

**GAYA VISUAL IKLAN ROKOK DI MAJALAH:
EKSPRESI GAYA HIDUP DARI MASA KOLONIAL
HINDIA BELANDA SAMPAI PASCA ORDE BARU
(1925-2000)**



DISERTASI

**Program Doktor Penciptaan dan Pengkajian Seni
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Minat Utama Pengkajian Desain Interior**

Bedjo Riyanto

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2018**

**GAYA VISUAL IKLAN ROKOK DI MAJALAH:
EKSPRESI GAYA HIDUP DARI MASA KOLONIAL
HINDIA BELANDA SAMPAI PASCA ORDE BARU
(1925-2000)**

DISERTASI

Untuk memperoleh Gelar Doktor
Dalam Program Doktor Penciptaan dan Pengkajian Seni
Pada Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Telah dipertahankan di hadapan
Panitia Ujian Doktor Terbuka



Pada hari : Jumat
Tanggal : 03 Agustus 2018
Jam : 09.00 – 11.00 WIB

Oleh:

Bedjo Riyanto
NIM 1130088512

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2018**

DISERTASI INI TELAH DISETUJUI

Tanggal

Oleh

Promotor ,


Prof. Drs. M. Dwi Marianto, M.F.A., Ph.D.
NIP. 19561019 198501 1003



Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.
NIP. 19600408 198601 1001

Telah diuji pada Ujian Tahap I (Tertutup)

Tanggal : 12 Juli 2017

Dan disetujui untuk diajukan ke Ujian Tahap II (Terbuka)

PANITIA PENGUJI DISERTASI

Ketua : Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn.

Anggota : 1. Prof. Drs. M. Dwi Marianto, M.F.A., Ph.D.

2. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.

3. Prof. Dr. Djoko Suryo

4. Dr. H. Suwarno Wisetrotomo, M.Hum.

5. Kurniawan Adi Saputro, M.A., Ph.D

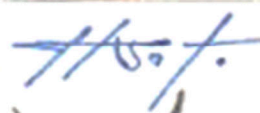

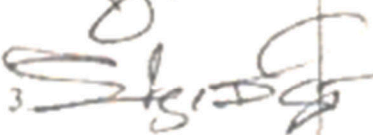

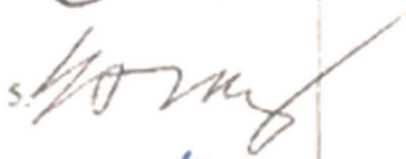




6. Dr. St. Sunardi

7. Dr. Suastiwi, M.Des.

8. Dr. Ratna Noviani, S.I.P., M.Si

Ditetapkan dengan Surat Keputusan
Direktur PPs Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Nomor : 605/IT4.4.1/KP/2018
Tanggal : 03 Agustus 2018

PANITIA PENGUJI DISERTASI

Status	Nama	Tanda Tangan
Ketua	1. Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn.	1 
Anggota	2. Prof. Drs. M. Dwi Marianto, M.F.A., Ph.D.	2. 
	3. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M Hum.	3. 
	4. Prof. Dr. Djoko Suryo	4. 
	5. Dr. H. Suwarno Wisetrisnomo, M.Hum	5. 
	6. Kurniawan Adi Sapuro, M.A., Ph.D	6. 
	7. Dr St. Sunardi	7. 
	8. Dr. Suastiwi, M Des.	8. 
	9. Dr. Ratna Noviani, S.I.P., M.Si	9. 



Direktur, 16 AUG 2018

Prof. Dr. Djohan, M.Si.
NIP. 196112171994031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah, dan barokhahNya sehingga penulisan disertasi ini dapat diselesaikan. Pada kesempatan yang membahagiakan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Prof. Drs. M. Dwi Marianto, MFA., Ph.D. selaku promotor dan Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum. selaku Ko-Promotor yang penuh kesabaran serta keikhlasan telah membimbing penulisan disertasi ini.

Terima kasih peneliti ucapkan kepada Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta serta Direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh program Doktor (S3) di lembaga ini.

Terima kasih yang sedalam-dalamnya peneliti haturkan kepada para penguji: Prof. Dr. Joko Suryo, Dr. H. Suwarno Wisetrotomo, M.Hum, Dr. St. Sunardi, Kurniawan Adi Saputro Ph.D, Dr. Ratna Noviani SIP., M.Si., Dr. Suastiwi M.Des., serta Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn selaku ketua sidang atas segala saran dan perbaikan yang sangat berguna dalam penulisan disertasi ini.

Terima kasih juga peneliti haturkan kepada para dosen program S3 ISI Yogyakarta: Prof. Drs. Soeprapto Soedjono, MFA, Ph.D., Prof. Dr. Y.Sumandiyono Hadi, serta Dr. Fortunata Tyasrinestu selaku Ketua Program S3 Pascasarjana ISI Yogyakarta beserta seluruh stafnya (mbak Ika Nurcahyani, mas Suprihatin dan lain-lain).

Ucapan terima kasih peneliti haturkan untuk Rektor Universitas Sebelas Maret (UNS), Dekan FSRD UNS, serta Ketua Program Studi Deskomvis FSRD UNS, yang telah memberi izin studi doktoral ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya juga dihaturkan untuk para narasumber: Gandhi Suryoto, Indrojoyo Kusumonegoro (Indro Warkop), serta Oneng Fariz RM yang bersedia memberi data-data yang berharga dalam penelitian ini.

Terima kasih teruntuk para sahabat Program S3 ISI Yogyakarta: Bopo Dr. Indro Moerdisuroso, Bli Dr. Kun Adnyana, Pak Dr. Andrean Dektisa, Mas Dr. Setyobudi, mas Andreas Slamet Widodo, Pak Dr. Asriel Muchtar, Bu Lucky, Bung Tony Brur dan lain-lainnya yang tidak saya sebutkan disini atas kekompakan, wisata kuliner, dan guyon-guyon pengobat stresnya.

Terima kasih sedalam-dalamnya untuk kedua orang tua peneliti almarhum RM Salamoen Tjokrokusumo/Nitidiharjo dan ibu Wati, mertua almarhum Prof. KRMH Suyono Kusumaningrat S.H. dan ibu ageng KBRAy Tamdari Suyono, istriku RA Anissa, serta anak-anakku RA Rianisa dan RM Riandaru yang memberi semangat untuk bertahan menyelesaikan studi ini. Juga tidak lupa ucapan terima kasih atas dukungan tim teknis penulisan mas Febraji FSRD UNS.

Terakhir ucapan terima kasih kepada para hadirin sidang terbuka promosi doktor, sanak saudara, dan para sahabat yang tidak disebutkan disini yang telah meluangkan waktu menghadiri undangan peneliti. Pada kesempatan ini peneliti mohon maaf kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan disertasi atas segala kesalahan dan kekurangan selama penelitian ini. Semoga disertasi ini bermanfaat bagi dunia ilmu pengetahuan betapapun kecilnya.

Yogyakarta, Agustus 2018

ABSTRACT

The visual style reconstruction of cigarette advertisements, which had been published in magazines since the colonial period of the Netherlands Indies to the Post New Order era (1925-2000), and the expressions of lifestyle which were recorded in them, are the focuses of this dissertation research. This research employed analytical descriptive research methodology, with the main theory of social history of art and David Chaney's lifestyle theory. The results show that the visual styles reconstruction of cigarette advertiments are divided into three important periodizations as follows;

First, the visual style of Oriental Modern Eclectism that captures the Indies hybrid lifestyle expression namely: a pseudo modernity lifestyle as the result of the integration among the colonized communities which were spread across the Indies (1925-1942). The cigarette advertisements of that era presented an imaginary world that depicted the harmonious social interactions of various social layers contrary to the social reality of the segregated colonial life.

Second, the visual style of Traditional Agrarian Narrative Product Information that captures the ambiguity of lifestyle expression in the search of National Identity amidst the revolutionary spirit in that era (1942-1966). The spirit of seeking a national identity shows the ambiguity of the lifestyle of being modern West or maintaining the eastern heritage as the legacy from the past.

Third, Modern International (International Style) visual style that captures the ambiguity of pseudo modern cosmopolitan lifestyle of Indonesia's new middle class consumers in the New Order era until the beginning of the Reformation (1970-2000). Cigarette advertisements are becoming the arena for Indonesia's new middle class to promote consumptive lifestyle as their modern identity. The dramatic narrative presented in the cigarette advertiements of this era is a false and misleading manipulative reality for the audience.

Keywords: cigarette advertisement, visual style, lifestyle

ABSTRAK

Rekonstruksi perkembangan gaya visual iklan rokok yang dimuat pada media majalah sejak masa kolonial Hindia Belanda sampai Pasca Orde Baru (1925-2000), serta ekspresi gaya hidup yang terekam di dalamnya merupakan fokus penelitian disertasi ini. Menggunakan metodologi penelitian deskriptif analitis dengan teori utama sejarah sosial seni dan teori gaya hidup David Chaney, temuan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga periodisasi penting.

Pertama, gaya visual Eklektisisme Modern Oriental yang merekam ekspresi gaya hidup hibriditas Indis yaitu: suatu modernitas semu gaya hidup hasil integrasi komunitas-komunitas masyarakat jajahan yang tersebar di Hindia Belanda (1925-1942). Iklan-iklan rokok waktu itu menyajikan dunia imajiner yang menggambarkan interaksi sosial harmonis berbagai lapisan sosial yang bertolak belakang dengan realitas sosial kehidupan masyarakat jajahan yang bersifat segregatif.

Kedua, gaya visual Narasi Agraris Tradisional Informasi Produk yang merekam ambiguitas ekspresi gaya hidup dalam mencari bentuk Identitas Nasional di tengah berkobarnya semangat revolusi pada masa itu (1942-1966). Semangat mencari bentuk identitas nasional memperlihatkan ambiguitas gaya hidup yaitu menjadi Barat yang modern atau mempertahankan ketimuran sebagai warisan adiluhung masa lalunya.

Ketiga, gaya visual Modern Internasional (International Style) yang merekam ambiguitas gaya hidup semu kosmopolitan modern kelas menengah konsumsi baru Indonesia di masa Orde Baru sampai awal Reformasi (1970-2000). Iklan rokok menjadi arena bagi kelas menengah baru Indonesia untuk mempromosikan gaya hidup konsumtif sebagai identitas modernitasnya. Narasi dramatis yang disajikan merupakan realitas manipulatif yang bersifat semu dan menyesatkan bagi pemirsanya.

Kata kunci: iklan rokok, gaya visual, gaya hidup

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Alasan dan Batasan Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah.....	13
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	15
A. Tinjauan Pustaka	15
B. Landasan Teori.....	25
1. Teori Sejarah Sosial Seni	26
2. Teori Iklan Sebagai Representasi Gaya Hidup (<i>Lifestyles</i>).....	29
3. Teori Budaya Visual dan Sejarah Gaya Desain Grafis Modern	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
BAB IV HASIL PENELITIAN	49

A. Hasil Penelitian	49
1. Perkembangan Industri Rokok di Indonesia Dari Masa Hindia Belandia Sampai Pasca Orde Baru (1925-2000).....	49
2. Peran Iklan Dalam Persaingan Pemasaran Industri Rokok Dari Masa Hindia Belandia Sampai Pasca Orde Baru (1925-2000) .	71
3. Kota, Perubahan Sosial, Dan Perkembangan Gaya Hidup Dalam Iklan Media Pers Dari Masa Hindia Belandia Sampai Pasca Orde Baru (1925-2000).....	85
3.1. Periode Kolonialisme Hindia Belandia (1925-1942)	85
3.2. Periode Pendudukan Jepang Sampai Demokrasi Terpimpin (1942-1966).....	101
3.3. Periode Orde Baru Sampai Pasca Orde Baru (1968-2000)	113
BAB V HASIL PEMBAHASAN.....	138
A. Hasil Pembahasan	137
1. Gaya Visual Iklan Rokok Sebagai Representasi Gaya Hidup: Ambiguitas Budaya Indis Dan Integrasi Komunitas-komunitas Yang Tersebar di Hindia Belandia (1925-1942).....	138
1.1. Gaya Visual Eklektik Modern Oriental Iklan Rokok Masa Kolonial Hindia Belandia (1925-1942)...	138
1.2. Hibriditas Indis: Ambiguitas Ekspresi Gaya Hidup Masyarakat Jajahan Hindia Belandia Dalam Visualitas Iklan-iklan Rokok Awal Abad Ke-20.....	184

2. Mencari Bentuk Identitas Nasional Indonesia: Gaya Hidup Dalam Representasi Visual Iklan Rokok Dari Zaman Jepang Sampai Demokrasi Terpimpin (1942-1966)	204
2.1.Narasi Agraris Tradisional Informasi Produk: Gaya Visual Iklan Rokok Dari Zaman Jepang Sampai Demokrasi Terpimpin (1942-1966)	204
2.2.Memori Agraris Gaya Hidup Masa Revolusi: Kegamangan Pencarian Identitas Nasional Dalam Visualitas Iklan Rokok Periode Tahun 1942-1966	220
3. Kosmopolitanisasi Gaya Hidup: Modernitas Konsumsi Semu Era Orde Baru dan Pasca Orde Baru (1970-2000)	229
3.1.Gaya Visual Modern Internasional (International Style) Iklan Rokok Masa Orde Baru: Dari Penjualan Langsung Menuju Era Komunikasi Kreatif	229
3.2.Gaya Visual Posmodern Iklan Rokok Masa Pasca Orde Baru	290
3.3.Kelas Menengah Semu: Ambiguitas Gaya Hidup Modern Kosmopolitan Era Orde Baru dan Pasca Orde Baru (1970-2000)	306
B. Kesimpulan	354
C. Saran-saran.....	358
DAFTAR PUSTAKA	360

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Perkembangan Produksi Gudang Garam 1958-1988.....	73
Tabel 1.2 : Perkembangan Jumlah, Produksi, Dan Cukai Industri Rokok (2007- 2012)	83
Tabel 1.3 : Total Produksi dan Nilai Industri Rokok Tahun (1981-2002).....	84



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1: Iklan tembakau Shag Van Nelle di majalah <i>Kedjawen</i> tahun 1939	8
Gambar 4.1: Iklan Rokok Ping Pong di majalah <i>Pemberita Betawi</i> tahun 1907	143
Gambar 4.2: Iklan Rokok Seven Stars di majalah <i>d'Orient</i> tahun 1924.....	145
Gambar 4.3: Iklan Rokok Garrick di majalah <i>d'Orient</i> tahun 1924	147
Gambar 4.4: Iklan rokok Garrick di majalah <i>d'Orient</i> tahun 1924.....	150
Gambar 4.5: Iklan Rokok Mac Gillavry di majalah <i>d'Orient</i> tahun 1925	153
Gambar 4.6: Iklan Rokok Abdulla di majalah <i>d'Orient</i> tahun 1925.....	158
Gambar 4.7: Iklan Rokok Camel di majalah <i>d'Orient</i> tahun 1937	159
Gambar 4.8: Iklan Rokok Mourad di majalah <i>d'Orient</i> tahun 1935	160
Gambar 4.9: Iklan Enamel K.N.I.L.M	162
Gambar 4.10: Iklan Enamel Rotterdamsche Lloyd.....	163
Gambar 4.11: Iklan Enamel tembakau shag Van Nelle	163
Gambar 4.12: Iklan tembakau Shag Van Nelle di majalah <i>Kedjawen</i> tahun 1939	167
Gambar 4.13: Iklan Shag Tabak Van Nelle di majalah <i>Kedjawen</i> tahun 1940	173
Gambar 4.14: Iklan Rokok Mascot di majalah <i>Wereldnieuws en Sport in</i> tahun 1941.....	178
Gambar 4.15: Iklan Enamel Tembakau Shag Van Nelle	180
Gambar 4.16: Iklan Enamel Tembakau Shag Van Nelle	181

Gambar 4.17: Iklan Rokok Mac Gillavry di majalah <i>Almanak Djawi</i> tahun 1942	205
Gambar 4.18: Iklan Rokok M.D.Ali merek Wirogo di majalah <i>Almanak Asia Raya</i> tahun 1943.....	207
Gambar 4.19: Iklan-iklan rokok kretek di majalah <i>Bijvoegsel der Javase Courant</i> tahun 1947	210
Gambar 4.20: Iklan-iklan rokok kretek di majalah <i>Bijvoegsel der Javase Courant</i> tahun 1947	212
Gambar 4.21: Iklan Rokok Bison di majalah <i>Star Weekly</i> tahun 1953.....	213
Gambar 4.22: Iklan Cerutu Senator di majalah <i>Star Weekly</i> tahun 1953.....	216
Gambar 4.23: Iklan Rokok Norojono di majalah <i>Bintang Timur</i> tahun 1959	218
Gambar 4.24: Iklan rokok Abdulla di majalah <i>Tempo</i> tahun 1973.....	234
Gambar 4.25: Iklan Rokok Abdulla (Philip Morris) di majalah <i>Tempo</i> tahun 1973	237
Gambar 4.26: Iklan Rokok 555 di majalah <i>Tempo</i> tahun 1974	239
Gambar 4.27: Iklan rokok Bentoel Internasional di majalah <i>Tempo</i> tahun 1977	242
Gambar 4.28: Iklan Rokok Blue Ribbon di majalah <i>Tempo</i> tahun 1978.....	244
Gambar 4.29: Iklan Rokok Bentoel di majalah <i>Tempo</i> tahun 1980.....	247
Gambar 4.30: Iklan rokok Sampoerna 'A' Hijau di majalah <i>Tempo</i> tahun 1983	251
Gambar 4.31: Iklan rokok Djarum Super di majalah <i>Tempo</i> tahun 1988	255
Gambar 4.32: Iklan rokok Djarum Super di majalah <i>Tempo</i> tahun 1989	259
Gambar 4.33: Iklan Rokok Wismilak di majalah <i>Tempo</i> tahun 1988.....	262

Gambar 4.34: Iklan rokok Bentoel International Mild di majalah <i>Tempo</i> tahun 1989	267
Gambar 4.35: Iklan rokok Wismilak di Majalah <i>Tempo</i> tahun 1989.....	269
Gambar 4.36: Iklan Wismilak di majalah <i>Tempo</i> tahun 1990	274
Gambar 4.37: Iklan Rokok Marlboro di majalah <i>Tempo</i> tahun 1992	276
Gambar 4.38: Iklan Rokok Sampoerna A Mild di majalah <i>Tempo</i> tahun 1992	281
Gambar 4.39: Iklan Sampoerna A Mild di majalah <i>Forum Keadilan</i> tahun 1997.....	283
Gambar 4.40: Iklan Rokok Sampoerna A Mild di majalah <i>Tempo</i> tahun 1992	285
Gambar 4.41: Iklan rokok Gudang Garam di majalah <i>Forum Keadilan</i> tahun 1995.....	288
Gambar 4.42: Iklan Rokok Pall Mall di majalah <i>Tempo</i> tahun 1999.....	295
Gambar 4.43: Iklan rokok Bentoel Star Mild di majalah <i>Tempo</i> tahun 1999	299
Gambar 4.44: Iklan rokok Djarum Super di majalah <i>Tempo</i> tahun 2000	302
Gambar 4.45: Iklan rokok Djarum Super di majalah <i>Tempo</i> tahun 2000	303

