BAB II

UNSUR VISUAL DAN POSTER PROPAGANDA

2.1 Unsur Visual Pada Poster Sebagai Karya Desain Grafis

2.1.1 Desain Grafis

Kata grafis mengacu pada pengertian suatu gambar. Dalam *Encyclopedia of Graphic Desain + Designers*, kata “desain grafis” diartikan sebagai: “*generic term for the activity of combining typography, illustration, photography and printing for purposes of persuasion, information or instruction*”. Desain grafis adalah proses merancang gambar atau bentuk-bentuk visual dwimatra (dua dimensi) untuk kepentingan proses komunikasi yang fungsional dan efektif. Tiga fungsi utama desain grafis menurut Livingston (1994) adalah fungsi persuasi, fungsi informasi, dan fungsi instruksi (Arief, 2010, h.25). Secara garis besar ada empat elemen dasar dalam desain grafis, yaitu: ilustrasi, fotografi, simbol, dan tipografi (*headline, sub-headline, dan body copy*).

Secara garis besar dapat dikatakan bahwa, desain grafis merupakan proses dalam merancang atau menyusun gambar, huruf, simbol, fotografi atau unsur-unsur visual lainnya dan memperhatikan harmoni/kesatuan, keseimbangan, irama atau

prinsip visual lainnya sehingga menjadi informasi visual untuk kepentingan proses komunikasi yang fungsional dan efektif.

2.1.2 Unsur Visual dalam Desain Grafis

Unsur atau elemen merupakan bagian dari suatu karya desain. Unsur-unsur tersebut saling berhubungan satu sama lain. Masing-masing memiliki sikap tertentu terhadap yang lain, misalnya sebuah garis mengandung warna dan juga memiliki style garis yang utuh, yang terputus-putus, yang memiliki tekstur bentuk, dan sebagainya. (Kusrianto, 2007, h.29)

Selain itu juga dijelaskan oleh Arthur (2009), dalam suatu karya, unsur visual dapat tampil eksplisit atau implisit. Unsur yang tampil eksplisit berarti ia dapat langsung dikenali sebagai titik merah atau garis sapuan kuas misalnya. Sebaliknya, disebut implisit karena unsur-unsur ini tidak langsung dikenal sebagai garis atau titik, tapi ia tampil dalam bentuk gambar atau huruf. Unsur visual ‘tersamar’ atau ‘terkandung’ dalam bentuk gambar dan huruf. (h.20)

Menurut Adi Kusrianto (2007) untuk mewujudkan suatu tampilan visual, diperlukan beberapa unsur yang disusun menjadi karya desain yang selaras, serasi dan seimbang dalam kesatuan, unsur-unsur tersebut yaitu titik, garis, bidang, ruang, warna, dan tekstur.

- **Titik**

  Titik adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil, dimana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok, dengan variasi jumlah, susunan dan kepadatan tertentu.

- **Garis**

  Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan atau coretan juga menjadi batas limit suatu bidang atau warna. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, zigzag, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan.

  Garis merupakan unsur terbentuknya sebuah gambar. Garis memiliki dimensi memanjang serta memiliki arah.

  Goresan suatu garis memiliki arti/ kesan sebagai berikut:

  Garis tegak: kuat, kokoh, tegas, dan hidup.

Garis datar: lemah, tidur, dan mati

Garis lengkung: lemah, lembut, mengarah

Garis patah: tegas, tajam, hati-hati, naik turun

Garis miring: sedang, menyudutkan

Garis berombak: halus, lunak, berirama

- **Bidang**

  Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri/ beraturan dan non-geometri/ tidak beraturan.

  Bidang dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih.

- **Ruang**

  Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antara objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi menjadi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan

ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.

- **Warna**

  Warna sebagai unsur visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan yang diterima oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya.

  Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pembuat gambar dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, mood, semangat dan lainnya.

  Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis. Molly E. Holzschlag (seperti dikutip Kusrianto, 2007), seorang pakar tentang warna, dalam tulisannya "*Creating Color Scheme*" membuat daftar mengenai kemampuan masing-masing warna ketika memberikan respon secara psikologis, seperti warna merah mampu memberikan respon yang ditimbulkan kekuatan,

bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya; warna biru menimbulkan kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah; warna hijau menimbulkan kesan alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaruan; warna kuning menimbulkan rasa optimis, harapan, filosofi, ketidakjujuran/ kecurangan, pengecut, pengkhianatan; warna ungu menimbulkan spiritual, misteri, keagungan, perubahan, bentuk, galak, arogan; warna orange menimbulkan energi keseimbangan, kehangatan; warna coklat menimbulkan respon dapat dipercaya, nyaman, bertahan; warna abu-abu menimbulkan intelek, futuristik, modis, kesenduan, merusak; dan warna putih menimbulkan rasa bersih, kemurnian/ suci, kecermatan, *innocent* (tanpa dosa), steril, kematian.

- **Tekstur**

  Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik tekstur dibagi menjadi tekstur halus dan kasar, dengan kesan pantul mengkilat dan kusam. Ditinjau dari efek tampilannya tekstur digolongkan menjadi tekstur nyata dan tekstur semu. Disebut tekstur nyata bila ada kesamaan antara hasil raba dan penglihatan.

Sedangkan, pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil penglihatan dan perabaan.

Variabel penyusunan unsur-unsur visual meliputi kedudukan, arah, ukuran, jarak, bentuk, dan jumlah.

Kedudukan adalah masalah dimana suatu objek yang terbentuk oleh unsur-unsur visual ditempatkan.

Arah, memberikan pilihan mengenai ke arah mana suatu objek dihadapkan dan bagaimana efeknya terhadap hubungan suatu objek dengan objek lainnya.

Ukuran, menentukan kesan besar-kecilnya sesuai peranannya.

Jarak, **bentuk, dan jumlah** berpengaruh terhadap kepadatan, bobot, dan keluasaan ruang atau bidang dimana berbagai objek dihadirkan.

2.1.3 Poster

Poster adalah iklan atau pengumuman yang diproduksi secara massal (Ensiklopedia Encarta, 2004). Sedangkan menurut Sumbo Tinarbuko (2007), poster merupakan salah satu media komunikasi visual berbentuk dua dimensional. Kehadirannya bertujuan menyampaikan suatu pesan, keinginan, mengumumkan sesuatu agar diketahui masyarakat dan

mengingatkan mereka tentang hal-hal yang dianggap penting.

Poster adalah salah satu bagian dari seni dan desain yang memiliki gaya, aliran maupun *trend* tersendiri yang tidak lepas dari tingkat penguasaan teknologi serta gaya hidup dari suatu zaman. (Kusrianto, 2007, h.338)

Poster pada umumnya dibuat dengan ukuran besar di atas kertas untuk didisplay pada khalayak. Sebuah poster biasanya berisikan gambar ilustrasi dengan warna-warna yang indah dan beberapa teks maupun memuat *trademark*. Sebuah poster biasanya berguna secara komersial untuk mengiklankan suatu produk, suatu kegiatan pendidikan, acara entertainment, maupun alat propaganda. Namun, banyak juga poster yang dibuat hanya untuk tujuan seni maupun sebagai hiasan.

Poster dibuat untuk menyampaikan pesan atau informasi. Jenis poster dikelompokkan menjadi, sebagai berikut:

- **Poster Teks**

  Sebagaimana namanya, poster teks mengutamakan teks sebagai informasi, tetapi biasanya juga ada elemen-elemen gambar seperti simbol kerajaan, gambar raja atau ornamen lain. Pada awalnya, poster digunakan untuk menyampaikan pengumuman pemerintah kepada

rakyat di abad ke-15. Poster selain digunakan sebagai pengumuman, poster juga digunakan untuk iklan.

- **Poster Bergambar**

  Pada abad ke-17, yang disebut sebagai awal abad modern, ada dua pemicu atas berkembangnya produksi poster. Pertama, semakin maju teknologi percetakan. Kedua, dimulainya era industrialisasi dalam skala besar dengan terjadinya Revolusi Industri di Prancis yang menyebabkan diperlukannya sarana iklan menggunakan poster. Oleh karena itu, poster dicetak dalam jumlah besar.

  Poster-poster pada era itu dihiasi dengan gambar yang berwarna-warni. Dan terdapat banyak poster yang memiliki nilai artistik yang tinggi, diantaranya adalah dengan masuknya pengaruh aliran Art Noveau, Kubisme, Surrealisme, Dada, dan Art Deco. (Kusrianto, 2007, h. 339)

Di Indonesia, poster mulanya digunakan untuk membangkitkan nasionalisme. Poster-poster tersebut merupakan poster propaganda yang berperan sebagai media pendukung untuk membangkitkan semangat perjuangan kemerdekaan bangsa Indonesia.

Dalam sebuah poster terdapat komponen dasar yang telah membentuknya menjadi suatu karya seni atau desain, yaitu titik, garis, bidang, bentuk, tipografi, tekstur, dan warna. Komponen dasar ini juga dapat disebut unsur visual. Dari unsur visual yang sederhana tersebut, dapat membentuk sebuah karya seni dan desain. Titik menjadi garis, garis tersusun membentuk bidang, bidang berlapis membentuk *volume*, dan bentuk akhir ini memiliki tekstur dan warna yang wujudnya figuratif atau non figuratif, dan rangkaian tipografi membentuk kata, kata-kata membentuk satu kalimat yang dapat menarik perhatian dan isi dari karya seni dan desain tersebut dapat mempengaruhi atau mengubah sikap dan perilaku individu atau kelompok sasaran.

2.1.4 Unsur dalam Sebuah Poster

Dalam sebuah poster terdapat unsur yang sangat bervariasi, namun biasanya ada unsur utama yang terkandung dalam sebuah poster yaitu visual (gambar) dan teks (tipografi). (Rustan, 2008, h. 108)

1. **Gambar/ Ilustrasi**

   Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atau suatu maksud atau tujuan secara visual. (Kusrianto, 2007,

h.140)

Dalam poster propaganda perjuangan masa revolusi kemerdekaan Indonesia terlihat ilustrasinya sangat mengilustrasikan keadaan yang sedang terjadi, gemuruh semangat perjuangan para pejuang dan rakyat demi mempertahankan kemerdekaan Indonesia.

- Ilustrasi dengan Teknik *Woodcut*

  Teknik membuat ilustrasi merupakan bagian dari grafis desain yang tidak dapat dipisahkan dari teknik reproduksi (untuk memperbanyak).



Gambar 2.1 : Ilustrasi tentang Benyamin Franklin (1706-1790) menggunakan teknik *woodcut* yang dibuat oleh perusahaan percetakan Cox & Sons pada tahun 1785. Sumber: Buku “Pengantar Desain Komunikasi Visual”, 2007

T

eknik pertama yang dikenal dengan nama *woodcut* (membuat cukilan) atau relief pada sebuah kayu

kemudian dicap pada kertas atau kain (Gambar 2.1). Setelah teknik *woodcut* muncul teknik *woodblock* yang merupakan teknik cetak/ pengecapan berwarna dengan sistem (Gambar 2.2).



Gambar 2.2 : Ilustrasi di era *woodblock* dibuat oleh seniman Jepang, tahun 1603-1867. Sumber: Buku "Pengantar Desain Komunikasi Visual", 2007

- Ilustrasi dalam *Fine Art*

Sebuah karya ilustrasi yang dibuat sedemikian detail mendekati keadaan sebenarnya dikelompokkan sebagai Fine Art.

Ketika teknik fotografi belum maju, orang yang hidup di akhir abad ke-18 lebih menyukai memanfaatkan goresan pena ilustrasi untuk menggambarkan suatu pemandangan atau suasana.

Teknik reproduksinya dilakukan dengan teknik *lithografi*. *Lithografi* adalah proses pencetakan yang

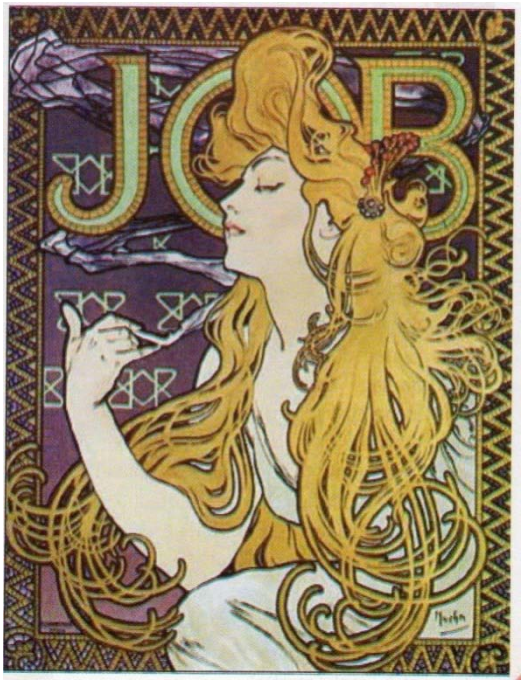
ditemukan pada tahun 1798 oleh Aloys Senefelder dari Jerman. *Lithografi* awalnya merupakan teknik cetak di atas batu (*lithos*) yang diukir, yang perkembangannya kemudian menggunakan pelat medal. Pada zaman modern, percetakan dilakukan dengan pelat kertas dan proses cetaknya disebut offset.

- Pengaruh *Art Noveau* dalam Ilustrasi

  Kusrianto (2007) menjelaskan *Art Noveau* adalah sebuah gerakan di bidang seni yang dipelopori oleh beberapa orang seniman Perancis (dan Belgia). *Art Noveau* kurang lebih “Seni Baru”. Gerakan seni *Art Noveau* mempersatukan antara *Fine Art* dan *Applied Art* (karya seni yang dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari). (h.146)

  Keberanian untuk menggunakan ruang-ruang kosong maupun blocking bidang menggunakan warna gelap terang menggantikan *trend* sebelumnya yang mengandalkan garis-garis arsiran sebagai pengisi ruang.

  Selain itu, kekuatan garis-garis juga sangat diandalkan dalam *Art Noveau*.



Gambar 2.3 : Ilustrasi yang dibuat di Belgia tahun 1897 oleh Alphonse Mucha dari Perancis. Goresan bentuk rambut khas gaya Art Noveau yang mempengaruhi kebanyakan seniman ilustrasi hingga tahun 1970. Sumber: Buku “Pengantar Desain Komunikasi Visual”, 2007

Penggunaan garis-garis dekoratif, *style*, penokohan, serta penampilan grafis dengan ruang yang datar sangat kental dengan pengaruh gaya *Art Noveau*.

Ciri dari gaya grafisnya adalah penggunaan efek dramatis dengan penggunaan blok bidang gelap terang untuk menuangkan media grafisnya (Gambar 2.4).

Seniman grafis itu dapat mengadaptasi berbagai gaya dan ide melukis, tetapi secara ide lukisannya berasal dari gabungan ilustrasi (dengan kekuatan

goresan bentuk) dan teknik lukisan (pada teknik render dalam setiap pengisian bidang).

I



Gambar 2.4 : Ilustrasi karya William Heart Robinson. Sumber: Buku "Pengantar Desain Komunikasi Visual", 2007

Ilustrasi menggunakan teknik *airbrush* (kuas semprot), mempunyai kelebihan yaitu kemampuannya menggambar (mereproduksi) foto atau melukis dengan hasil seperti foto dan teknik airbrush pernah berjaya antara tahun 1970-an hingga 1980-an.

Dalam sebuah gambar terdapat hubungan *figure-ground.* Hubungan *figure* dan *gound* yaitu menganggap bahwa setiap gambar/ bidang pengamatan dapat dibagi dua yaitu *figure* (objek/ bentuk) dan *ground* (latar). Penampilan suatu objek seperti ukuran, potongan,

warna dan sebagainya membedakan *figure* dari *ground* (latar belakang). Bila *figure* dan *ground* bersifat samar-samar, maka akan terjadi kekaburan penafsiran antara latar dan *figure*.

2. Teks/ Tipografi

Di dalam desain grafis, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, “menyusun” meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki. (Kusrianto, 2007, h.190)

Desain Komunikasi Visual tidak bisa lepas dari tipografi sebagai unsur pendukungnya. Perkembangan tipografi banyak dipengaruhi oleh faktor budaya dan teknik pembuatan. Karakter tipografi yang ditimbulkan dari bentuk hurufnya bisa dipersepsikan berbeda.

Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan hanya berarti sebuah makna yang mengacu pada sebuah objek atau gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan citra atau kesan secara visual, karena dalam suatu huruf terdapat nilai

fungsional dan nilai estetika, pemilihan jenis huruf pun harus disesuaikan dengan citra yang ingin diungkapkan.

Huruf-huruf dapat digolongkan menurut jenisnya yaitu:

- *Roman*, pada awalnya adalah kumpulan huruf kapital seperti yang biasa ditemui di pilar dan prasasti Romawi, namun kemudian definisinya berkembang menjadi seluruh huruf yang mempunyai ciri tegak dan didominasi garis lurus kaku.
- *Serif*, memiliki sirip, kaki, atau serif yang berbentuk lancip pada ujungnya, dan ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya. Kesan yang ditimbulkan adalah klasik, anggun, lemah gemulai dan feminin.
- *Egyptian*, jenis huruf yang memiliki ciri kaki, sirip, atau serif yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar dan stabil. Egyptian populer dengan sebutan slab serif.
- *Sans serif*, jenis huruf yang tidak memiliki kaki, atau serif jadi huruf jenis ini tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien.
- *Script,* menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring

ke kanan. Kesan yang ditimbulkannya adalah sifast pribadi dan akrab.

- *Miscellaneous*, merupakan jenis huruf pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornamen, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif dan ornamental.

Tipografi dapat dikatakan alat komunikasi apabila tipografi tersebut dapat berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas (*clarity*), dan terbaca (*legibility*). Eksekusi terhadap desain tipografi dalam rancang grafis pada aspek legibility akan mencapai keberhasilan bila melalui proses investigasi terhadap makna, alasan-alasan kenapa teks harus dibaca, dan siapa yang membacanya.

2.2 Propaganda Sebagai Media Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu melakukan proses hubungan (interaksi) antara satu dengan yang lainnya, hal ini disebut dengan komunikasi. Kurangnya kemampuan manusia berkomunikasi dapat menyebabkan manusia tersebut mempunyai pengetahuan dan pengalaman yang terbatas. Berbagai ide, gagasan, keinginan dan tuntutannya tidak dapat disalurkan atau diketahui orang lain.

Komunikasi mempunyai sifat verbal, yaitu kegiatan yang menggunakan bunyi, lisan, atau media tertulis. Dan komunikasi yang bersifat non verbal, yaitu kegiatan yang menggunakan lambang, isyarat (*gestural communication)* atau gambar (*pictorial communication*). (Nurudin, 2001, h.3)

Propaganda merupakan bagian dari kegiatan komunikasi, karena metode, media, karakteristik unsur komunikasi (komunikator, pesan, media, komunikan) sama dengan kegiatan komunikasi lainnya seperti jurnalistik, pameran, hubungan masyarakat. Meskipun sama, tetapi masing-masing kegiatan komunikasi memiliki penekanan tertentu. Jurnalistik lebih fokus terhadap kegiatan yang behubungan dengan proses pemberitaan (cetak atau elektronik), pameran menunjukkan pada media yang digunakan, humas pada institusi sedangkan propaganda lebih menunjukkan cara penyampaian pesannya.

2.2.1 Definisi Propaganda

Propaganda berasal dari bahasa Latin *propagare.* Awalnya berarti ‘gagasan untuk disebarkan ke sekeliling’. Dari sejarahnya sendiri, propaganda awalnya adalah mengembangkan agama Katholik Roma baik di Italia maupun negara-negara lain. Sejalan dengan tingkat perkembangan manusia, propaganda tidak hanya digunakan dalam bidang keagamaan saja tetapi juga dalam bidang pembangunan, politik, komersial, pendidikan dan lain-lain. Oleh karena itu, saat ini teknik propaganda juga digunakan dalam bidang seperti humas, kampanye politik dan periklanan. Diakui oleh Brown dan Both dalam Werner J Severin dan James W Tankard (1979), (seperti dikutip Nurudin, 2001) *“Propaganda would include much of advertising, much of political campaigning and much of public relations”*.

Adapun beberapa definisi atau pengertian propaganda (seperti dikutip Nurudin, 2001) adalah sebagai berikut:

a. Dalam *Ensyclopedia International* dikatakan propaganda adalah, “Suatu jenis komunikasi yang berusaha mempengaruhi pandangan dan reaksi, tanpa mengindahkan tentang nilai benar atau tidak benarnya nilai yang disampaikan.

b. *Everyman's Encyclopedia* diungkapkan bahwa propaganda adalah suatu seni untuk penyebaran dan meyakinkan suatu kepercayaan, khususnya suatu kepercayaan agama atau politik.

c. *Qualter* mengatakan bahwa propaganda adalah suatu usaha yang dilakukan secara sengaja oleh beberapa individu atau kelompok untuk membentuk, mengawasi atau mengubah sikap dari kelompok-kelompok lain dengan menggunakan media komunikasi dengan tujuan bahwa pada setiap situasi yang tersedia, reaksi dari mereka yang dipengaruhi akan seperti yang diinginkan oleh pembuat propaganda.

d. *Harold D. Laswell* dalam tulisannya *Propaganda Technique in the World War* menyebutkan propaganda adalah semata-mata kontrol opini yang dilakukan melalui simbol-simbol yang mempunyai arti, atau menyampaikan pendapat yang konkrit dan akurat melalui sebuah cerita, rumor laporan gambar-gambar dan bentuk-bentuk lain yang bisa digunakan dalam komunikasi sosial.

e. *Leonard W. Dobb* mengatakan, propaganda adalah usaha sistematis yang dilakukan individu yang masing-masing berkepentingan untuk mengontrol sikap kelompok atau individu lainnya dengan cara menggunakan sugesti dan sebagai akibatnya mengontrol kegiatan tersebut. (Nurudin, 2001, h.9)

Dari berbagai pengertian dapat disimpulkan bahwa propaganda merupakan media komunikasi yang dirancang secara khusus untuk menyampaikan suatu pesan yang didalamnya bertujuan untuk mempengaruhi atau mengubah sikap dan perilaku individu atau kelompok sasaran propaganda sesuai dengan keinginan penyebar pesan propaganda.

2.2.2 Teknik Propaganda

Menurut *Institute for Propaganda Analysis* (IPA), (seperti dikutip Adityawan, 2010) terdapat tujuh jenis teknik (*devices*) yang digunakan untuk menyamarkan tujuan utama pesan dalam suatu propaganda. Teknik-teknik ini dikenal sebagai "*seven common propaganda devices*" yang terdiri dari:

1. *Name-Calling* atau pemberian julukan yang penggunaan julukan tersebut digunakan untuk menjatuhkan seseorang, istilah, atau ideologi dengan konotasi negatif.
2. *Glittering Generalities* mirip dengan Name-Calling, tetapi bersifat pujian, memperindah, atau menciptakan gemerlap.
3. *Transfer* merupakan suatu teknik propaganda yang meminjam atau memindahkan nilai-nilai kebijakan tertentu untuk ditempelkan di hal lain.
4. *Testimonial*, teknik yang memanfaatkan reputasi atau peran seseorang. Pernyataan atau kesaksian tokoh yang dhormati,

disegani, atau disukai masyarakat akan selalu dikutip dan ditampilkan secara langsung.

5 *Plain Folks* menggunakan pendekatan yang digunakan oleh seseorang untuk menunjukkan dirinya rendah hati dan empati dengan penduduk umumnya atau menampilkan figur seorang pemimpin sebagai orang biasa.

6 *Card-Stacking* atau tumpukan kartu merupakan teknik yang menggunakan "pengelabuan" untuk kepentingan pribadi, kelompok, atau organisasi. Dengan mengangkat atau menekan isu yang lebih menguntungkan dan mengaburkan isu yang dianggap merugikan dengan memunculkan isu baru.

7 *Bandwagon* atau "teknik rombongan" mempengaruhi khalayak sasaran dengan penyampaian pesan yang memiliki implikasi untuk bergabung dan bertindak seperti yang dikerjakan banyak orang dan mempunyai banyak dukungan.

Selain dari tujuh teknik propaganda tersebut ada dua teknik propaganda, sebagaimana dituliskan oleh Nurudin (2001), yaitu:

- *Repuitable Mounthpiece*, teknik yang dilakukan dengan mengemukakan sesuatu yang tidak sesuai dengan kenyataan.
- *Using All Form of Persuations,* teknik yang digunakan untuk membujuk orang lain dengan rayuan, himbauan dan "iming-iming".

2.2.3 Pengelompokan Propaganda

Dari segi isi dan sumber informasi propaganda terdiri dari :

1. Propaganda putih *(white propaganda)*, sumber dan ketepatan berita yang disampaikan akurat dan dapat diidentifikasi secara jelas dan terbuka.
2. Propaganda hitam (black propaganda), sumber maupun isi beritanya sarat dengan kebohongan. Propaganda hitam sering disebut juga sebagai “propaganda terselubung” *(covert propaganda)*, propaganda ynag seolah-olah menunjukkan sumber informasi, padahal bukan sumber yang sebenarnya.
3. Propaganda abu-abu *(grey propaganda),* sumber yang menyampaikan jelas tetapi berita yang disebarkan penuh dengan kebohongan atau seolah-olah berasal dari sumber yang netral, tapi sebenarnya sumber berasal dari pihak lawan.