

ANALISIS PENGGUNAAN ELEMEN VISUAL DALAM IKLAN POSTER GUDANG GARAM SURYA 12 PADA TAHUN 1990

Oleh :

Muhamad Istijar

Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail: ijar.cimko@gmail.com

Muhammad Khosyi Rahman

Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail: khosyirahman33@gmail.com

Aditya Dwi Prasetyo

Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail: adityadwiprasetyo402@gmail.com

Yuanda Rochman

Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail:

yuandarochman86@gmail.com

ABSTRAK

In this journal, as researchers, we are going to analyze the meaning of the published posters advertisement of Gudang garam Surya 12 and observe over a visual elements that are used in their advertisements that uses a poster as their visual communication media.

KEYWORDS

Poster, Visual Elements, Gudang Garam, Surya 12

A. PENDAHULUAN

Menurut Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI), Poster merupakan sebuah Plakat yang dipasang pada tempat umum berupa informasi ataupun pengumuman. Secara umum Poster sendiri merupakan sebuah media publikasi yang berisi dari tulisan, gambar atau kombinasi dari keduanya dengan tujuannya untuk memberikan informasi kepada khalayak umum. Poster biasanya dipasang di beberapa tempat umum yang strategis seperti sekolah, pasar, mall, kantior dan beberapa tempat lainnya. Poster adalah media publikasi yang terdiri atas tulisan, gambar ataupun kombinasi antar keduanya dengan tujuan memberikan informasi kepada khalayak ramai. Poster

menurut (Anitah, 2009) merupakan media gambar yang mengkombinasikan unsur visual seperti garis, gambar dan kata-kata untuk menarik perhatian dan mengkomunikasikan pesan secara singkat.

Dalam pembuatan poster juga terdapat beberapa unsur yang disebut elemen visual, unsur-unsur ini saling berkesinambungan antara satu sama lain untuk membangun sebuah pesan yang dapat diterima secara umum, beberapa elemen tersebut ialah warna, ruang, tipografi, bentuk, tekstur, garis, dan skala. Dari elemen-elemen tersebut dapat terciptanya sebuah komunikasi visual antara desain dan target audiens, komunikasi visual bisa berupa gambar ataupun video melalui

sebuah media yang digunakan sebagai komunikator dan penerima pesan visual.

Terbitnya Poster Gudang garam Surya pada tahun 1990 lalu pun jelas menggunakan elemen desain sebagai pelengkap dari poster tersebut sebagai media Gudang garam dalam menyampaikan pesan pada iklannya, brand rokok yang paling dikenal Masyarakat Indonesia ini menerbitkan sebuah iklan poster untuk produk Gudang garam Surya 12 yang berslogan "Selera pemberani" dan sebuah gambar pria yang sedang memanjat sebuah gunung/tebing. Sebagai sebuah iklan untuk rokok, elemen visual sangat penting sebagai inti materi iklannya maka dari itu setiap elemen visual yang dipakai harus bisa berkomunikasi, memperkenalkan maupun mengingatkan tentang eksistensi produk dan brand pada khalayak umum. Poster sendiri harus bisa memberi pesan secara singkat namun jelas, poster yang benar akan menyasar pada target dan dengan mudah diterima pesannya.

Diperlukannya sebuah analisis dalam poster ini demi mengemukakan arti dari poster dan menelaah elemen visual yang digunakan sebagai materi iklan. Sebuah analisis menggunakan metode kualitatif digunakan untuk penelitian ini.

B. TUJUAN PENELITIAN

- a. Menelaah elemen visual yang diciptakan pada iklan poster yang dipublikasikan Gudang garam sebagai media promosi Mereka.
- b. Meneliti maksud pesan iklan tersebut secara deskriptif.

C. TINJAUAN PUSTAKA (Judul

a. Dasar penelitian

Adanya iklan poster yang dipublikasikan kepada umum menjadi bahan kami selaku peneliti untuk menganalisis maksud dari berbagai unsur iklan tersebut, melalui analisis berikut materi akan dibuat lebih

spesifik untuk meneliti maksud iklan tersebut.

Pada sebuah unggahan penelitian undergraduate thesis yang terdapat di <http://repository.ukwms.ac.id/id/eprint/17006/> yang membahas tentang penggambaran maskulinitas laki-laki dalam iklan Gudang garam vesi Darts ini menjadi acuan dasar penelitian kami dalam menelaah maksud pesan poster Gudang garam Surya 12 yang dipublikasikan pada 1990 lalu.

b. Elemen visual sebagai ilmu dasar desain

Setiap elemen desain grafis sendiri sangat penting bagi terciptanya desain yang bermakna dan pesan yang disampaikan secara visual dapat diterima secara jelas, setiap elemen desain pun memiliki ciri dan sifat serta fungsi yang berbeda. (Pujiriyanto, 2005:87) pun menjelaskan bahwa elemen desain terdiri dari;

1) Garis

Garis terdiri dari suatu titik yang berperan penting sebagai keindahan, harmoni dan keseimbangan. Setiap bentuk garis sendiri memiliki karakter yang berbeda-beda

2) Bentuk

Bentuk merupakan suatu wujud yang mengisi sebuah ruang yang biasanya mempunyai dua dimensi ataupun tiga dimensi, suatu bentuk pun dapat dibuat secara beraturan ataupun tidak beraturan.

3) Tekstur

Tekstur adalah sebuah gambaran atau keadaan yang menyangkut sifat dan kualitas fisik permukaan suatu benda, seperti kusam, mengkilat, kasar, halus yang bisa diaplikasikan dalam sebuah desain.

D. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kualitatif yang memperoleh sumber melalui foto, dokumen dan juga website sebagai objek penelitian.

Pengertian kualitatif sendiri merupakan penelitian untuk menjabarkan serta menganalisa berupa fenomena, kejadian, kegiatan social, sikap, kepercayaan, pandangan serta pemikiran orang baik secara individu maupun kelompok (Nana Syaodih Sukmadinata 2005:60). Pada analisis ini data diperoleh melalui sebuah website dan foto poster terkait. Metode pengumpulan data yang dilakukan sendiri tidak melibatkan peneliti untuk langsung terjun ke lapangan.

Pengamatan yang dilaksanakan ini adalah menganalisis poster iklan Gudang garam Surya dari materi elemen visual yang dimunculkan dari poster Gudang Garam Surya 12 edisi terbit 1990, beberapa referensi bacaan diperlukan demi meneliti maksud dari simbol, icon, logo, copywriting dan beberapa elemen visual lainnya secara lebih mendalam. Lalu analisis dilakukan kepada objek yang lalu berproses melalui proses identifikasi, dan pada tahapan akhir akan disimpulkan sebagai inti pokok kepenulisan jurnal ini, demikian data-data yang diperlukan sebagai pokok penulisan dapat di temukan untuk menelaah arti masing-masing elemen visual yang ada dari poster Gudang garam Surya 12 juga makna iklan tersebut.



Gambar 1: (Iklanposter Gudang garam Surya 12, tahun 1990, 9 pt, left aligned)

(Sumber: <https://www.facebook.com/iklanjadul/posts/gudang-garam-surya-12-1990/1464524963730772/>)

Secara singkat poster tersebut memperlihatkan sebuah lelaki yang sedang memanjat sebuah gunung/tebing dan juga terlihat sebuah Teks “Selera pemberani Adapun juga sebuah Bungkus rokok Gudang garam Surya 12 serta tulisan berwarna merah yang bertuliskan “SURYA 12” dan terdapat sebuah tulisan kecil yang bertuliskan “MEMANG UNTUK YANG BERANI”. Dalam hal ini dapat ditelaah secara satu persatu Elemen visual yang digunakan juga maksud iklan tersebut, maka dari itu dibuatlah sebuah struktur pembahasan yang tersusun sebagai berikut:

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. (Elemen visual poster Gudang garam Surya 12 Tabel, 10 pt, centred)

NO.	Elemen Visual Yang Teridentifikasi
1.	Tagline “SELERA PEMBERANI”

2.	Bungkus rokok Surya 12
3.	Teks Surya 12
4.	Teks “MEMANG UNTUK YANG BERANI
5.	Ilustrasi foto

(Sumber tabel: Pengamatan peneliti,2023)

Beberapa elemen visual tersebut merupakan yang dapat dilihat secara langsung dari contoh gambar yang tertera.

1) Tagline “SELERA PEMBERANI”

Penggunaan teks tagline yang dibuat besar dan berada di Tengah dapat membuat seorang audiens seketika membaca karena penempatan layout-nya yang strategis, sehingga audiens sendiri dapat mengingat dengan mudah dan mengidentifikasi brand dan produk yang di lihatnya serta menyampaikan nilai suatu brand dan produk yang dijual, tagline sendiri menjadi hal penting dalam pengiklanan yang dapat berbentuk secara visual ataupun audio visual yang biasanya terdapat pada sebuah billboard, poster, video dan media desain grafis lainnya.

Tagline yang digunakan ini meruoakan tagline khusus dari Gudang garam Surya 12, berbeda dengan Produk Gudang garam yang lain yang menggunakan tagline “PRIA PUNYA SELERA” yang merupakan tagline Gudang garam Internasional, ataupun Gudang garam Signature yang memakai tagline “YES YOU CAN”. Dalam tagline milik produk Surya 12 ini memiliki arti yaitu rokok Surya 12 merupakan rokoknya seseorang yang pemberani, yang seakan-akan rokok ini terkesan sangat jantan serta keren yang hanya di khususkan pada pria yang tidak kenal takut akan apapun.

Menurut (Findley, Paul 1990:10) berani adalah suatu sifat yang mempertahankan serta memperjuangkan sesuatu yang dianggap benar dengan menghadapi segala bentuk, bahaya, kesulitan, kesakitan, dan lain-lain. Warna pada tagline tersebut diberi warna putih yang sedikit ke kuning-an yang merupakan warna yang cukup Netral untuk pembatas kontras keterbacaan antara background dan tagline yang digunakan, dikutip dari website

https://adrianreynolds-ie.translate.google.com/translate?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=rq#:~:text=Historically%2C%20white%20has%20also%20been,sign%20of%20elegance%20and%20prestige. Yang di akses pada 6 Agustus 2023 ini menjelaskan bahwa secara historis sendiri putih menjadi simbol atas kekuasaan dan otoritas.

2) Bungkus Rokok Surya 12

Sejak diresmikannya peraturan Permenkes No. 28 tahun2013 yang membatasi brand rokok dalam memproosikan produknya baik secara media cetak maupun igital ini menjadi sebuah hal yang harus diingat pada masa yang akan datang bahwa dalam pengiklanan tidak boleh menampilkan wujud dari sebuah rokok,mencantumkan nama produk sebagai rokok, juga menyarankan seseorang untuk merokok,menampilkan seorang anak kecil baik secara ilustrasi ataupun foto, remaja, Wanita yang hamil, dan menggambarkan sebuah sosok kartun. Dalam iklan sendiri harus mencantumkan 18+ sebagai usia yang dilegalkan untuk merokok, berbeda pada tahun 1990 dimana larangan sebuah brand rokok belum ada sehingga iklan rokok pada saat itu dapat lebih eksploratif dan bebas dalam membuat sebuah materi iklan mereka.

Pada iklan tahun 1990 ini dapat terlihat sangat jelas adanya bungkus rokok dan beberapa batang rokok Gudang garam Surya 12 pada baguian kanan bawah poster yang dibuat menyerong serta berwarna merah ke coklat-an yang khas dengan warna produk surya 12 hingga saat ini, dari segi pemilihan angle dari bungkus rokok yang menyerong bisa mengartikan tidak kaku serta fleksibel. Bungkus rokok yang ditampilkan sendiri mengandung sebuah elemen visual yaitu bentuk atau shape yang berbentuk tiga dimensi yang memiliki sebuah volume.

3) Teks Surya 12

Teks Surya 12 menjadi elemen pelengkap penting setelah adanya tagline produk, karena nama produk dan tagline saling berkesinambungan dengan satu sama lain, semakin jelas nama produk dan tagline maka semakin besar pula konsumen dapat membangun citra produk di benak mereka, nama produk Surya 12 sangat dapat mudah terlihat karena pemakaian font berwarna merah serta background yang kontras juga ukuran teks yang mudah terlihat, teks tersebut terkesan *Bold* karena jenis font yang digunakan pun bersifat tebal seakan dapat

memberikan kejelasan dan keterbacaan yang kuat, Menurut (Lupton, 2010) menjelaskan bahwa sebuah typeface yang berformat digital dapat disebut dengan font yang dikenal sebagai perangkat yang dapat diakses, dipasang, dan dapat menjadi output sebuah desain. Dalam satu typeface, bisa terdiri dari beberapa font.

4) Teks “MEMANG UNTUK YANG BERANI”

Teks yang menjadi pelengkap selanjutnya berada dibawah teks Surya 12 teks ini mempunyai keseimbangan dan menyambungkan makna dari tagline “SELERA PEMBERANI” yang berada pada bagian atas, seakan mengkhususkan Gudang garam Surya 12 sebagai produk seorang pria yang berani, suka melewati rintangan dan berani ambil resiko. Sebuah teks yang memberi pesan kuat dalam penyampaiannya kepada umum, dengan adanya teks tersebut memberikan pandangan bahwa keberanian merupakan suatu sifat yang sangat maskulin. Adapun pemakaian warna putih dipakai sebagai keselarasan dengan tagline di atasnya.

5) Ilustrasi Foto

Ilustrasi foto yang ada pada bagian tengah menjadi objek visual yang memiliki nilai penting dalam penyampaian pesan produk kepada audiens, dalam ilustrasi foto terdapat sebuah bentuk, nilai warna antara gelap dan terang, sebuah ukuran proporsi antara objek, ruang kosong yang digunakan untuk membaca dan tidak membuat malas membaca. Karena semakin banyak teks atau gambar yang di aplikasikan dalam sebuah desain dapat membuat orang malas dalam membacanya, maka dari itu desain harus memiliki sebuah objek dan ruang kosong yang tepat agar tersampainya pesan kepada audiens.

Ilustrasi foto yang digunakan adalah seorang pria yang sedang memanjat sebuah tebing yang tinggi, dengan ilustrasi ini pesan yang disampaikan dalam poster pun semakin kuat karena terdapat sebuah aksi pria yang berani, menyukai tantangan serta resiko yang berbahaya.

Dalam sebuah artikel yang dipublikasikan pada <https://desain-komunikasi-visual-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Jenis-Jenis-Illustrasi-dalam-Desain-Grafis/63b2f48a65875c97de5a21bc7a6422f3b83ca6>

[25#:~:text=Sebuah%20ilustrasi%20adalah%20gambar%20yang,lebih%20mudah%20dipahami%20oleh%20pembaca.](#) Menjelaskan bahwa ilustrasi adalah gambar yang dibuat untuk menjelaskan sebuah keadaan atau memperjelas teks agar lebih mudah dipahami oleh pembaca. (di akses pada 6 Agustus 2023), Adapun menurut sebuah buku yang Dikutip yang berjudul Tinjauan Seni: Sebuah pengantar untuk apresiasi seni (1990) karya Sp Soedarso, mengungkapkan bahwa ilustrasi merupakan suatu seni atau menggambar yang diabadikan, untuk kepentingan hal lain, bisa jadi memberikan penjelasan atau menggiringi suatu pengertian misalnya ilustrasi dalam cerpen.

F. KESIMPULAN

Poster merupakan salah satu media komunikasi visual yang dibuat untuk menyampaikan informasi melalui gambar, teks, garis, dan warna untuk berkomunikasi melalui medium kertas ataupun secara digital melalui unggahan gambar yang bisa berada pada website ataupun media sosial, poster sendiri bertujuan untuk menyampaikan pesan secara singkat yang tidak selalu untuk tujuan komersil, poster bisa saja untuk menyampaikan informasi publik dan lain-lain.

Pada kali ini poster yang dibahas berasal dari sebuah brand rokok paling laris di Indonesia yaitu Gudang garam dengan produk yang ada pada posternya yaitu Gudang garam Surya 12 yang memiliki tagline “SELERA PEMBERANI” untuk branding produk tersebut yang memiliki target penjualan kepada seorang pria, dengan adanya tagline tersebut sifat pria pemberani dapat sangat tersorot secara eksklusif dan khusus. Adanya bermacam bentuk elemen visual dan pesan yang terbentuk pada poster tersebut pun menjadi peran penting untuk memberikan makna ‘pemberani’ itu sendiri walaupun hanya melalui media visual.

G. DAFTAR PUSTAKA

Buku, Jurnal, Artikel

- Anitah, Smith. 2009. *Media pembelajara*. Surakarta, Yuma Presindo.
- Syaodih, Nana, 2005, Metode penelitian Pendidikan, Remaja Rosda Karya. Bandung,
- Findley, Paul. 1995. Mereka berani bicara Bandung, Mizan.
- Lupton, E. 2010. Graphic design Theory, Yogyakarta : Andi (Penerjemah) Armstrong. Yogyakarta.
- Soedarso, S. P. 1990. *Tinjauan seni : Sebuah pengantar untuk apresiasi seni, Saku Dayar Sana, Yogyakarta*
- Pujiriyanto, 2005. Desain grafis computer, Yogyakarta, CV Andi Offset.
- Sanjaya, Irwan, Komori. (2019). *Penggambaran maskulinitas laki-laki dalam iklan Gudang garam Signature versi Darts. Undergraduate thesis* Widya mandala Catholic University Surabaya. Diambil dari <http://repository.ukwms.ac.id/id/eprint/17006/>
- Ahmad, Zainudin S.Kom M.Kom, (2023, 8 Februari). Jenis-jenis Ilustrasi dalam desain grafis. *Stekom.ac.id*. Diambil dari <https://desain-komunikasi-visual-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Jenis-Jenis-Illustrasi-dalam-Desain-Grafis/63b2f48a65875c97de5a21bc7a6422f3b83ca625#:~:text=Sebuah%20ilustrasi%20adalah%20gambar%20yang%20lebih%20mudah%20dipahami%20oleh%20pe mbaca>
- Facebook.com* (2020, 1 September). Gudang garam Surya 12, 1990. Diambil dari <https://www.facebook.com/iklanjadul/post/s/gudang-garam-surya-12-1990/1464524963730772>
- Warna putih: ini makna mistik dan budaya (2023, 21 Maret). Diambil dari https://adrianreynolds-ie.translate.google.com/translate?x_tr_sl=en&x_tr_tl=id&x_tr_hl=id&x_tr_pto=rq#:~:text=Historically%2C%20white%20has%20also%20been,sign%20of%20elegance%20and%20prestige.
- Kamus besar Bahasa Indonesia. Diambil dari <https://kbbi.web.id/poster>

BIODATA PENELITI

1. Muhammad Istijar, Dosen Fakultas Teknik, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.
2. Muhammad Khosyi Rahman, Mahasiswa Fakultas Teknik, Program Studi Desain Komunikasi Visuak, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.
3. Aditya Dwi Prasetyo, Mahasiswa Fakultas Teknik, Program Studi Desain Komunikasi Visual. Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.
4. Yuanda Rochman, Mahasiswa Fakultas Teknik, Program Studi Desain Komunikasi Visual. Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.