

**DIFUSI IDEOLOGI *BAUHAUS*
DALAM REFORMULASI *NEW TYPOGRAPHY*
PADA PRODUK GRAFIS
GARUDA INDONESIAN AIRWAYS TAHUN 1969-1985**

TUGAS AKHIR SKRIPSI



**OLEH:
NOVAL DHANA ARDHANI PILIANG
NIM. 201511062**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA**

2024

ABSTRAK

Kampanye periklanan dengan elemen universal merupakan aspek krusial dalam strategi bisnis untuk menjangkau audiens yang beragam secara budaya dan bahasa. Pasca Perang Dunia II, kapitalisme demokratis mengakselerasi perdagangan lintas negara, menuntut iklan untuk berperan dalam promosi global. Hal ini ikut memengaruhi tipografi dan desain grafis yang mengalami evolusi menjadi gaya internasional, dimana bertujuan untuk menyampaikan informasi yang netral, sehingga meningkatkan popularitas periklanan perusahaan secara global. Hal ini terjadi saat otomatisasi dan inovasi teknologi pada era 1970-an menandai puncak revolusi industri ketiga, salah satunya memberikan dampak signifikan pada industri penerbangan. *Garuda Indonesian Airways*, sebagai salah satu maskapai terkemuka Indonesia, melaksanakan reformasi identitas visualnya untuk memperkuat posisi di pasar internasional. Peluncuran *Orange Logotype* pada tahun 1969 mencerminkan *modernisasi* maskapai. Penelitian ini mengeksplorasi dan menelusuri reformulasi tipografi dalam bentuk visual estetika, serta interpretasi komunikasi, dan penerapannya dalam konteks dimensi masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan manifesto *Bauhaus* “*New Typography*” oleh Jan Tschichold dan metode analisis wacana kritis, hasil penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai peran ideologi *Bauhaus* dalam pembentukan ideologi tipografi, serta penggambaran strategi visual Garuda dalam menyetarakan diri dengan maskapai internasional lainnya melalui pendekatan penerapan tipografi pada produk grafisnya. Analisis ini mengungkapkan pentingnya pendekatan aspek komunikasi visual yang mendalam dan strategis.

Kata kunci: *Garuda Indonesian Airways*, *Bauhaus*, *New Typography*, Desain Grafis, Periklanan, Strategi Visual.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR BAGAN	xviii
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Landasan teori	23
1. Difusi.....	23

2. Reformulasi	24
3. Ideologi Bauhaus.....	24
4. <i>Bauhaus & New Typography</i>	26
a. Prinsip Bentuk Visual Tipografi - Dekonstruksi.....	30
b. Prinsip Komunikasi Tipografi - Topologi	31
5. Karakteristik desain grafis <i>Bauhaus</i>	32
6. Aspek ekonomi, sosial budaya, dan politik <i>Bauhaus</i>	34
7. Identitas Visual.....	36
G Metode Penelitian.....	37
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
2. Subjek Penelitian.....	38
3. Sumber Data.....	40
a. Data Primer	41
b. Data Sekunder	41
4. Pengumpulan Data	42
a. Studi Dokumentasi	42
b. Observasi	43
c. Studi Pustaka	44
5. Analisis Data	45
a. Pengumpulan Data.....	45
b. Reduksi Data	46
c. Penyajian Data	47
d. Penarikan Kesimpulan.....	48

	6. Skema Alur Penelitian.....	49
H	Sistematika Penulisan.....	49
I	Jadwal Penelitian.....	51

BAB II GAMBARAN UMUM TENTANG OBJEK PENELITIAN

A.	Profil PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.....	54
	1. Sejarah Historis dan Perkembangannya.....	54
	2. Visi dan Misi.....	59
	a. Visi.....	60
	b. Misi.....	60
	3. Peran dalam Industri Penerbangan Internasional.....	60
B.	Transformasi identitas visual Garuda Indonesia.....	62
	1. Periode 1949-1969 (<i>Classic Garuda</i>).....	63
	2. Periode 1969-1985 (<i>Orange Logotype</i>).....	64
	3. Periode 1985-2009 (<i>Modern Bird Symbol</i>).....	66
	4. Periode 2009-Sekarang (<i>Brand Refresh</i>).....	68
C.	Arsip visual <i>Garuda Indonesian Airways</i> tahun	
	1969-1985.....	70
	1. Materi Produk Grafis Garuda Indonesia Airways	
	1969-1985.....	70
	2. Matriks Analisis Produk Grafis <i>Garuda Indonesian</i>	
	<i>Airways</i> 1969-1985.....	74
D.	Identifikasi Profil Tipografi (Pengelompokan Huruf).....	83

1. <i>Harry Pro</i>	85
2. <i>Neue Haas Grotesk Display</i>	86
3. <i>Futura ND Black</i>	87
4. <i>ITC Franklin Gothic</i>	88
5. <i>Neue Plak</i>	89
6. <i>Compacta</i>	90

BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Pemahaman Penerapan Prinsip <i>Bauhaus</i> dalam desain Tipografi.....	92
1. Analisis Prinsip Bentuk Visual Tipografi - Dekonstruksi	92
a. <i>Harry Pro</i>	93
b. <i>Neue Haas Grotesk Display</i>	97
c. <i>Futura ND Black</i>	100
d. <i>ITC Franklin Gothic</i>	104
e. <i>Neue Plak</i>	107
d. <i>Compacta</i>	110
e. <i>Garuda Indonesian Airways Original Logotype</i>	114
2. Analisis Prinsip Komunikasi Tipografi - Topologi.....	117
a. <i>Logo</i>	118
b. <i>Magazine</i>	121
c. <i>Poster</i>	125
a. <i>Timetable</i>	128

b. <i>Passenger ticket</i>	132
c. <i>Maps</i>	135
b. <i>Sticker</i>	139
c. <i>Livery Design</i>	143
3. Tabel kesimpulan analisis bentuk visual dan komunikasi tipografi	146
a. Prinsip Bentuk Visual Tipografi - Dekonstruksi	146
b. Prinsip Komunikasi Tipografi - Topologi	151
B. Tinjauan kontekstual temuan konteks ekonomi, sosial budaya, dan politik pada estetika visual dan tipografi	155
1. Ekonomi	156
2. Sosial Budaya.....	160
3. Politik	164
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	168
B. Saran.....	172
DAFTAR ACUAN	174
LAMPIRAN	-

DAFTAR ACUAN

Jurnal

- Adhitya, G. R., Dewi, A. K., & Nuriarta, I. W. (2023). Perancangan Identitas Visual Pada Media Promosi Event Open Studio 7 Di Florito Studio. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(01), 68–75. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1949>
- Akyuwen, R. (2011). The impact of restructuring on the airline performance: The Case of Garuda Indonesia. *Communication Today*, 1, 112–133. <https://www.proquest.com/docview/1270677314?sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Andana, A., & Mahardika, H. (2017). Making sense of an airline's logo makeover: The case of Garuda Indonesia. In *Competition and Cooperation in Economics and Business* (pp. 149–155). Routledge. DOI:10.1201/9781315225227-20
- Coluzzi, P. (2021). The significance of typography in the linguistic landscape of the 1960s and 1970s Hippie vs. Punk. *Journal of Modern Languages*, 31(1), 86–111. <https://doi.org/10.22452/jml.vol31no1.5>
- Dewi, N. (2019). Strategi Ekspansi PT. Garuda Indonesia Tbk melalui Kolaborasi Internasional dengan SkyTeam Airline Alliance. *Jurnal Hubungan Internasional*, 12(1), 77. DOI:10.20473/jhi.v12i1.12259
- Haenschen, K., & Tamul, D. J. (2020). What's in a font?: ideological perceptions of typography. *Communication Studies*, 71(2), 244–261.
- Holt, M. (2016). Baudrillard and the Bauhaus: The political economy of design. *Design Issues*, 32(3), 55–66.
- Hormazábal, R. A. A. (2023). Exploring Relations between Art Pedagogy, Society and Industry during the First Years of the Bauhaus. *European Journal of Education and Pedagogy*, 4(2), 104–107.
- İnce, D. (2020). *Visualization of the Revolution: Symbols, Typography and Page Design in the Early Republican Journalism*. 135–159.
- Järlehed, J., & Jaworski, A. (2015). Typographic landscaping: Creativity, ideology, movement. In *Social Semiotics* (Vol. 25, Issue 2, pp. 117–125). Taylor & Francis.

- Klevgaard, T. (2020). *The New Typography in Scandinavia: Modernist Design and Print Culture*. Bloomsbury Publishing.
- Kozak, S. (2021). The Beginning of Typographic Installation and Contemporary Graphic Creativity. *P'Arts' Hum*, 1(1), 56–74.
- Louise Egidy, M. (2021). *Fetishising language: typography and postfeminism in late capitalism*.
- Lucius, C. R. (2020). Tinjauan Kurikulum Pendidikan Seni dan Desain di Staatliches Bauhaus Pada Tahun 1919-1933. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 20(2), 165–171.
- Mahmood, G. Z., & Mohammed, N. J. (2023). Bauhaus and its Expressive Reflections in Contemporary Graphic Design. *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture*, 33, 756–774.
- Masefield, P. G. (1972). Aviation and the Environment in the 1970s. *SAE Transactions*, 81, 2960–2992.
- Murtono, T., & Wijaya, B. S. (2021). Representation of Murals and Branded Outdoor Advertising: Critical Implications for Sustainable Geographical Public Spaces. *Review of International Geographical Education Online*, 11(5).
- Nila, N. (2021). Fungsi Dan Makna Point Of Interest Dalam Unsur Grafis Pada Label Makanan Tradisional Getuk Goreng Di Sokaraja. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 2, 113–128. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v2i2.4012>
- Pescatore Frisk, R., & Pauwels, L. (2019). The shared stories that written words tell when no one is reading: Exploring modality in typographic landscapes as an ecosocial semiotic system. *Visual Communication*, 1470357219860086.
- Poon, S. T. (2019). Typography inspirations in 21st-century: Social and cultural roles of modernist Bauhaus in graphic design. *International Journal*, 2(7), 23–37.
- Rinardi, H. (2021). Industrialisasi di Indonesia: Perkembangan Industri Substitusi Impor Indonesia Selama Masa Orde Baru. *Patra Widya: Seri Penerbitan Penelitian Sejarah Dan Budaya.*, 22(1), 101–115.
- Rolo, E., & Gomes, J. (2023). *The Expressivity of the Typographic Composition* (pp. 787–796). https://doi.org/10.1007/978-3-031-47281-7_64

- Sevindik, O., & Karapekmez, A. (2022). *The Heritage of New Typography and The Impact of Today's Typography on Social Media. 1*, 21–54.
- Thurlow, C. (2021). When globalese meets localese: Transformational tactics in the typographic landscape—a Bernese case study. *Social Semiotics*, 31(1), 88–107.
- Toschi, C. (2020a). Futurism and the Birth of Modern Typography. *International Yearbook of Futurism Studies*, 200.
- Varlina, V., & Muthmainnah, S. (2023). *Analisis kognisi dan representasi visual pada perubahan logo Garuda Indonesia terhadap brand Awareness di masyarakat*. <https://ojs.unm.ac.id/tanra/>
- Wagner, C. (2019). *Aesthetics and Cultural Aspects of Bauhaus Towards a New Conception*.
- YILMAZ, M., & ÖZBEK, S. (2017). Effects of Industrial Revolutions on Typographic Development. *Innovation and Global Issues 2: Extended Abstracts Book*, 159.
- Zeleniuk, O. (2023). The Influence of *Bauhaus* Aesthetics and Ideology on the Formation of the Contemporary Artistic and Design Culture. *Pomiędzy. Polonistyczno-Ukrainoznawcze Studia Naukowe*, 8 (1), 63–69.

Tesis

- Brown, J. D. (2020). *Machinery, Theory, and the Revolutions in Typographical Labor*.
<https://www.proquest.com/openview/ee34646facd6476e936304066791b736/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

Buku

- Bloomberg, L. D. (2022). *Completing your qualitative dissertation: A road map from beginning to end*.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford university press.
- Cresswell, J. (2013). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*.

- de Jong, C., Klemp, K., & Mattie, E. (2017). *Ten Principles for Good Design: Dieter Rams : the Jorrit Maan Collection*. Prestel.
<https://books.google.co.id/books?id=fVXBAQAACAAJ>
- Dewey, J. (2008). Art as experience. In *The richness of art education* (pp. 33–48). Brill.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Routledge.
- Fiantika, F., Wasil, M., Jumiyati, S. R. I., Honesti, L., Wahyuni, S. R. I., Mouw, E., Mashudi, I., Hasanah, N. U. R., Maharani, A., & Ambarwati, K. (2022). Metodologi penelitian kualitatif. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin (Issue March)*. Surabaya: PT. Pustaka Pelajar. <https://scholar.google.com/citations>.
- Droste, M. (2023). *Bauhaus, 1919-1933*. Taschen.
- Grabska, E., Grabska-Gradzińska, I., & Frodyma, T. (2022). *The Role of Typography in Visual Design* (pp. 118-130). <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-784-832-9>
- Greenberg, C. (1900). Avant-garde and Kitsch (1939). *Harrison & Wood (Eds.): Art in Theory, 1990*.
- Jury, D. (2017). *What is Typography?* RotoVision SA.
- Lees-Maffei, G. (2019). Reading graphic design in the expanded field: An introduction. *Reading Graphic Design in Cultural Context*, 2–13.
- McLean, R., Lupton, E., & Cohen, E. L. (1997). *Jan Tschichold: A Life in Typography*. Princeton Architectural Press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Moeleong Lexy, J. (2018). Metode Penelitian Kualitatif. *Edisi Revisi, Cetakan Ke-38*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- O’Leary, M. (2020). *Classroom observation: A guide to the effective observation of teaching and learning*. Routledge.
- Pater, R. (2016). *The Politics of Design* (1st ed., Vol. 1). Bis Publisher.

- Pater, R. (2021). *CAPS LOCK: How Capitalism Took Hold of Graphic Design, and How to Escape from It*. Valiz.
- Rössler, P. (2022). *New Typography, the Bauhaus, and its Impact on Graphic Design*. In *Bauhaus Effects in Art, Architecture, and Design* (pp. 25–43). Routledge.
- Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*.
- Silverman, D. (2011). *A guide to the principles of qualitative research*.
- Siswanto, R. A. (n.d.). *Desain Grafis Sosial: Narasi, Estetika, dan Tanggung Jawab*. PT Kanisius.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. *ALFABETA, Cv*.
- Tschichold, J., McLean, R., Hendel, R., & Kinross, R. (2006). *The New Typography*. University of California Press.
<https://books.google.co.id/books?id=9fgLvgAACAAJ>
- Wiley, C., & Pace, I. (2020). *Researching and Writing on Contemporary Art and Artists*. Springer.

Internet

- Berlow, D. (2023). *ITC Franklin*. ITC.
<https://www.myfonts.com/collections/franklin-font-itc>
- Indonesia, G. (2017). Profil Perusahaan. Retrieved from *Www. Garuda-Indonesia.Com*.
- Jackaman, S., & Muir, A. (2023). *Red Rooster Collection | Typography collection*.
<https://roosterfonts.com/fonts/harry-pro/>
- Lambert, F. (2023). *Compacta*. ITC.
<https://www.myfonts.com/collections/compacta-font-itc>
- Renner, P., Hintz, L., & Omagari, T. (2023). *Neue Plak*.
<https://www.myfonts.com/collections/neue-plak-font-monotype-imaging>
- Schwartz, C., & Miedinger, M. (2023). *Neue Haas Grotesk Display*.
<https://www.myfonts.com/collections/neue-haas-grotesk-font-linotype>

S.L, B. (2024). *Futura ND Black - Download typeface by Bauer Types | Official Website*. <https://bauertypes.com/en/bauer-classics/futura-nd-black/>

Stirton, P. (2019, May). *Bauhaus design is everywhere, but its roots are political*. <https://www.youtube.com/watch?v=X59FCW3vOIE>

Tentang Garuda Indonesia - Garuda Indonesia. (n.d.). <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/corporate-partners/company-profile/about/index>

WhatTheFont Font Finder - Identify Fonts by Image. (n.d.). <https://www.myfonts.com/pages/whatthefont>

