



Analisis Poster “Once Upon a Time in Hollywood” Karya Quentin Tarantino dengan Menggunakan Metode Wimba

*Muhammad Daffa*¹

¹ Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

*Correspondence E-mail: mdaffa2412@upi.edu

ABSTRAK

Poster film *Once Upon a Time in Hollywood* karya Quentin Tarantino tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai representasi visual yang menggambarkan suasana hati, tema, dan narasi film. Dengan latar belakang era 1960-an, poster ini menggabungkan elemen sejarah dan fiksi, menciptakan nuansa nostalgia dan menarik perhatian generasi baru. Metode Wimba digunakan untuk menganalisis elemen visual seperti ukuran pengambilan, sudut, skala, dan penggambaran yang bekerja sama untuk menyampaikan pesan kompleks. Setiap elemen, termasuk ekspresi karakter utama, memberikan wawasan tentang konflik internal dan dinamika dunia hiburan yang digambarkan. Poster ini menciptakan komunikasi visual yang kuat melalui penggunaan warna, komposisi, dan simbolisme, yang memungkinkan penonton merasakan kedalaman cerita. Dengan demikian, poster ini tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga sarat makna, merefleksikan gaya sinematik Tarantino dan menghadirkan kompleksitas dunia Hollywood yang glamor.

© 2023 Universitas Pendidikan Indonesia

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 3 Jun 2023

First Revised 4 Jul 2023

Accepted 15 Jul 2023

Publication Date 15 Aug 2023

Keyword:

Poster film; Once Upon a Time in Hollywood; Quentin Tarantino; Metode Wimba; Komunikasi Visual; Nostalgia.

1. PENDAHULUAN

Poster film *Once Upon a Time in Hollywood* karya Quentin Tarantino bukan hanya alat promosi; poster ini juga merupakan alat yang ampuh untuk mengilustrasikan suasana hati, tema, dan kualitas naratif film. *Once Upon a Time in Hollywood* menggambarkan obsesi Tarantino terhadap perfilman dan budaya pop, dan merupakan cerita yang menggambarkan semua peristiwa penting di penghujung era Hollywood. Tim desain menciptakan representasi yang menggugah dan simbolis saat membuat poster film ini. Setiap elemen visual menyampaikan cerita yang lebih mendalam dari apa yang terlihat, mulai dari ekspresi aktor hingga detail kecil. Leonardo DiCaprio, Brad Pitt, dan Margot Robbie berperan sebagai karakter utama dengan postur tubuh dan ekspresi yang menonjolkan kepribadian mereka dan memberikan rasa kenangan, nostalgia, dan konflik internal, yang merupakan tema utama film ini (Zanescu, A., 2023).

Latar belakang ini menunjukkan bahwa poster film memiliki lebih dari sekadar menarik perhatian audiens. Poster, dalam perfilman, adalah alat komunikasi visual yang efektif karena dirancang untuk menggabungkan konsep besar dan tema cerita ke dalam komponen visual yang dapat diterima dengan cepat dan kuat oleh penonton. Karena kemampuannya yang luar biasa untuk memadukan elemen visual dan naratif, Quentin Tarantino menciptakan karya-karya yang tidak hanya memikat secara estetika tetapi juga memiliki lapisan makna yang dalam. Dalam poster film *Once Upon a Time in Hollywood*, elemen visual menunjukkan perhatian Tarantino terhadap detail dan kemampuan untuk menggunakan elemen visual untuk menghidupkan cerita (Lam, C., et al., 2022). Oleh karena itu, analisis menggunakan Metode Wimba, yang memeriksa ruang, waktu, skala, penggambaran, dan alur pandangan, sangat relevan untuk menggali lebih dalam bagaimana elemen-elemen visual ini bekerja sama untuk menciptakan narasi yang koheren.

Selain itu, elemen visual sangat penting untuk menyampaikan konteks sejarah dan emosional film. Tahun 60-an adalah periode transformasi besar di Amerika Serikat, terutama di Hollywood, di mana perbedaan antara kenyataan dan fantasi seringkali tidak jelas. Dengan menggabungkan elemen visual yang mencampur masa lalu dan masa kini, poster film ini mencerminkan perubahan itu dengan menggabungkan gaya artistik yang menggambarkan transisi budaya (Rezeki, et al, 2023). Layout poster menggambarkan peran karakter dalam cerita ini, mengisyaratkan tema nostalgia, dinamika dunia hiburan, dan realitas yang keras di balik glamor Hollywood. Dengan demikian, poster ini bukan hanya sekadar gambar promosi, tetapi sebuah karya seni yang menghidupkan kembali masa lalu dengan cara yang segar dan inovatif, memberikan penonton gambaran sekilas tentang dunia yang penuh dengan nuansa dan konflik (Lam, C., et al., 2022).

Poster film adalah media komunikasi visual yang digunakan untuk menarik perhatian dan menyampaikan inti cerita. Identitas film yang kuat dan mudah dikenali terbentuk dari elemen seperti warna, komposisi, tipografi, dan simbolisme. Warna menciptakan suasana yang sesuai dengan genre, sementara komposisi membuat hierarki visual yang mengarahkan penonton ke elemen penting, seperti karakter utama atau judul film. Simbolisme meningkatkan makna dan menarik perhatian audiens (Arifin, et al., 2024). Dalam poster *Once Upon a Time in Hollywood*, elemen-elemen ini dikombinasikan dengan baik untuk menciptakan suasana era 60-an, dengan latar belakang tanda Hollywood dan karakter yang mencerminkan gaya sinematik khas Quentin Tarantino, menciptakan antisipasi dan daya tarik visual yang memikat.



Figure 1. Poster “Once Upon a Time in Hollywood”

Pada bahasa rupa, penggunaan elemen visual seperti bentuk, warna, tekstur, dan komposisi dikenal sebagai bahasa rupa untuk menyampaikan pesan dengan efektif. Untuk menciptakan komunikasi yang bermakna, elemen-elemen ini harus digabungkan secara koheren. Bentuk dan warna memengaruhi emosi, sementara komposisi menentukan bagaimana pesan diterima audiens. Dengan karakter utama dan elemen vintage yang menciptakan nuansa nostalgia, poster *Once Upon a Time in Hollywood* menggunakan bahasa rupa untuk menonjolkan keunikan film. Latar yang indah dan warna cerah menegaskan tema budaya pop, dengan menggunakan estetika visual khas Quentin Tarantino untuk membuat penonton tertarik dan memahami cerita film

2. METODE

Metode Wimba merupakan pendekatan yang digunakan untuk menganalisis bagaimana elemen-elemen visual digunakan dalam sebuah karya. Cara Wimba mencakup berbagai aspek seperti ukuran pengambilan, sudut pengambilan, skala, cara penggambaran, dan cara lihat. Setiap aspek memberikan wawasan tentang bagaimana elemen-elemen visual digunakan untuk menyampaikan pesan yang diinginkan.

Tata Ungkap merujuk pada cara elemen visual diorganisasikan untuk menyampaikan pesan yang lebih kompleks. Tata ungkap mencakup menyatakan ruang, menyatakan gerak, menyatakan waktu dan ruang, menyatakan penting. Dalam analisis poster ini, Tata Ungkap membantu menjelaskan bagaimana elemen visual bekerja sama untuk menciptakan narasi visual yang koheren

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bidang poster film, Wimba mengacu pada cara komponen visual diatur untuk memberikan efek emosional dan estetika yang kuat, sehingga menciptakan pengalaman visual yang menawan dan tak terlupakan (Suardana, W., 2006). Poster *Once Upon a Time in Hollywood* menggunakan strategi visual yang kuat untuk menarik penonton dan memicu minat mereka. Latar film pada tahun 1960-an dihidupkan melalui penggunaan aksent warna

cerah yang memberikan kontras yang memukau dan memberikan narasi yang dinamis. Lapisan signifikansi visual juga ditambahkan dengan ikon budaya pop yang spesifik pada era tersebut, termasuk tanda Hollywood dan kendaraan vintage, yang membantu penonton untuk berhubungan dengan latar belakang sejarah dan sosial film ini. Penataan elemen-elemen ini tidak hanya menciptakan daya tarik estetika, tetapi juga mengilustrasikan tema film dengan cara yang mendorong penonton untuk lebih memahami dan mengapresiasi narasi yang kompleks.

Pada estetika visual Quentin Tarantino, terkenal dengan gaya visualnya yang sangat unik, yang menggabungkan referensi film klasik, budaya pop, dan cerita dengan beberapa tingkat signifikansi. Estetika visual Tarantino ditampilkan dalam poster *Once Upon a Time in Hollywood*, yang membangkitkan perasaan tegang dan nostalgia yang mencerminkan elemen utama film ini. Identitas film ini diperkuat dengan penggunaan aspek visual yang cermat seperti warna, komposisi, dan simbolisme, yang membantu penonton untuk segera mengenalinya. Simbol-simbol tertentu, seperti pakaian vintage karakter utama atau tanda Hollywood di latar belakang, tidak hanya digunakan sebagai dekorasi tetapi juga sebagai perangkat sastra untuk menyempurnakan plot. Dengan perhatian yang sangat teliti terhadap detail, komposisi poster ini menyoroti konflik di dunia Hollywood yang memukau sambil mengatur karakter dalam posisi yang sesuai dengan kepribadian dan alur cerita mereka. Dengan memadukan komponen-komponen visual ini, Tarantino menghasilkan sebuah karya seni yang tidak hanya memukau untuk dilihat, tetapi juga memunculkan perasaan dan pemikiran yang kuat dari para pemirsa, mengukuhkan identitas visual film ini sebagai komponen penting dari keseluruhan pengalaman sinematik (Pradana, et al., 2021)

Dalam penelitian ini, poster film *Once Upon a Time in Hollywood*, yang disutradarai oleh Quentin Tarantino, akan dibahas. Poster ini memainkan peran penting dalam mempromosikan film dan meningkatkan kesadaran akan tema yang diusung. Dalam analisis ini, kita akan melihat elemen visual yang ada dalam poster, seperti ukuran, sudut, skala, gambar, dan perspektif. Dengan menggunakan metode Wimba, kami akan menentukan bagaimana masing-masing elemen berkontribusi pada narasi dan atmosfer film yang ingin ditampilkan. Untuk menciptakan pengalaman visual yang lengkap, analisis akan memeriksa secara menyeluruh lima cara Wimba yang berbeda, yang semuanya saling berhubungan. Metode ini menunjukkan bagaimana poster berfungsi sebagai alat pemasaran dan representasi visual dari identitas film.

Berikut adalah penjelasan mendetail tentang masing-masing elemen tersebut

Cara Wimba 1 (Ukuran Pengambilan)

Ukuran pengambilan dalam poster *Once Upon a Time in Hollywood* secara efektif menampilkan karakter utama Leonardo DiCaprio, Brad Pitt, dan Margot Robbie dalam skala besar, yang menjadi titik fokus utama dari keseluruhan desain. Strategi ini menyoroti pentingnya peran ketiga bintang tersebut dalam plot film, sekaligus menarik perhatian pemirsa secara langsung. Ketiga individu tersebut tampak mendominasi latar belakang yang lebih kecil dan tidak terlalu mencolok, karena dominasi visual yang diciptakan oleh ukuran bidikan ini, yang membentuk hierarki yang kuat. Selain sebagai perangkat visual, hal ini juga mengilustrasikan tema utama cerita yaitu kekuasaan dan pengaruh, menunjukkan bagaimana ketiga orang ini bernegosiasi dengan lanskap Hollywood yang rumit. Dengan menempatkan mereka dalam ukuran yang lebih besar, poster ini dengan jelas menyiratkan bahwa mereka adalah tokoh sentral yang berperan dalam membentuk lanskap sosial dan budaya pada masa itu.

Cara Wimba 2 (Sudut Pengambilan)

Poster ini menggunakan sudut pengambilan yang menciptakan kesan konfrontatif, mengundang penonton untuk merasakan kedekatan emosional dengan karakter-karakter yang ditampilkan. Sudut pengambilan ini menempatkan tokoh-tokohnya di depan dan di tengah, sehingga pemirsa dapat berinteraksi dengan mereka secara langsung, di samping melihatnya dari jarak yang aman. Penataannya, yang membuat DiCaprio, Pitt, dan Robbie terlihat menonjol dan kuat, mendukung gagasan ini. Sebagai pembuat film, Tarantino sengaja memilih sudut pandang ini untuk menyoroti keunikan dan kekuatan masing-masing karakter, menarik penonton untuk masuk lebih jauh ke dalam dunia mereka. Penonton dan karakter terlibat dalam pertukaran yang lebih pribadi sebagai hasilnya, seolah-olah penonton diundang untuk memahami perjuangan, aspirasi, dan dinamika yang ada di balik layar industri film.

Cara Wimba 3 (Skala)

Elemen skala dalam poster ini sangat menonjol, di mana karakter utama diperbesar untuk menciptakan dominasi visual yang kuat, sementara elemen latar belakang, seperti tanda Hollywood dan gedung-gedung Los Angeles, dibuat lebih kecil untuk memberikan kedalaman perspektif. Selain menyoroti karakter, kontras ini menekankan betapa pentingnya peran mereka dalam plot film. Poster ini secara simbolis menampilkan tokoh-tokoh ini sebagai figur dominan dalam lingkungan budaya Hollywood yang lebih besar dengan menjadikan mereka protagonis utama. Para tokoh utama tampak berada di puncak karier mereka, menghadapi peluang dan masalah yang dihadirkan oleh bisnis film, berkat pemanfaatan skala. Hal ini menumbuhkan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan mereka dengan lingkungan Hollywood yang glamor namun kompleks.

Cara Wimba 4 (Penggambaran)

Penggambaran dalam poster ini mengadopsi gaya vintage khas era 1960-an, yang secara cerdas menciptakan nuansa nostalgia yang kuat dan mengingatkan penonton akan zaman keemasan Hollywood. Poster ini diberi vitalitas dan energi dengan penggunaan warna-warna cerah dan kontras yang mengejutkan, dan komponen grafis yang digunakan mendukung subjek budaya pop. Tarantino, yang memiliki kesadaran yang mendalam tentang estetika film, menggunakan teknik ini untuk menggambarkan dualitas dunia Hollywood yang rumit, di mana keindahan dan keburukan sering kali hidup berdampingan, dengan menciptakan keseimbangan yang harmonis antara realitas dan bakat kreatif. Oleh karena itu, poster ini merupakan alat pemasaran sekaligus representasi artistik dari kepribadian dan karakter film.

Cara Wimba 5 (Cara lihat)

Cara lihat dalam poster ini secara hati-hati diarahkan dari atas ke bawah, dimulai dari wajah karakter yang menarik perhatian pemirsa, kemudian turun ke elemen latar belakang yang memperkuat narasi visual. Alur penglihatan ini dirancang agar pemirsa dapat secara efektif menangkap esensi poster, mengarahkan perhatian ke elemen penting yang membangun konteks cerita. Hal ini memastikan bahwa mata pemirsa secara alami mengikuti perjalanan visual yang dibangun oleh poster, mengundang mereka untuk mengeksplorasi lebih lanjut tentang siapa karakter-karakter ini dan bagaimana mereka berinteraksi dengan lingkungan mereka. Dengan cara ini, poster tidak hanya menjadi representasi visual, tetapi juga narasi yang mengajak penonton untuk menyelami lebih dalam tema, emosi, dan konflik

yang ada di dalam film, tetapi juga narasi yang mengajak penonton untuk menyelami lebih dalam tema, emosi, dan konflik yang ada di dalam film.

Tata Ungkap Dakam 1 (Menyatakan Ruang)

Struktur poster *Once Upon a Time in Hollywood* secara strategis dan menarik menyampaikan ruang. Salah satu komponen penting yang mempengaruhi kerangka cerita adalah latar belakang, yang menunjukkan kota metropolitan Los Angeles. Gedung-gedung tinggi, jalanan yang ramai, dan yang terpenting tanda Hollywood yang mudah dikenali memberikan kesan unik pada poster yang langsung menghubungkan pemirsa dengan topik bisnis film. Penempatan komponen visual ini menyampaikan suasana hati dan karakter kota tempat film tersebut berada selain memberikan deskripsi fisik lokasi. Penonton dapat merasakan kemegahan dan kerumitan yang menjadi ciri khas Hollywood pada tahun 1960-an berkat penggunaan komponen-komponen ini. Lebih jauh lagi, kedalaman diciptakan oleh penggunaan ruang. Latar depan menampilkan protagonis utama, Brad Pitt, Margot Robbie, dan Leonardo DiCaprio, dalam skala besar, sementara latar belakang yang lebih kecil menciptakan kontras yang menyoroti sentralitas mereka. Hal ini membentuk hirarki visual yang mendukung gagasan tentang pengaruh mereka dalam dunia yang ditampilkan, selain menunjukkan kekuatan mereka dalam narasi. Oleh karena itu, komponen visual dari poster ini merupakan komponen penting dari pengalaman bercerita karena tidak hanya menawarkan konteks visual tetapi juga berkontribusi pada pengembangan narasi yang lebih mendalam tentang karakter dan topik film.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa poster *Once Upon a Time in Hollywood* secara efektif memanfaatkan elemen visual untuk menyampaikan narasi yang kompleks. Melalui analisis menggunakan Metode Wimba, ukuran pengambilan dan sudut pengambilan menciptakan dominasi karakter, sedangkan gaya vintage dan penggunaan warna cerah menambah nuansa nostalgia. Tata ungkap yang menyatakan ruang memperkuat konteks budaya Hollywood yang digambarkan dalam film. Poster ini bukan hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai representasi identitas film yang mencerminkan gaya khas Quentin Tarantino, berhasil memadukan estetika sinematik dan narasi, serta menarik perhatian penonton untuk merenungkan tema dan karakter yang dihadirkan

5. REFERENSI

- Arifin, et al., (2024). Rekonstruksi Poster Sebagai Media Aspirasi Dan Propaganda Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Pemerintahan & Ilmu Komunikasi*
- Lam, C., et al., (2022). *Celebrity Bromances Constructing, Interpreting and Utilising Personas*. Routledge
- Pradana, et al., (2021). Representasi Makna Visual Pada Poster Film Karya Quentin Tarantino (Studi Kasus Film Pulp Fiction). *Jurnal Citrakara*, 3(3) : 338-354
- Rezeki, et al, (2023). Analysis Of Movie Poster Using Peirce’s Semiotics. *Jurnal Serunai Bahasa Inggris*. 15(1).
- Suardana, W., (2006). Metode Pembelajaran Penelitian dan Penilaian Seni Rupa dari Aspek Cara Wimba. *m Jurnal Ilmiah Seni Rupa, ISI Denpasar*. 1(5) : 1-11

Zanescu, A., (2023). Blockbuster Resonance in Games: How Assassin's Creed and Magic: The Gathering Simulate Classical Antiquity.