

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, komunikasi pemasaran serta komunikasi simbolik menjadi aspek yang sangat penting dalam memengaruhi dan membentuk persepsi publik terhadap suatu lembaga, perusahaan, maupun tokoh. Komunikasi tidak hanya dilakukan melalui media sosial dan televisi, tetapi juga tetap melibatkan media cetak sebagai saluran informasi yang masih relevan bagi segmen tertentu. Salah satu bentuk komunikasi visual yang hingga kini tetap dipertahankan adalah iklan ucapan peringatan Hari Ulang Tahun Republik Indonesia (HUT RI), khususnya pada momen 17 Agustus yang sarat dengan nilai sejarah dan nasionalisme.

Media cetak, meskipun mengalami tekanan akibat digitalisasi, tetap memiliki ruang tersendiri dalam menyampaikan pesan yang bersifat formal dan simbolik. Harian Tribun Jabar sebagai bagian dari jaringan Kompas Gramedia merupakan salah satu media lokal yang konsisten menghadirkan iklan ucapan HUT RI setiap tahun. Iklan ucapan ini biasanya berasal dari instansi pemerintahan, perusahaan swasta, organisasi politik, maupun tokoh masyarakat yang ingin menunjukkan partisipasi mereka dalam perayaan kemerdekaan bangsa.

Iklan ucapan HUT RI bukan sekadar pesan formal, melainkan bagian dari strategi komunikasi visual yang sarat makna. Elemen-elemen desain grafis seperti warna merah dan putih, lambang Garuda, bendera, tipografi formal, serta slogan kebangsaan digunakan secara strategis untuk menekankan nilai patriotisme. Selain menyampaikan ucapan selamat, iklan-iklan ini juga berfungsi sebagai media representasi citra dan identitas pengiklan di hadapan publik.

Dalam praktiknya, desain grafis berperan penting untuk menjadikan iklan ucapan HUT RI menarik secara visual sekaligus komunikatif. Pemilihan warna, tipografi, tata letak, hingga ilustrasi simbol kenegaraan memiliki makna tersendiri. Warna merah-putih melambangkan keberanian dan kesucian, lambang Garuda merepresentasikan kedaulatan bangsa, sementara layout yang terstruktur

mempertegas pesan formalitas. Semua ini dirancang agar pesan kebangsaan tidak hanya tersampaikan, tetapi juga membekas di benak pembaca.

Fenomena ini menunjukkan bahwa iklan ucapan HUT RI tidak bisa dipandang sebagai formalitas tahunan belaka. Ia merupakan bagian integral dari komunikasi massa yang memadukan fungsi estetik, simbolik, dan strategis. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana proses kreatif desain iklan ucapan HUT RI dilakukan, bagaimana elemen-elemen visual dipilih dan disusun, serta bagaimana iklan tersebut menyesuaikan dengan karakteristik audiens dan nilai kebangsaan.

Kajian ini juga relevan karena masih terbatasnya penelitian akademis yang secara khusus membahas praktik desain grafis dalam konteks iklan ucapan peringatan kemerdekaan di media cetak lokal. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada iklan komersial atau media digital, padahal iklan ucapan HUT RI menyimpan nilai komunikasi visual yang unik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu desain komunikasi visual, sekaligus masukan praktis bagi media cetak dan desainer grafis dalam mengelola iklan ucapan yang sarat makna kebangsaan.

Tribun Jabar, sebagai salah satu media cetak harian yang tergabung dalam jaringan Tribun Network, menyajikan berbagai konten informasi, termasuk ruang untuk iklan cetak. Iklan-iklan yang ditampilkan di Tribun Jabar menjadi bagian penting dari bisnis media tersebut, sekaligus mencerminkan strategi komunikasi visual dari perusahaan atau produk yang diiklankan. Namun demikian, efektivitas penyampaian pesan iklan melalui desain grafis dalam media cetak ini masih menjadi pertanyaan. Dalam beberapa kasus, iklan yang ditayangkan tidak cukup menarik atau tidak mampu menyampaikan informasi secara optimal kepada pembaca, terutama karena keterbatasan ruang, tekanan produksi, atau kurangnya penyesuaian dengan target audiens.

Fenomena ini menunjukkan adanya permasalahan yang cukup kompleks, antara lain ketimpangan pemahaman antara tim desainer grafis dengan tim pemasaran, serta kurangnya strategi visual yang berbasis pada segmentasi pasar yang tepat. Desain iklan kerap kali diproduksi tanpa mempertimbangkan pendekatan psikologis dan visual audiens, padahal keberhasilan iklan sangat tergantung pada bagaimana visual tersebut mampu menyentuh kebutuhan, keinginan, dan perhatian konsumen. Sejalan dengan hal itu, teori Elaboration Likelihood Model (ELM) menjelaskan bahwa konsumen dapat dipengaruhi melalui dua jalur: sentral dan perifer. Jalur sentral menuntut logika dan informasi, sementara jalur perifer lebih mengandalkan daya tarik visual. Oleh karena itu, desain grafis yang tepat sangat penting dalam menjangkau kedua jalur tersebut secara efektif.

Berdasarkan pengalaman peneliti yang pernah terlibat langsung dalam aktivitas kerja di lingkungan Tribun Jabar, ditemukan bahwa dalam proses produksi iklan, sering terjadi tantangan-tantangan praktis seperti keterbatasan ruang iklan di halaman cetak, permintaan klien yang beragam, hingga tekanan waktu produksi yang tinggi. Hal ini menyebabkan desain yang dihasilkan tidak sepenuhnya optimal secara visual maupun komunikatif. Selain itu, terdapat pula kendala dalam menjaga konsistensi identitas visual dan citra merek klien dalam desain iklan, sehingga pesan yang ingin disampaikan menjadi kurang jelas atau bahkan tidak tersampaikan dengan baik.

Dalam ranah akademik, masih sedikit penelitian yang secara spesifik menganalisis desain grafis dalam konteks media cetak lokal seperti Tribun Jabar. Sebagian besar penelitian cenderung berfokus pada media digital, animasi, atau iklan komersial skala nasional. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi

kekosongan kajian ilmiah tersebut, sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas komunikasi visual dalam iklan media cetak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat judul "Analisis Desain Grafis dalam Iklan Media Cetak di Tribun Jabar (Studi Deskriptif Kualitatif pada Iklan Ucapan HUT RI 17 Agustus 2025)". Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana desain grafis digunakan sebagai strategi komunikasi pemasaran, bagaimana elemen visual diterapkan dalam iklan, serta bagaimana proses kreatif dan tantangan dalam produksi iklan dihadapi oleh tim internal Tribun Jabar. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dalam bidang desain komunikasi visual dan komunikasi pemasaran, serta menjadi masukan praktis bagi pelaku industri media cetak.

Meskipun banyak penelitian yang membahas tentang desain grafis dan komunikasi pemasaran, masih dapat kekurangan dalam pemahaman mengenai bagaimana desain grafis dalam iklan di Tribun Jabar dapat berfungsi sebagai strategi komunikasi pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis desain grafis dalam iklan di Tribun Jabar dan memahami pengalaman serta persepsi audiens terhadap iklan tersebut.

Dalam buku "Graphic Design and Advertising : A Critical History" oleh David D. Perlmutter, dijelaskan bahwa desain grafis dan periklanan memiliki hubungan yang erat, di mana desain yang baik dapat meningkatkan daya Tarik iklan dan mempengaruhi keputusan pembelian. Pembelian yang dipublikasikan dalam "The Impact of Visual Communication on Consumer Behavior" menunjukkan bahwa elemen visual dalam komunikasi dapat secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen, yang menegaskan pentingnya analisis desain grafis dalam iklan. (Johanna Drucker, 2010)

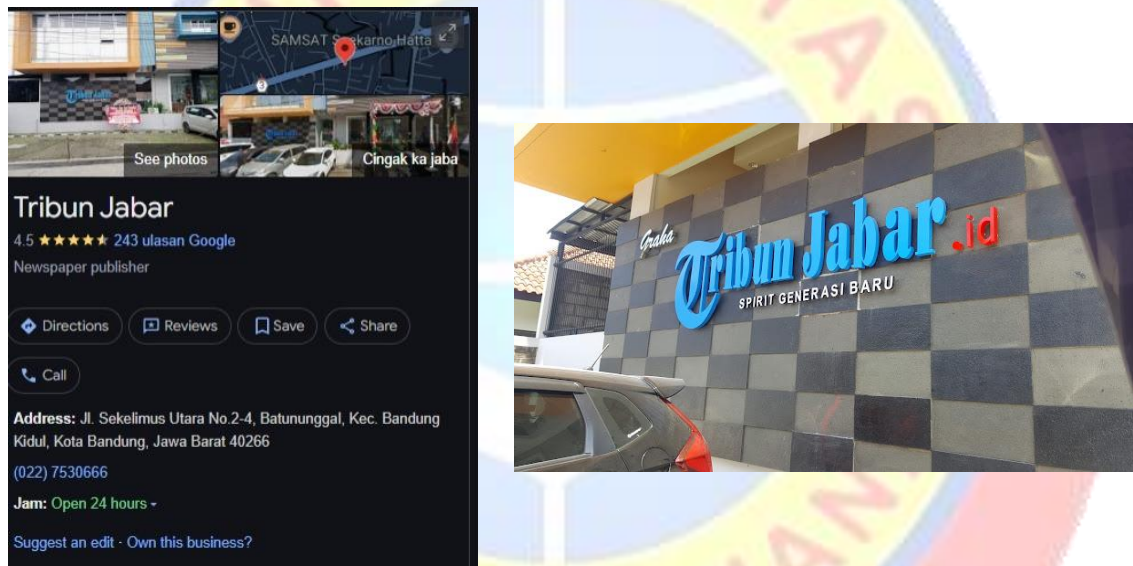
Sebagai media yang berfokus pada berita loka, Tribun Jabar menyediakan berbagai informasi yang mencakup berita politik, ekonomi, sosial, budaya, olahraga, dan hiburan. Dengan tagline “Berita Terpercaya dan Teraktual,” Tribun Jabar berkomitmen untuk menyajikan berita yang akurat dan relevan bagi masyarakat Jawa Barat

Platform digital Tribun Jabar menawarkan beragam konten, termasuk berita local dan nasional, informasi kesehatan, hiburan, informasi perjalanan, dan liputan



Gambar 1 Desain Iklan HUT RI ke 80 Melly Goeslaw
(Sumber : Tribun Jabar)

Tribun Jabar ini cukup ramai diketahui oleh beberapa orang karena menawarkan berita yang relatif dan mudah dijangkau melalui jejaring media sosial seperti Instagram. Selain itu, peneliti juga pernah bekerja secara langsung di Tribun Jabar. Peneliti memilih Tribun Jabar sebagai tempat penelitian karena melihat langsung mengenai lokasi tempatnya. Dimana lokasi tersebut tidak terlalu strategis karena berada di dalam gang pemukiman warga. Meski demikian, lokasi tersebut cukup ramai.



Gambar 2 Objek Penelitian
(Sumber : Google)

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk membahas masalah strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Tribun Jabar. Peneliti memilih untuk melakukan penelitian di Tribun Jabar. Tribun Jabar menyajikan berbagai informasi menarik sebagai bagian dari usaha bisnisnya di industri media cetak dan digital. Pada penelitian, subjek penelitiannya yaitu Deni Julkarnaen sebagai Desain Grafis Iklan Tribun Jabar, William Valentino selaku Manager Event dan Marketing Tribun Jabar bagian Strategic Marketing.



Gambar 3 Subjek Penelitian

Sebagai perusahaan media cetak dan digital Tribun Jabar juga tentunya membutuhkan strategi untuk memasarkan produknya kepada client untuk mempertahankan dan meningkatkan minat beli dari client dari para pesaing lain. Untuk itu, peneliti akan membahas mengenai “Analisis Desain Grafis dalam Iklan Tribun Jabar Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran”. Data penjualan media Tribun Jabar beberapa bulan kebelakang yaitu pada bulan maret tribun jabar berhasil menjual produknya hingga Rp. 48.087.935., dan pada bulan januari media Tribun Jabar menjual produknya hingga Rp. 22.864.000.,

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pada analisis desain grafis dalam iklan ucapan HUT RI 17 Agustus 2025 yang dimuat di Harian Tribun Jabar. Penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana elemen-elemen desain grafis seperti warna merah-putih, tipografi formal, tata letak (layout), ilustrasi simbol kenegaraan, serta elemen visual pendukung lainnya digunakan dalam merancang iklan ucapan HUT RI, dan bagaimana desain tersebut berfungsi untuk menyampaikan pesan kebangsaan kepada audiens.

Selain itu, penelitian ini juga menelaah proses kreatif yang dilakukan oleh tim desain grafis Tribun Jabar dalam mengolah brief dari klien, bagaimana penyesuaian desain dilakukan terhadap segmentasi pembaca media cetak, serta bagaimana pesan kebangsaan diwujudkan melalui visualisasi yang komunikatif dan simbolis. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memandang desain dari aspek estetika, tetapi juga dari aspek fungsional dan strategis dalam konteks komunikasi visual bertema nasionalisme.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama yang berkaitan dengan desain grafis dalam iklan media cetak di Harian Tribun Jabar, yaitu:

Desain iklan dalam media cetak Tribun Jabar belum sepenuhnya menampilkan elemen visual yang komunikatif dan menarik secara estetika, terutama dalam menyampaikan pesan pemasaran kepada audiens.

Terdapat kesenjangan pemahaman antara tim desainer grafis dan tim pemasaran dalam hal perancangan visual yang sesuai dengan segmentasi pasar dan kebutuhan klien.

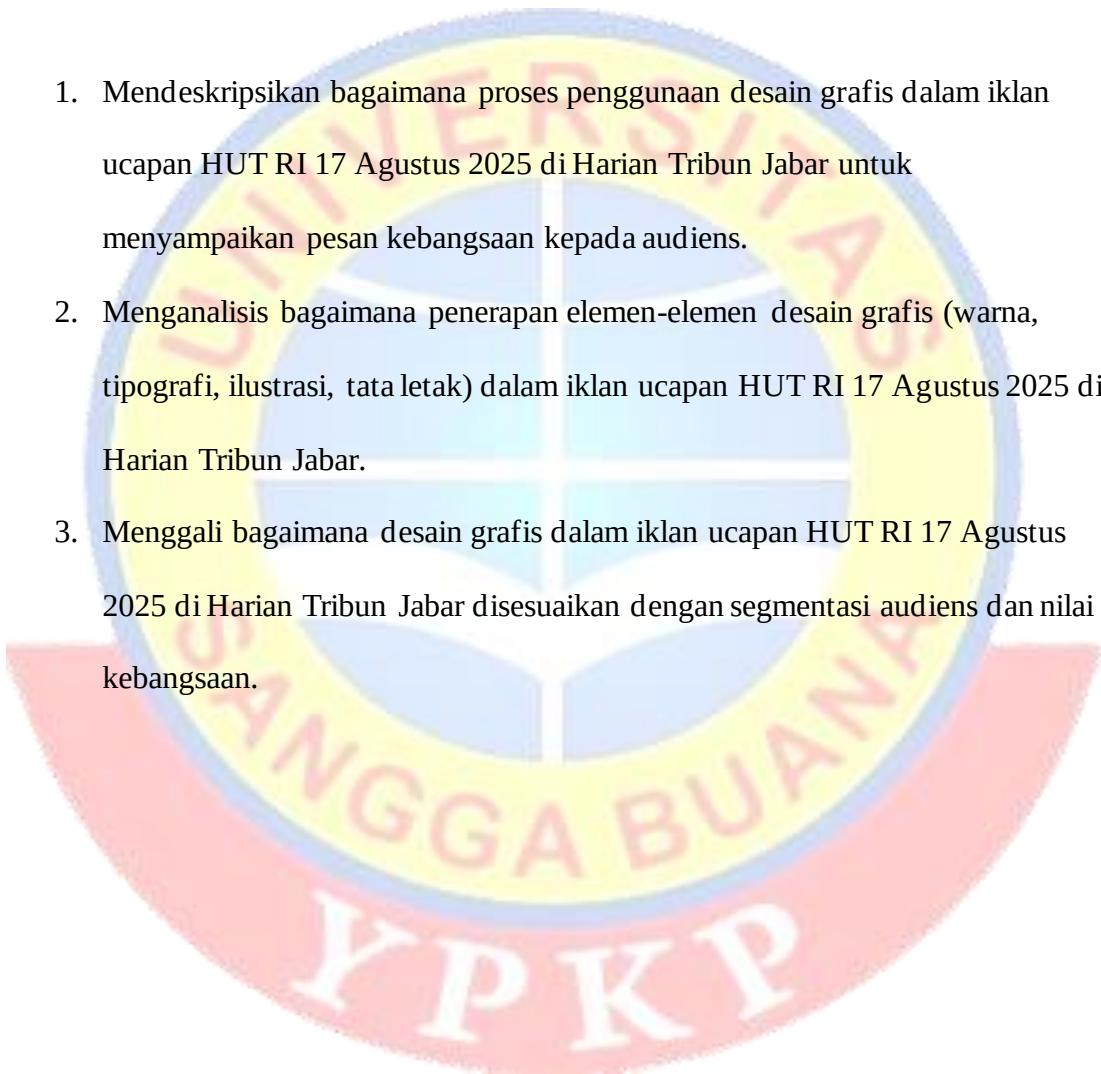
Keterbatasan ruang iklan, waktu produksi, dan permintaan revisi dari klien menjadi hambatan dalam menciptakan desain iklan yang optimal.

1. Bagaimana proses penggunaan desain grafis dalam iklan ucapan HUT RI 17 Agustus 2025 di Harian Tribun Jabar untuk menyampaikan pesan kebangsaan kepada audiens?
2. Bagaimana penerapan elemen-elemen desain grafis (warna, tipografi, ilustrasi, tata letak) dalam iklan ucapan HUT RI 17 Agustus 2025 di Harian Tribun Jabar?
3. Bagaimana desain grafis dalam iklan ucapan HUT RI 17 Agustus 2025 di Harian Tribun Jabar disesuaikan dengan segmentasi audiens dan nilai kebangsaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai peran dan penerapan desain grafis dalam iklan media cetak di *Harian Tribun Jabar*, khususnya pada iklan *Ucapan HUT RI 17 Agustus 2025* edisi Rabu, sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan bagaimana proses penggunaan desain grafis dalam iklan ucapan HUT RI 17 Agustus 2025 di *Harian Tribun Jabar* untuk menyampaikan pesan kebangsaan kepada audiens.
2. Menganalisis bagaimana penerapan elemen-elemen desain grafis (warna, tipografi, ilustrasi, tata letak) dalam iklan ucapan HUT RI 17 Agustus 2025 di *Harian Tribun Jabar*.
3. Menggali bagaimana desain grafis dalam iklan ucapan HUT RI 17 Agustus 2025 di *Harian Tribun Jabar* disesuaikan dengan segmentasi audiens dan nilai kebangsaan.



1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memajukan bidang ilmu komunikasi, khususnya mengenai iklan melalui desain grafis dan strategi marketing communication dalam meningkatkan daya minat beli dari *client*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap pembaca mengenai desain grafis dan strategi marketing communication yang dilakukan Tribun Jabar dalam meningkatkan minat beli *client*. Serta penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti lainnya.

1.6 Sistematika Penelitian

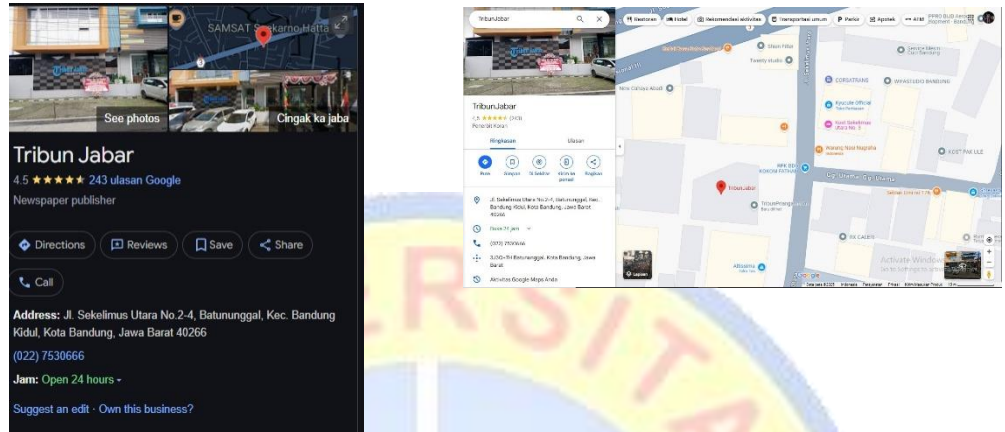
Sistematika penelitian dengan menggunakan metode kualitatif sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang, fokus penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penelitian, lokasi dan waktu penelitian.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.
3. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci dan pendukung, teknik pengumpulan data, teknik analisis dan keabsahan data.
4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
5. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Jl. Sekelimus Utara No. 2-4, Batununggal, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung Jawa Barat 0266



Gambar 4 Lokasi Google Maps Tribun Jabar
(Sumber : Google Maps)

1.7.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan Penelitian	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1	Observasi Awal						
2	Penyusunan Usulan Penelitian						
3	Sidang Seminar Usulan Penelitian						
4	Pengambilan Data Penelitian dan Pengolahan Data Penelitian						
5	Penyusunan Hasil Penelitian						
6	Sidang Akhir Skripsi						
7	Revisi						

(Sumber : Olahan Data Peneliti)