



UNIVERSITAS NASIONAL

**ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE
DALAM MAKNA PESAN VISUAL LOGO OWABONG
WATERPARK**

PROPOSAL SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Mata Kuliah
Skripsi**

**LUTFIANA CINTA
(223516516690)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL
MARET, 2026**



UNIVERSITAS NASIONAL

**CHARLES SANDERS PIERCE'S SEMIOTIC ANALYSIS OF
THE VISUAL MESSAGE OF THE OWABONG WATERPARK
LOGO**

THESIS

Submitted as a Fulfillment Requirement for the Thesis Course

LUTFIANA CINTA

(223516516690)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL
MARET, 2026**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama	: Lutfiana Cinta
NPM	: 223516516690
Judul Skripsi	: Makna Pesan Logo Owabong Waterpark dalam Konteks Branding Pariwisata Lokal

Jakarta, 13 Februari 2026


Lutfiana Cinta

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERNYATAAN KARYA TULIS



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Akreditasi:

Doktor Ilmu Politik (Unggul) - Doktor Administrasi Publik (Baik)
Magister Ilmu Politik (A) - Magister Administrasi Publik (A) - Magister Sosiologi (Baik) - Magister Ilmu Komunikasi (Baik)
Sarjana Ilmu Politik (A) - Sarjana Hubungan Internasional (Baik Sekali) - Sarjana Sosiologi (Unggul)
Sarjana Administrasi Publik (A) - Sarjana Ilmu Komunikasi (A)

Jl. Sateo Mahika No. 81, Pegoran, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520. Telp. (021) 70137624. Telp. 0800 Ext. 146
Fax. (021) 70137119. Homepage: <http://www.unas.ac.id>. Email: info@unas.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama Mahasiswa : Lutfiana Cinta
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516690
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Periklanan

Menyatakan, bahwa skripsi berjudul:

Makna dan Pesan Visual Logo Owabong Waterpark dalam Konteks Branding Pariwisata Lokal

adalah benar karya tulis saya, yang disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Apabila dikemudian hari ditemukan bukti-bukti bahwa skripsi tersebut merupakan hasil Plagiat, atau tidak disusun melalui prosedur yang telah ditentukan atau tidak memenuhi ketentuan yang ditetapkan dalam berita acara ujian skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi Pembatalan atas skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, Februari 2026



Lutfiana Cinta

UNIVERSITAS NASIONAL

Program Studi: Doktor Ilmu Politik - Doktor Administrasi Publik - Magister Ilmu Politik - Magister Administrasi Publik - Magister Sosiologi - Magister Ilmu Komunikasi
Sarjana Ilmu Politik - Sarjana Hubungan Internasional - Sarjana Sosiologi - Sarjana Administrasi Publik - Sarjana Ilmu Komunikasi

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

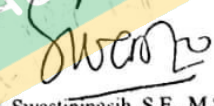


FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa	: Lutfiana Cinta
Nomor Pokok Mahasiswa	: 223516516690
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Kekhususan	: Periklanan
Judul Skripsi	: Makna Pesan Visual Logo Owabong Waterpark dalam Konteks Branding Pariwisata Lokal
Diajukan Untuk	: Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan
Jakarta, 12 Februari 2026

Dosen Pembimbing	Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
 Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom	 Swastiningsih, S.E., M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lutfiana Cinta
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516690
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Periklanan
Judul Skripsi : Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Dalam Makna
Pesan Visual Logo Owabong Waterpark
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 10 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom

Dr. Rosyidi Andrus, S.I.P., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Lutfiana Cinta
NPM : 223516516690
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE DALAM
MAKNA PESAN VISUAL LOGO OWABONG WATERPARK

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pengujii dan diterima scbagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Kotua Sidang/Penguji 2 : Nicke Monika Kulsum, SE, M.Si

Penguji 1 : Dela Anjelawati, S.I.Kom., MA

Pembimbing : Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom

Jakarta,
06 Maret 2025

UNIVERSITAS NASIONAL

ABSTRAK

Nama : Lutfiana Cinta
Npm : 223516516690
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Dalam
Makna Pesan Visual Logo Owabong Waterpark
Dosen Pembimbing : Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom

Penelitian ini berjudul “Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Makna Pesan Visual Logo Owabong Waterpark.” Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami makna pesan visual yang terkandung dalam logo sebagai bagian dari identitas sekaligus sarana komunikasi visual suatu destinasi wisata. Owabong Waterpark merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Purbalingga yang berhasil menarik lebih dari 800 ribu pengunjung, jauh lebih tinggi dibandingkan objek wisata air lainnya, seperti Kolam Renang Tirto Asri Walik yang hanya mencapai sekitar 89.968 pengunjung. Meskipun memiliki tingkat popularitas yang tinggi, sebagian besar masyarakat masih mengenal Owabong hanya sebagai tempat rekreasi air tanpa memahami makna simbolik yang terdapat dalam logonya. Kajian ini menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce dan teori Analisis Visual Edmund B. Feldman untuk menelaah unsur visual pada logo secara lebih mendalam. Pendekatan tersebut digunakan untuk mengungkap makna yang terkandung dalam elemen visual seperti warna, bentuk, tipografi, dan simbol yang saling berkaitan dalam membentuk identitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo Owabong Waterpark Purbalingga mampu merepresentasikan nilai dan karakter destinasi wisata air sebagai tempat rekreasi yang ramah, aman, dan menyenangkan, serta berorientasi pada pengalaman pengunjung.

Kata Kunci: logo, semiotika, pesan visual, Owabong, komunikasi visual

ABSTRACT

Nama : Lutfiana Cinta
Npm : 223516516690
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : Charles Sanders Pierce's Semiotic Analysis Of The Visual Message Of The Owabong Waterpark Logo
Dosen Pembimbing : Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom

This research is entitled "Charles Sanders Peirce's Semiotic Analysis of the Meaning of the Visual Message of the Owabong Waterpark Logo." The urgency of this research lies in the importance of understanding the meaning of the visual message contained in the logo as part of the identity as well as a means of visual communication of a tourist destination. Owabong Waterpark is one of the leading tourist destinations in Purbalingga Regency which has succeeded in attracting more than 800 thousand visitors, far higher than other water tourism attractions, such as Tirta Asri Walik Swimming Pool which only reached around 89,968 visitors. Despite its high level of popularity, most people still know Owabong only as a water recreation place without understanding the symbolic meaning contained in its logo. This study uses Charles Sanders Peirce's semiotic method and Edmund B. Feldman's Visual Analysis theory to examine the visual elements of the logo in more depth. This approach is used to uncover the meaning contained in visual elements such as color, shape, typography, and symbols that are interrelated in forming an identity. The results of the study show that the Owabong Waterpark Purbalingga logo is able to represent the values and character of the water tourism destination as a friendly, safe, and fun recreation area, and is oriented towards visitor experience..

Keywords: logo, semiotics, visual message, Owabong, visual communication

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA TULIS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	vi
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.4.3 Manfaat Sosial	8
1.5 Sistematis Penulisan.....	8

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teori	19
2.2.1 Teori Edmund Burke Feldman	19
2.3 Landasan Konsep	21
2.3.1 Definisi Makna Pesan Visual	21
2.3.2 Desain Komunikasi Visual	22
2.3.3 Logo	27
2.3.4 Kerangka Berpikir	35
BAB 3 METODELOGI	37
3.1 Paradigma Penelitian	37
3.2 Pendekatan Penelitian	38
3.3 Metode Penelitian	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5 Jenis Pengumpulan Data.....	40
3.5.1 Dokumentasi	40
3.5.2 Wawancara.....	41
3.5.3 Observasi.....	41
3.5.4 Studi Pustaka	42
3.6 Teknik Pemilihan Informan	42
3.6.1 Informan.....	42
3.7 Teknik Analaisis Data	43
3.7.1 Reduksi Data.....	43
3.7.2 Penyajian Data	44
3.7.3 Penarikan Kesimpulan	44
3.8 Teknik Keabsahan	44
3.8.1 Triangulasi Data	45

3.8.2 Triangulasi Metode:	45
3.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian	45
3.9.1 Lokasi Penelitian	45
3.9.2 Jadwal Penelitian	46
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	47
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	47
4.1.2 Sejarah Terbentuknya Logo Owabong Waterpark Purbalingga	49
4.1.3 Profile Perusahaan.....	52
4.1.4 Fasilitas Owabong Waterpark.....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Analisis Visual Logo Owabong Waterpark Berdasarkan Tori Feldman	58
4.2.2 Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce	74
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	95
5.2.1 Saran Praktis	95
5.2.2 Saran Akademis.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pariwisata Purbalingga	2
Gambar 1. 2 Logo Owabong <i>Waterpark</i> Purbalingga	5
Gambar 2. 1 Logo Samsung	31
Gambar 2. 2 Logo RCTI	32
Gambar 2. 3 Logo Garuda	32
Gambar 2. 4 Logo Ford.....	33
Gambar 2. 5 Logo Coca Cola	33
Gambar 2. 6 Logo Shell	34
Gambar 2. 7 Logo Mercedes Benz.....	34
Gambar 2. 8 Logo Citroen	35
Gambar 2. 9 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 3. 1 Triangle Of Meaning	39
Gambar 4. 1 Logo Owabong Waterpark.....	54
Gambar 4. 2 Logo Owabong <i>Waterpark</i>	58
Gambar 4. 3 Maskot Owabong.....	63
Gambar 4. 4 Ikon Laki-Laki	75
Gambar 4. 5 Gelombang Air	78
Gambar 4. 6 Percikan Air	80
Gambar 4. 7 Lingkaran Berwarna Kuning.....	83
Gambar 4. 8 Typografi OWABONG	85
Gambar 4. 9 Typografi PURBALINGGA- JAWA TENGAH.....	88
Gambar 4. 10 Lingkaran Luar Warna Biru.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	46
Tabel 4. 1 Profile Perusahaan	53
Tabel 4. 2 Analisis Visual Feldman	58

