 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



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

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI SKEMA ARTIS**

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI IDENTITAS VISUAL WISATA
AIR TERJUN KEDUNG KAYANG KABUPATEN MAGELANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Arrasit
22.96.3010

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 20 Februari 2026

Nama Penguji

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A
NIK. 190302435

Erfina Nurussa'adah, S.I.Kom, M.A
NIK. 190302361

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

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(20 Februari 2026)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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, 16 Februari 2026



Handwritten signature of Muhammad Arrasit.

Muhammad Arrasit
NIM. 22.96.3010

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami 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 kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. (Kaprodin, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom., (Pembimbing)
5. Surono Abdurrohman (Penanggung jawab Kedung Kayang)
6. Seluruh anggota keluarga saya
7. Dan teman-teman seperjuangan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Yogyakarta, 16 Februari 2026



Muhammad Arrasit

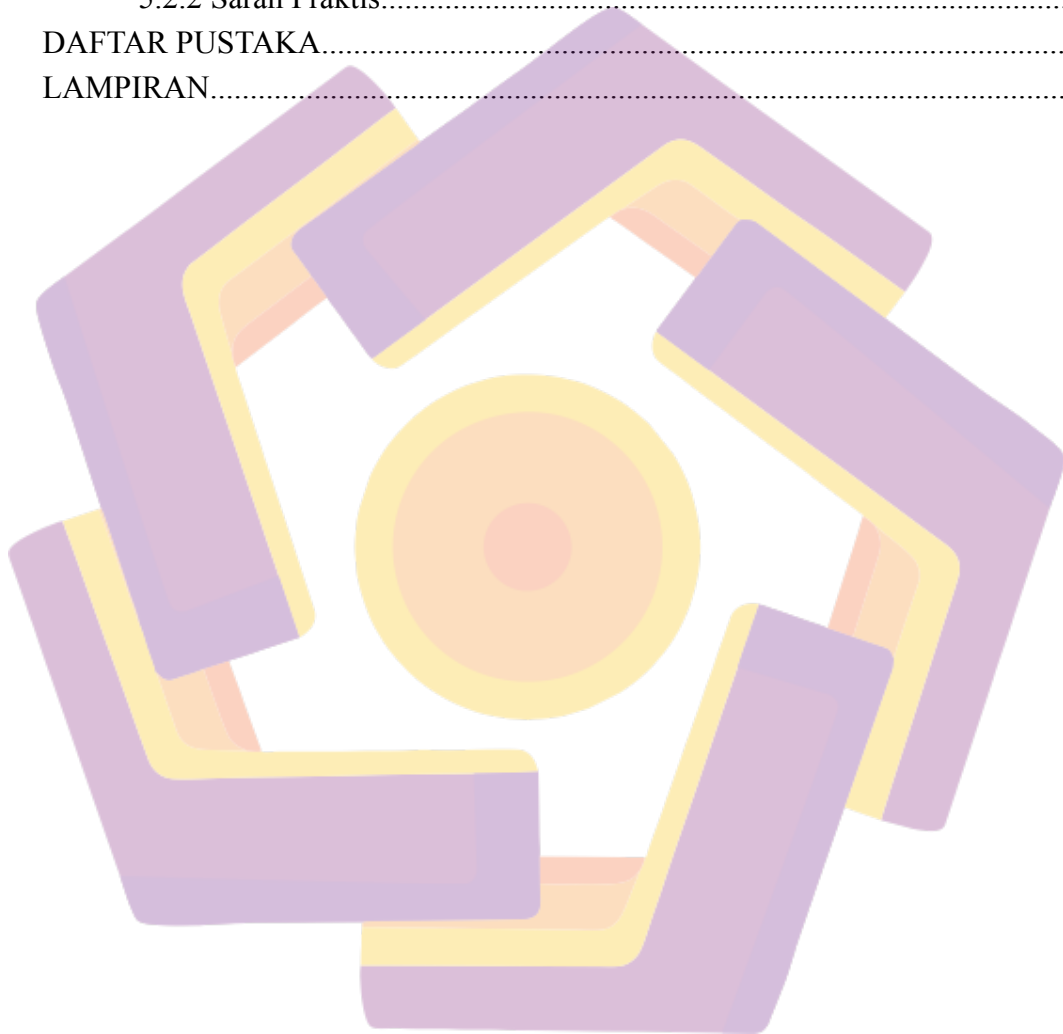
DAFTAR ISI

PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI IDENTITAS VISUAL WISATA AIR TERJUN KEDUNG KAYANG KABUPATEN MAGELANG.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Manfaat penelitian.....	10
1.2.1 Manfaat Akademis.....	10
1.2.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Referensi karya.....	12
2.1.1 Referensi Logo.....	12
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Identitas Visual.....	15
2.2.1.1 Fungsi Identitas Visual.....	16
2.2.1.2 Penerapan Identitas Visual.....	16
2.2.2 Teori Logo.....	16
2.2.2.1 Fungsi Logo.....	17
2.2.2.1.1 Identitas Diri.....	17
2.2.2.1.2 Tanda Kepemilikan.....	17
2.2.2.1.3 Tanda Jaminan Kualitas.....	18
2.2.2.1.4 Perlindungan dari Peniruan.....	18
2.2.2.2 Jenis logo.....	18
2.2.2.2.1 Logotype.....	18
2.2.2.2.2 Logomark.....	19
2.2.2.2.3 Logo Combination Mark.....	19
2.2.3 Teori Tipografi.....	20
2.2.3.1 Jenis Tipografi.....	21

2.2.3.1.1 Huruf Serif.....	21
2.2.3.1.2 Huruf Sans Serif.....	22
2.2.3.1.3 Huruf Script.....	23
2.2.3.1.4 Huruf Decorative.....	23
2.2.4 Teori Warna.....	24
2.2.4.1 Teori Komplementari Warna.....	25
2.2.4.1.1 Warna Premier.....	25
2.2.4.1.2 Warna Sekunder.....	26
2.2.4.1.3 Warna Tersier.....	26
2.2.4.1.4 Warna Netral.....	27
2.2.4.1.5 Teori Harmonisasi Warna.....	27
2.2.4.1.6 Warna Analogous.....	28
2.2.4.1.7 Warna Komplementer.....	28
2.2.4.1.8 Warna Triadic.....	29
2.2.4.1.9 Warna Split Komplementer.....	29
2.2.4.1.10 Warna Tetradic (rectangle).....	30
2.2.4.1.11 Warna Monokromatik.....	30
2.2.4.3 Teori Psikologi Warna.....	31
2.2.4.3.1 Biru.....	31
2.2.4.3.2 Merah.....	32
2.2.4.3.3 Hijau.....	32
2.2.4.3.4 Kuning.....	32
2.2.4.3.5 Hitam.....	33
2.2.4.3.6 Putih.....	33
2.2.4.3.7 Pink.....	33
2.2.4.3.8 Cokelat.....	34
2.2.4.3.9 Ungu.....	34
2.2.5 Supergrafis.....	35
2.2.6 Graphic Standard Manual / Pedoman Sistem Identitas.....	36
2.2.7 Teori Media Promosi.....	36
2.2.7.1 Tujuan Promosi.....	37
2.2.7.1.1 Memodifikasi Perilaku Konsumen.....	38
2.2.7.1.2 Memberikan Informasi.....	38
2.2.7.1.3 Membujuk.....	38
2.2.7.1.4 Mengingat.....	38
BAB III RENCANA PERANCANGAN.....	39
3.1 Riset dalam pra produksi.....	39
3.2 Deskripsi Karya.....	40

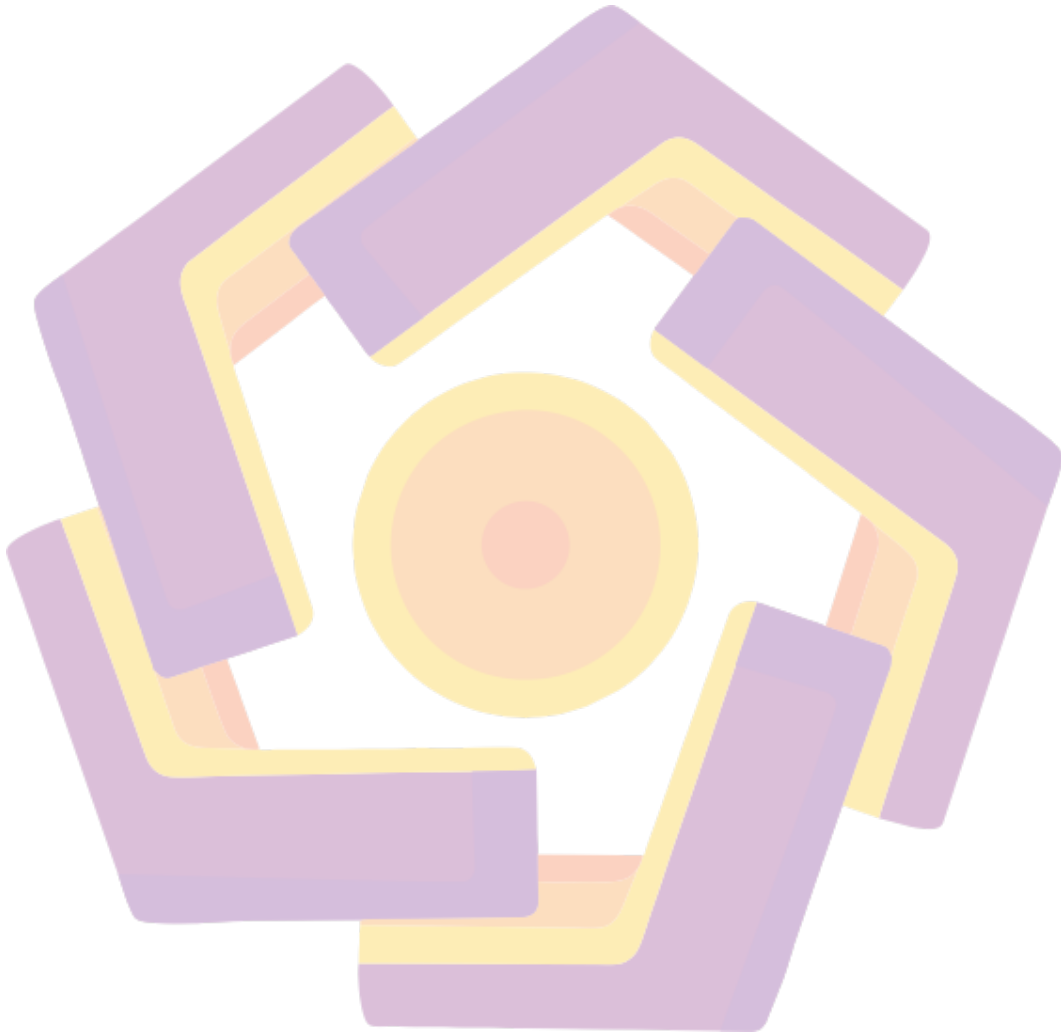
3.2.1 Format Content.....	40
3.2.2 Format Media.....	41
3.2.1.1 Media Cetak.....	41
3.2.2.2 Media Digital.....	41
3.2.3 Volume Konten.....	42
3.2.4 Target Audiens.....	47
3.2.5 Periode Publikasi Konten.....	51
3.2.6 Gambaran Isi Pesan Karya.....	51
3.2.1 Kerangka Konsep.....	52
BAB IV PEMBAHASAN HASIL KARYA.....	53
4.1 Deskripsi Karya.....	53
4.1 Perancangan Logo.....	54
4.2.1 Filosofi Logo.....	56
4.2.1.1 Dua puncak gunung.....	57
4.2.1.2 Daun.....	58
4.2.1.3 Air.....	59
4.2.1.4 Keseimbangan.....	60
4.2.2 Pemilihan Warna.....	61
4.2.2.1 Warna Gradasi Biru.....	62
4.2.2.2 Warna Gradasi Hijau.....	63
4.2.2.3 Warna Gradasi Coklat.....	64
4.2.3 Pemilihan Tipografi.....	65
4.2.3.1 Font Averia.....	67
4.2.3.2 Font Averia.....	68
4.2.4 Implementasi Karya.....	69
4.2.4.1 Leaflet.....	69
4.2.4.2 Kartu Nama.....	69
4.2.4.3 Spanduk.....	70
4.2.4.4 Kaos.....	71
4.2.4.5 Payung.....	72
4.2.4.6 Buku Tamu.....	72
4.2.4.7 Kop Surat.....	73
4.2.4.8 Stempel.....	74
4.2.4.9 Sticker.....	75
4.2.4.10 Kemasan Kopi Bubuk.....	76
4.2.4.11 Sandal.....	76
4.3 Uraian Proses Pascaproduksi dan Produksi.....	77
4.4 Kendala dan Pemecahan Masalah.....	79

4.2.1 Kendala dalam Proses Perancangan.....	79
4.4.2 Pemecahan Masalah dalam Proses Perancangan.....	79
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	80
5.2.1 Saran Akademis.....	80
5.2.2 Saran Praktis.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	86



DAFTAR TABEL

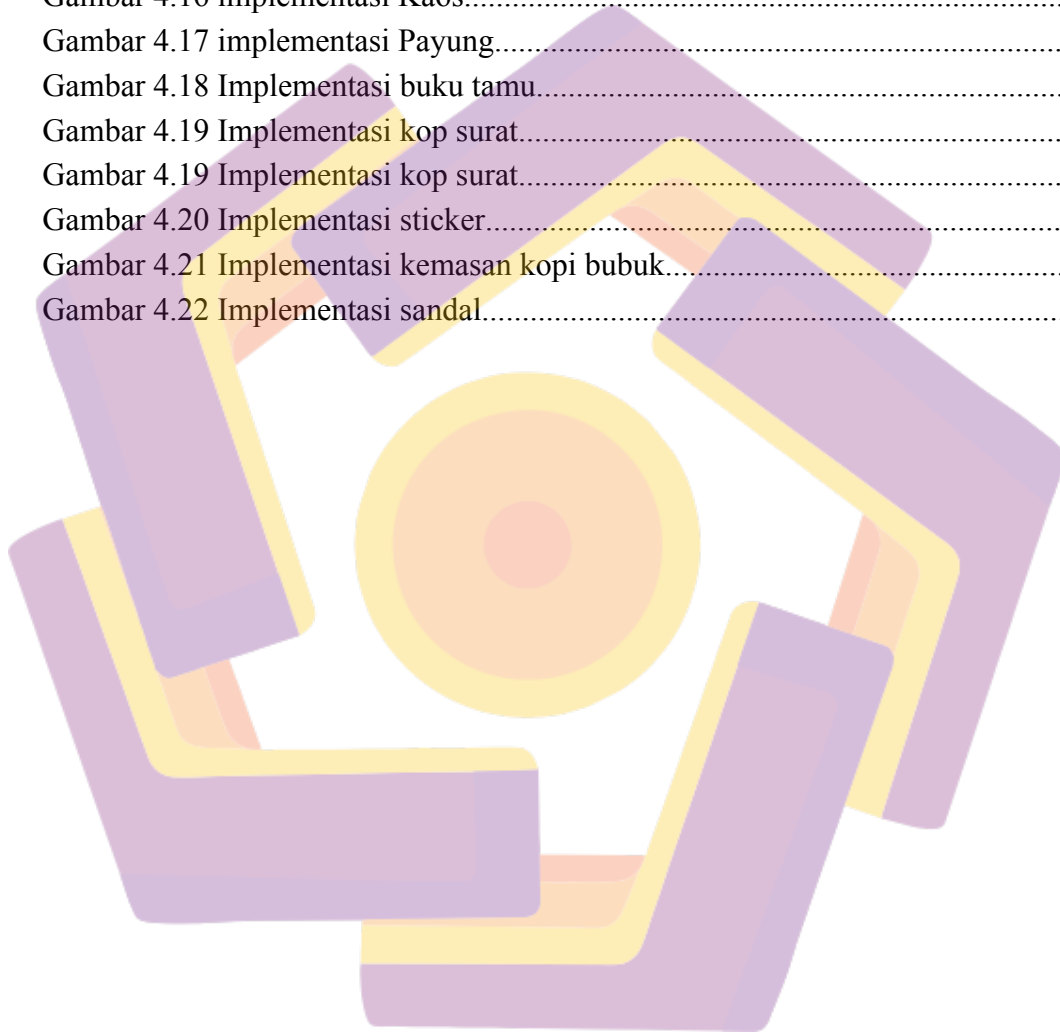
Tabel 2.1 Referensi Logo.....	12
Tabel 3.1 Output dan Volume Karya.....	43
Tabel 3.2 Target Audiens Wisata Air Terjun Kedung Kayang.....	48
Tabel 4.1 Uraian Proses Pascaproduksi dan Produksi.....	78



DAFTAR GAMBAR

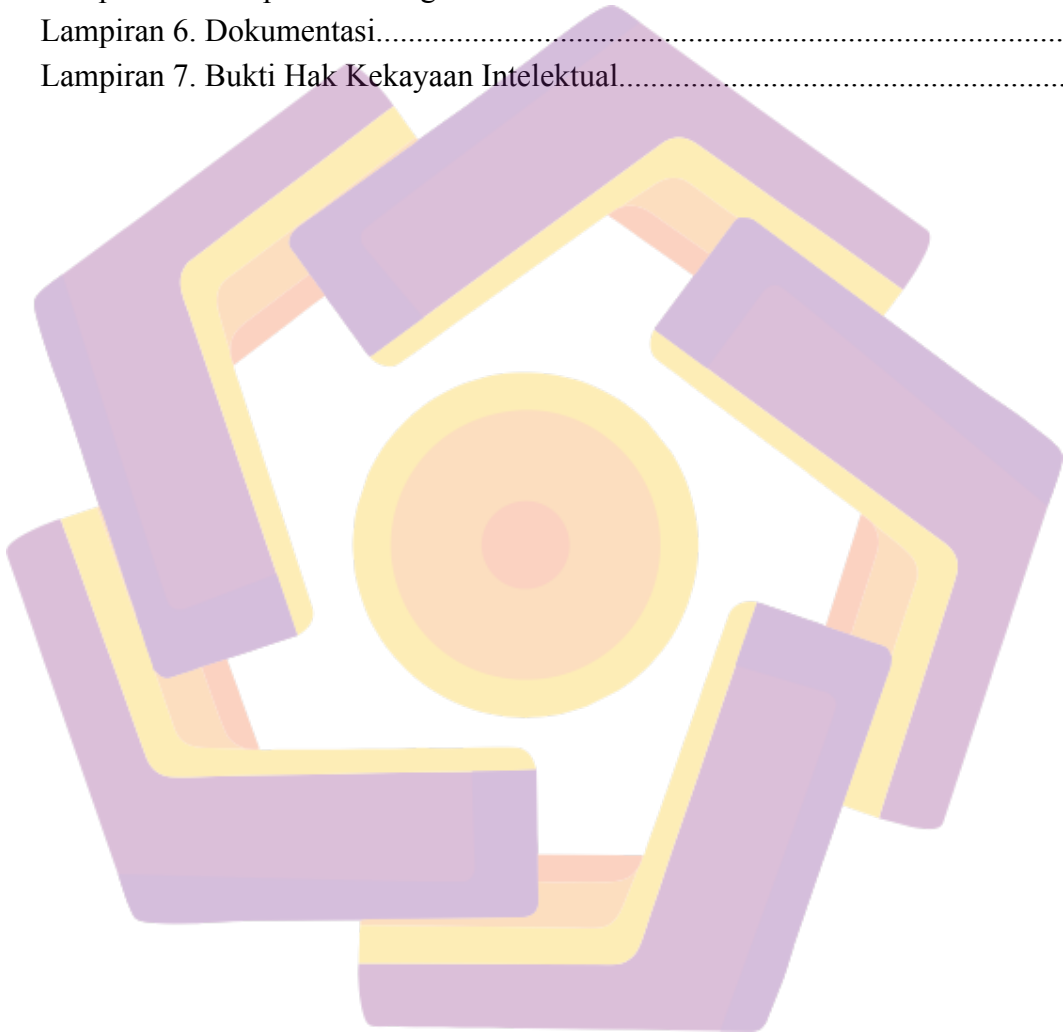
Gambar 1.1 Grafik perjalanan wisatawan nusantara tahun 2020-2025.....	1
Gambar 1.2 Jumlah kunjungan wisatawan Provinsi Jawa Tengah.....	2
Gambar 1.3 Jumlah kunjungan wisatan kabupaten magelang tahun 2020-2024.....	3
Gambar 1.4 Jumlah pengunjung air terjun kedung kayang magelang tahun 2023..	4
gambar 1.5 monografi desa Wonolelo.....	5
Gambar 1.6 Lahan Pertanian kopi Arabika khas desa Wonolelo.....	6
Gambar 1.7 Brand image transformation.....	8
Gambar 2.1 Contoh logo Logotype.....	19
Gambar 2.2 Contoh logo Logomark.....	19
Gambar 2.3 Contoh logo kombinasi.....	20
Gambar 2.4 Contoh huruf serif.....	22
Gambar 2.5 Contoh font sans serif.....	22
Gambar 2.6 Contoh font Script.....	23
Gambar 2.7 Contoh font dekorative.....	24
Gambar 2.8 Warna Premier.....	25
Gambar 2.9 Warna Sekunder.....	26
Gambar 2.10 Warna Sekunder.....	26
Gambar 2.11 Warna Netral.....	27
Gambar 2.12 Warna analogous.....	28
Gambar 2.13 Warna komplementer.....	28
Gambar 2.14 Warna Triadic.....	29
Gambar 2.15 Warna Split Komplementer.....	29
Gambar 2.15 Warna Split Komplementer.....	30
Gambar 2.17 Warna monokromatik.....	31
Gambar 2.7 Supergrafis HUT RI ke-75.....	35
Gambar 2.9 Graphic Standard Manual Dua Putri.....	36
Gambar 3.1 Kerangka konsep Logo.....	52
Gambar 4.1 Logo Wisata Air Terjun Kedung Kayang.....	56
Gambar 4.2 Filosofi siluet dua gunung.....	57
Gambar 4.3 Filosofi siluet daun.....	58
Gambar 4.4 Filosofi siluet Air.....	59
Gambar 4.5 Filosofi Keseimbangan.....	60
Gambar 4.6 Color pallate logo.....	62
Gambar 4.7 Warna Gradasi Biru.....	62
Gambar 4.8 Warna Gradasi Hijau.....	63
Gambar 4.9 Warna Gradasi Coklat.....	64

Gambar 4.10 Variasi Logo Wisata Air Terjun Kedung Kayang.....	66
Gambar 4.11 Font averia.....	67
Gambar 4.12 Font Montserrat.....	68
Gambar 4.13 implementasi Leaflet.....	69
Gambar 4.14 implementasi Kartu Nama.....	70
Gambar 4.15 implementasi Spanduk.....	71
Gambar 4.16 implementasi Kaos.....	71
Gambar 4.17 implementasi Payung.....	72
Gambar 4.18 Implementasi buku tamu.....	73
Gambar 4.19 Implementasi kop surat.....	74
Gambar 4.19 Implementasi kop surat.....	75
Gambar 4.20 Implementasi sticker.....	75
Gambar 4.21 Implementasi kemasan kopi bubuk.....	76
Gambar 4.22 Implementasi sandal.....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tautan Karya.....	87
Lampiran 2. Kebutuhan Peralatan.....	89
Lampiran 3. Timeline Kerja.....	90
Lampiran 4. Rencana Anggaran.....	92
Lampiran 5. Lampiran Keuangan.....	94
Lampiran 6. Dokumentasi.....	96
Lampiran 7. Bukti Hak Kekayaan Intelektual.....	97



ABSTRAK

Wisata Air Terjun Kedung Kayang merupakan destinasi wisata alam yang mengusung keindahan air terjun, panorama pegunungan, serta potensi lokal di Kabupaten Magelang. Namun, Ketiadaan identitas visual membuat karakter destinasi kurang terrepresentasi dan kurang dikenal khalayak luas. Oleh karena itu, perancangan identitas visual tidak sekadar menghadirkan logo, melainkan menjadi instrumen strategis untuk memperkuat citra destinasi melalui implementasi terpadu pada berbagai media promosi. Karya ini bertujuan untuk merancang identitas visual Wisata Air Terjun Kedung Kayang sebagai media promosi, merepresentasikan filosofi destinasi, serta melegalisasi logo melalui pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Logo dirancang menggunakan jenis *combination mark* dengan penggabungan beberapa elemen, meliputi tipografi yang memiliki tingkat keterbacaan tinggi menggunakan font *serif* dekoratif yaitu Averia sebagai *headline* yang dipadukan dengan font *sans-serif* yaitu Montserrat sebagai *sub-headlinenya*, Skema warna *split complementary* memadukan hijau merepresentasikan kesuburan, biru menggambarkan air serta kesejukan, dan coklat menunjukkan kestabilan serta kekuatan alam untuk menghasilkan komposisi yang harmonis dan kontras seimbang. Simbol dua puncak pegunungan, daun, dan aliran air mempertegas karakter alam sekaligus identitas Wisata Air Terjun Kedung Kayang. Untuk menjaga konsistensi penerapan identitas visual disusun *Graphic Standard Manual* sebagai pedoman penggunaan logo pada berbagai media promosi, meliputi media cetak seperti banner, leaflet, kartu nama, kop surat, dan buku tamu, serta *merchandise* berupa kaos, sandal, payung, stiker, dan kemasan kopi. Dengan adanya identitas visual, destinasi memiliki wajah dan sistem komunikasi yang jelas. Harapannya, meningkat *brand awareness*, citra destinasi semakin kuat, dan minat kunjungan wisatawan bertambah.

Kata kunci : identitas visual, logo, Kedung Kayang

ABSTRACT

Kedung Kayang Waterfall Tourism is a natural tourism destination that highlights the beauty of the waterfall, mountain panoramas, and local potential in Magelang Regency. However, the absence of a consistent identity not only causes the destination's character to be underrepresented but also makes it less recognized by the wider public. Therefore, the design of the visual identity does not merely present a logo, but serves as a strategic instrument to strengthen the destination's image through integrated implementation across various promotional media. This work aims to design the visual identity of Kedung Kayang Waterfall Tourism as a promotional medium, represent the philosophy of the destination, and legalize the logo through Intellectual Property Rights (IPR) registration. The logo is designed using a combination mark type by merging several elements, including typography with a high level of readability using a decorative serif font, Averia, as the headline paired with a sans-serif font, Montserrat, as the sub-headline. The split complementary color scheme combines green representing fertility, blue symbolizing water and freshness, and brown indicating stability and natural strength to produce a harmonious and balanced contrast composition. The symbols of two mountain peaks, leaves, and flowing water reinforce the natural character as well as the identity of Kedung Kayang Waterfall Tourism. To maintain consistency in the application of the visual identity, a Graphic Standard Manual is prepared as a guideline for logo usage across various promotional media, including printed media such as banners, leaflets, business cards, letterheads, and guest books, as well as merchandise such as t-shirts, sandals, umbrellas, stickers, and coffee packaging. With the existence of this visual identity, the destination has a clear face and communication system. It is expected to increase brand awareness, strengthen the destination's image, and boost tourist visitation interest.

Keywords : visual identity, logo, kedung kayang