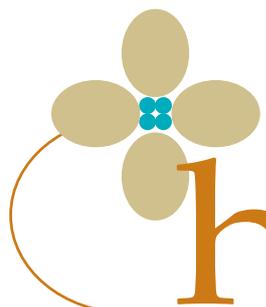


People. Innovation. Excellence.



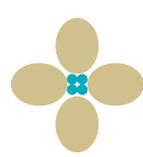
ISSN: 2087-1236

Volume 2 No. 2 Oktober 2011



humaniora

Language, People, Art, and Communication Studies



humaniora

Vol. 2

No. 2

Hlm. 925-1491

Jakarta Oktober 2011

ISSN: 2087-1236

HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 2 No. 2 Oktober 2011

Pelindung	Rektor BINUS University
Penanggung Jawab	Direktur Riset dan HKI, BINUS University
Ketua Penyunting	Endang Ernawati
Penyunting Pelaksana	Akun Wiwik Andreani Nalti Novianti Ratna Handayani Sri Haryati Agustinus Sufianto Mita Purbasari Wahidiyat Satrya Mahardhika Dominikus Tulasi Reza Indragiri Amriel Titi Indahyani
Editor/Setter	Prastari Asri W. Nuriana Firda Holil Angga Ferdiansyah
Sekretariat	Anindito
Alamat Redaksi	Direktorat Riset dan HKI Universitas Bina Nusantara Kampus Anggrek, Jl. Kebon Jeruk Raya 27 Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11530 Telp. 021-5350660 ext. 1189 Fax. 021-5300244 Email: ernaw@binus.edu, anindito@binus.edu
Terbit & ISSN	Terbit 2 (dua) kali dalam setahun (April dan Oktober) ISSN: 2087-1236

HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 2 No. 2 Oktober 2011

DAFTAR ISI

Anita Rahardja; D. Rio Adiwijaya Basic Design is Indeed for Expert.....	925-931
Yustinus Suhardi Ruman Exploitasi Seks terhadap Anak Perempuan yang Menjadi Korban Perdagangan Orang di Lokasi Prostitusi.....	932-943
Yi Ying Perbandingan Karakteristik dan Fungsi Kata Keterangan Bahasa Mandarin dan Bahasa Indonesia.....	944-949
Grace Hartanti Penerapan Material Bahan Bangunan dan Konsep Pemaknaan pada Gereja Puhsarang sebagai Warisan Budaya Indonesia.....	950-958
Andreas James Darmawan; Nunnun Bonafix Perancangan Komunikasi Visual Web Games Interaktif “Gooclean.Com” Guna Menanamkan Budaya Anti Korupsi Sejak Dini.....	959-967
Hanny Wijaya Piramida: Peninggalan Karya Seni Dunia dari Wilayah Barat Hingga Timur (Bagian II).....	968-977
Elsye Rumondang Damanik Konsep Memory Systems dalam Iklan ‘Diskon Ramadhan’.....	978-985
Lidia Evelina Paradigma Baru Sponsor sebagai Mitra Penyelenggaraan Event.....	986-995
Dina Sekar Vusparatih <i>Individual Education Program</i> Kaitannya dengan <i>Differentiated Assessment</i> : Strategi Mengakomodir Siswa Berkebutuhan Khusus di Sekolah Umum.....	996-1005
Endang Setiowati; Bhernadetta Pravita Wahyuningtyas Marjinalisasi Perempuan Pertama Melalui Lagu: Suatu Analisis Wacana Kritis terhadap Lagu “Jadikan Aku yang Kedua”.....	1006-1024
Mia Angeline Crime as Entertainment or Entertainment as a Crime?.....	1025-1031
Tukina Kepribadian Sulit dan Kegagalan Kuliah Mahasiswa.....	1032-1041
Yusa Djuyandi Koalisi Partai Politik untuk Demokrasi: Membangun Demokrasi Kebangsaan dalam Nuansa Pluralisme.....	1042-1049

HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 2 No. 2 Oktober 2011

DAFTAR ISI

Ienneke Indra Dewi Kuno Indah dan Menawan: Kajian Semantik Penggunaan Metafora dalam Harian Kompas Online dan Pos Kota.....	1050-1058
Yusaira Farhia Desain Komunikasi Visual untuk Menunjang Penjualan Berbasis Bisnis Online Bagi Pemula.....	1059-1068
Nuah Perdamanta Tarigan Dampak <i>Goal Setting</i> terhadap <i>Individual Personal Development</i> Alumni Seminar Internasional Haggai Institute yang Berasal dari Indonesia pada Periode Tahun 2000-2002.....	1069-1083
Monica; Laura Christina Luzar Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan.....	1084-1096
Danu Widhyatmoko DGI-Indonesia.Com: Empat Tahun untuk Komuniti Indonesia Kreatif.....	1097-1106
Monique Rizki Divita; Dyah Gayatri Puspitasari Perancangan Buku Cerita Anak Pop-Up “Mari Berkebun”.....	1107-1118
Rahmat Edi Irawan Persepsi Praktisi Penyiaran terhadap Regulasi Penyiaran di Indonesia: Studi Kasus Program <i>Empat Mata</i> dan <i>Bukan Empat Mata</i> di Trans7.....	1119-1130
Mita Purbasari; R.A. Diah Resita I. K. Jakti Khazana Warna Berdasarkan Alam dan Budaya Nusantara (2).....	1131-1140
Muhartoyo A Study on Freedom of Speech Based on Politness Strategies used By the Jakarta Post Reader.....	1141-1150
Abdul Azis Turhan Kariko Sleep Now in the Fire: An Analysis of A Song By Rage Against the Machine using Marxism.....	1151-1157
Mendiola B. Wiryawan <i>User Experience (UX)</i> sebagai Bagian dari Pemikiran Desain dalam Pendidikan Tinggi Desain Komunikasi Visual.....	1158-1166
Ferdinand Indrajaya Against (Design) Research.....	1167-1172
Iron Sarira Aspek Hukum Pemenuhan Hak Tenaga Kerja terhadap Implementasi Keputusan Pailit suatu Badan Usaha sesuai Asas Keadilan.....	1173-1181
Endang Ernawati Perilaku Pencarian Informasi dan Kemampuan Mahasiswa Menulis Pendahuluan Penelitian: Studi Kasus Mata Kuliah Chinese Scientific Writing.....	1182-1192

HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 2 No. 2 Oktober 2011

DAFTAR ISI

Rosidah Syaukat; Ekky Imanjaya Tweet Berbayar: Bagaimana <i>Word-Of-Mouth</i> Bekerja dalam Media Baru.....	1193-1202
Alex Jhon The Meanings of Vittorio's Dreams in Vittorio, the Vampire.....	1203-1208
Aryusmar Karakteristik Bahasa Jurnalistik dan Penerapannya pada Media Cetak.....	1209-1218
Polniwati Salim Ragam Ornamen Atap Klenteng Jin De Yuan sebagai Salah Satu Aset di Kawasan Kota Tua.....	1219-1224
Ulli Aulia Ruki Pengenalan Teori Servicescape dan Penerapannya dalam Desain Interior.....	1225-1235
Dila Hendrassukma Meraih <i>Eco Design</i> Melalui Renovasi Rumah Tinggal.....	1236-1246
Angela Oscario Penerapan Teori Struktur Cerita pada Pembuatan Film.....	1247-1259
Melania Wiannastiti How to Teach English Entrant for Binus University Students using A Cell Group Method Supported By Binusmaya.....	1260-1266
Anathasia Citra Audit Komunikasi Pemasaran Motion Radio: Analisis <i>Media Organizational Model</i> Melalui Metode SOSTAC.....	1267-1275
Lianna Sugandi Implikasi Organisasi dan Sosial Manajemen Pengetahuan.....	1276-1287
Sri Dewi Andriani Dampak Pelaksanaan Sistem Pemerintahan Feodalisme terhadap Pembentukan Sistem Stratifikasi Sosial (<i>Shinokosho</i>) pada Zaman Edo.....	1288-1294
Muhartoyo; Meilina The Effectiveness of Train to Train Game in the Improvement of Speaking Skills of English Course Students: A Case Study at EF Tanjung Duren.....	1295-1308
Handy Martinus Analisis Industri Retail Nasional.....	1309-1321
Rina Kartika; Tunjung Riyadi Namestyle sebagai Pencitraan Visual sebuah Film Animasi.....	1322-1328
Frederikus Fios Kiprah Agama Melawan Terorisme.....	1329-1338

HUMANIORA

Language, People, Art, and Communication Studies

Vol. 2 No. 2 Oktober 2011

DAFTAR ISI

Sayid Qutub Sumber-Sumber Ilmu Pengetahuan dalam Al Qur'an dan Hadits.....	1339-1350
Juneman Teori-Teori Transorientasional dalam Psikologi Sosial.....	1351-1367
Irwan Harnoko; Dria Setiautami Pengaruh Tipografi pada Era Massimo Vignelli terhadap Tipografi Michael Bierut.....	1368-1377
Sari Wulandari Peta Usaha Kecil Menengah (UKM) Jalan Syahdan sebuah Hasil Penelitian Proyek Workshop Do Good Indonesia.....	1378-1387
Tunjung Riyadi; Satrya Mahardhika Pendekatan Kreatif Produksi Iklan Layanan Masyarakat Bertema Anti Korupsi.....	1388-1395
Rila Hilma French in Culinary World.....	1396-1400
Agnes Herawati Direct Assessment of Graduate Competencies through Collaboration of Classroom Assessment Technique as the Basic Evidences.....	1401-1407
Erni Herawati Pornografi dalam Balutan Film Bertema Horor Mistik di Indonesia.....	1408-1419
Julianto Empat Prinsip Komposisi Menciptakan Desain Indah, Satu Trik Pemikat Hati Pemirsa: Rhythm, Depth, Balance, Unity - Emphasis.....	1420-1430
Risa R. Simanjuntak Design and Application of Pls in Indonesian HE: Key Policy Implications.....	1431-1445
Didier Neonisa Peran Iklan Layanan Masyarakat dalam Sosialisasi Program Busway oleh Pemprov DKI: Proses Sosialisasi Program Busway.....	1446-1466
Noor Udin Mengkritisi Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Kita.....	1467-1473
R.A. Diah Resita I. K. Jakti; Mita Purbasari Teori yang Memperkuat Kebutuhan Penamaan Warna untuk Buku Khazana Warna.....	1474-1482
Iron Sarira Kebijakan Perizinan sesuai Asas Diskresi Terkait Manajemen Risiko dalam Perspektif Negara Hukum Kesejahteraan.....	1483-1491

KHAZANA WARNA BERDASARKAN ALAM DAN BUDAYA NUSANTARA (2)

Mita Purbasari; R.A. Diah Resita I. K. Jakti

Jurusan Desain Komunikasi Visual, School of Design, BINUS University
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
mitawahid@binus.edu; resitakj@gmail.com

ABSTRACT

More than any other element of design, color has the ability to makes us aware of what we see, for nothing has meaning without color. Color naming tries to describe color of objects surrounding us. The physiology of the eye and how light imparts color to objects, as well as the psychological and cultural factors involved in perception. These factors in turn affect whether an artist chooses to use local, optical, or arbitrary color. The color defines our world. Just like the previous paper, this research uses quantitative and qualitative methods to describe the color names and color names of the new proposed based on the audience choice. Data collected will be used as a proposal of naming colors in Indonesian language that uses the unique natural and cultural riches of Indonesia itself.

Keywords: colors, color naming, character, color perception

ABSTRAK

Dibandingkan dengan elemen desain lainnya, warna memiliki kemampuan untuk membuat kita menyadari apa yang kita lihat, untuk segala sesuatu yang tidak memiliki arti tanpa menggunakan warna. Penamaan warna berupaya untuk menjelaskan warna benda-benda yang ada di sekitar kita. Fungsi normal mata, bagaimana cahaya memberi warna pada objek, serta faktor-faktor psikologi dan budaya yang terlibat dalam persepsi, sangat mempengaruhi seniman/desainer memilih untuk menggunakan warna lokal, optik atau semau selernya. Warna mendefinisikan dunia manusia. Seperti artikel sebelumnya, penelitian ini masih menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif untuk menggambarkan nama warna dan nama-nama warna baru yang diusulkan sesuai pilihan pemakai. Pengkoleksian data berfungsi untuk penamaan warna dalam bahasa Indonesia yang menggunakan sumber daya alam dan budaya yang unik dari Indonesia.

Kata kunci: warna, nama warna, karakter, persepsi warna

PENDAHULUAN

Hampir diseluruh bagian dunia, dasar dari pembuatan tanda (*sign*) atau pemakaian tanda yaitu melalui kemampuan manusia untuk merasakan warna dalam berbagai macam bentuk. Pada tahapan yang nyata atau kongkrit, kita menafsirkan warna seperti halnya gradasi warna pada spektrum cahaya. Warna adalah kepemilikan yang menyebabkan manusia menciptakan nama warna seperti merah, biru, kuning, jingga, hijau dan ungu. Seperti pada penjelasan di penulisan yang lalu bahwa penamaan warna sangatlah tergantung dari latar belakang budaya dan sifatnya juga berdasarkan kesepakatan bersama. Sehingga, hal ini memungkinkan bagi masyarakat Indonesia yang beragam dan luas ini untuk memiliki nama-nama warna yang beraneka ragam untuk satu warna. Dilihat dari sisi keragaman budaya dan istilah warna, hal ini menjadi suatu kekayaan yang tidak ternilai harganya. Akan tetapi jika kita melihatnya dari sisi pengguna warna untuk masyarakat luas, maka penamaan warna haruslah memiliki dasar yang cukup kuat agar dapat dipahami dan diterima oleh khalayak banyak.

Istilah penamaan warna dalam bahasa Inggris yang kerap kita gunakan saat ini, menyebabkan suatu perbedaan kategori dalam warna. Para ahli memperkirakan bahwa manusia dapat membedakan warna hingga mencapai sepuluh (10) juta warna. Namun sayangnya, manusia memiliki keterbatasan dalam pemberian nama warna dibandingkan jumlah warnanya yang dapat dilihat oleh manusia. Keterbatasan ini yang menyebabkan manusia akhirnya memiliki kesulitan dalam memberikan gambaran (persepsi) atau membandingkan warna, karena jumlah kosa kata warna yang lebih sedikit. (Danesi, 2004).

Akhirnya ilmu Semiotika berbicara, istilah warna penanda verbal yang mempengaruhi orang untuk menghadiri terutama dengan warna mereka kode-kode. Ini adalah strategi praktis; jika tidak, jutaan istilah akan perlu diciptakan untuk mengklasifikasikan spektrum akurat. Tapi cerita semiotik warna tidak berhenti di situ. Seluruh warna dunia digunakan untuk tujuan konotatif. Catatan arkeologis sangat menunjukkan, pada kenyataannya, bahwa makna sensorik dan emosional yang melekat pada warna bahkan mungkin telah sumber untuk istilah warna sendiri (Wescott, 1980). Dalam Het, misalnya, kata-kata untuk warna awalnya ditunjuk tanaman dan nama-nama seperti pohon poplar, elm, cherry, oak, dll, dalam bahasa Ibrani, nama manusia pertama, Adam, berarti *merah* dan *hidup*, dan masih hari ini, dalam banyak bahasa, merah berarti *hidup* dan *indah*.

Penggunaan istilah warna dalam cara konotatif lebih luas dari satu mungkin pada awalnya berpikir. Berikut adalah beberapa contoh dalam bahasa Inggris untuk tiga warna-merah, biru, dan hijau digunakan untuk merujuk kepada berbagai konsep dengan konotasinya: Warna merah untuk *red carpet* (perlakuan istimewa), *red herring* (sesuatu yang digunakan untuk menarik perhatian dari yang isu nyata), dan *red light district* (wilayah kota dengan kegiatan seksual dan tempat-tempat seperti sebagai bordil). Warna biru untuk *true blue* (setia), *once in a blue moon* (jarang), *blue funk* (keadaan putus asa atau depresi). Warna hijau untuk *green envy* (iri besar), *green horn* (orang yang tidak berpengalaman), dan *green thumb* (memiliki kemampuan untuk tumbuh di taman).

Ekspresi seperti di atas mengungkapkan bahwa kita melihat warna sebanyak lebih dari fenomena yang melibatkan persepsi visual murni. Dalam semua masyarakat, warna memainkan fungsi penting dalam bidang simbolisme. Suku Navajo di Amerika Utara, misalnya, mengalokasikan warna yang penting seperti biru yaitu simbol dari tanda *baik* dan merah *buruk*; masyarakat sebagai suatu bangsa memandang signifikansi yang besar dalam warna-warna bendera dan lambang nasional.

Maka, melanjutkan penulisan yang lalu, pada penulisan saat ini lebih fokus mengenai latar belakang dari pemilihan nama tersebut. Penulisan ini mengambil beberapa sampel contoh nama dalam focal point warna. Yang saat ini akan diambil dari warna kuning, jingga dan merah. Mengapa muncul istilah warna kuning kunyit atau seperti apa warna dari kuning kunyit itu tepatnya dalam susunan warna RGB dan CMYK?

Melalui penelitian yang diolah dalam penulisan buku ini, diharapkan buku yang berisikan nama-nama warna dalam bahasa Indonesia yang bertujuan membudayakan berbahasa Indonesia dalam penyebutan nama warna dapat membantu pihak-pihak baik produsen maupun konsumen yang banyak membutuhkan ketepatan nama warna. Dengan menggunakan istilah alam dan budaya Indonesia penulis berharap dapat dijadikan acuan standar warna di Indonesia.

METODE

Penelitian ini masih menggunakan kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif dengan pendekatan studi kultur dan bahasa berdasarkan teori strukturalisme. Penulisan ini meneruskan tahapan penelitian dan pendataan nama objek (flora, fauna, batu-batuan, kuliner, tempat wisata, dan lain sebagainya) yang memiliki warna khas.

Untuk penulisan dan penelitian tahap tiga ini, penulis tetap memilih lingkup penelitian obyek di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah: (1) wawancara: melakukan wawancara dengan para sejarawan dan budayawan Betawi, serta pengamat dan pemerhati etnis Betawi, termasuk ahli bahasa; (2) dokumentasi: mengambil gambar untuk semua obyek di sekitar lingkungan Jakarta dan sekitarnya yang memiliki warna khas; (3) observasi: melihat kemungkinan-kemungkinan warna yang dapat digunakan dan diberi nama sesuai dengan kapasitasnya; (4) triangulasi/gabungan: pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.

Proses kerja yang dilakukan penulis pada tahap penelitian saat ini adalah: (1) pendataan nama objek (flora, fauna, batu-batuan, kuliner, tempat wisata, dan lain sebagainya) yang memiliki warna khas; dan (2) data-data ini dimasukkan kedalam kategori warna yang telah ditetapkan.

Data yang diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi > wawancara, dokumentasi, observasi partisipatif). Adapun kegiatan tersebut meliputi: pengumpulan data, reduksi data (merangkum dan memilih hal-hal yang pokok), penyajian data, menyimpulkan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti yang telah dijabarkan di atas, bahwa tahap penelitian yang telah dilakukan oleh penulis adalah: (1) mencari data nama warna dalam bahasa asing (Inggris), data ini dapat ditemukan melalui internet, katalog nama cat baik cat untuk keperluan rumah tangga maupun untuk kecantikan, spidol (*marker*), pensil warna dan lain sebagainya; (2) pendataan nama-nama warna berdasarkan pemahaman yang biasa terdengar sehari-hari.

Hasil penelitian tahap satu dan dua ini telah dijabarkan dalam penulisan sebelumnya, dimana penulis memaparkan nama warna dalam bahasa Inggris yang berlaku di dunia seni dan desain. Kemudian diteruskan dengan tahap ke tiga dimana penulis masih tetap menggunakan pengkategorian warna primer dan sekunder (Kuning, Jingga, Merah, Ungu, Biru, dan Hijau), dimana obyek yang didata memiliki warna yang khas.

Berikut adalah Tabel 1, di mana penulis mendata sejumlah obyek yang memiliki ciri khas berupa warna. Pendataan ini pun dibagi ke dalam pengkategorian warna seperti yang telah ditetapkan dari awal.

Tabel 1 Nama Obyek yang Memiliki Warna Khas

Kategori Warna	Nama Obyek yang Memiliki Warna Khas		
KUNING	Kepodang	Lemon	Nanas
	Kanari	Pisang	Janur
	Mangga	Durian	Jagung
	Mentega / Maizena	Belimbing	Emping
	Emas	Nangka	Gandum
	Mustard	Timun Suri	Kasia
	Padi	Kelapa Tua	Tahu Bandung
	Pirang	Keju	Bambu
	Biskuit	Lunar (bulan)	Bika Ambon
	Salak	Ketepeng	Seruni Jalar
	Kue Cubit	Waru	Bir
	Minyak Goreng	Kekonengan	Tape / Peyem
	Anak Ayam	Topaz	Terong Susu
	Krisan	Sedap Malam	Kacang
Cempedak	Telur	Kotok	
JINGGA	Jeruk	Belewah	Pepaya
	Temaram	Labu	Secang
	Kesemek	Ubi Madu	Bata
	Wortel	Markisa	Genteng
	Oncom	Tomat	Tabasko
	Jati Mas	Kecrutan	Karat
	Melon	Mangga	Maluka
	Orang Utan	Harimau	Matahari (bunga)
	Saos Sambal	Sambal Ulek	Semak Api
	Kembang Gaharu	Lantana	Selai Srikaya
Lamtrogung	Persija		
MERAH	Darah	Cempolai	Sutra Bombay
	Delima	Hati	Dahlia
	Mirah	Rambut Jagung	Marjan
	Gincu	Rambutan	Kastuba
	Semu	Mawar	Balado
	Kesumba	Bawang	Kacang Merah
	Jambu Batu	Semangka	Kepik
	Kembang Kancing	Palem	Jambu Air
	Jambu Bol	Buni	Cabe
	Kana	Dadu	Jambon
	Flamboyan	Teratai	Rafflesia
	Gulali Betawi	Gulali Balon	Dadap
	Tembaga	Bara	Soka
	Jengger Ayam	Kirmizi	Ranum
	Amarilis	Kembang Pacar	Terong Belanda
	Branwir	Bungur	Begonia
	Azalea	Begonia	Bauhinia
	Batavia	Oliander	Ceguk Wundani
	Melati Janggut	Kepiting	Udang Rebus
	Saos Tomat	Anggur	Garnet
UNGU	Terong	Jamblang / Gohok	Katlea
	Vanda	Dangdut	Janda
	Enom	Nila	Taro
	Manggis	Murbai	Kecubung
	Manggar	Buni	Cumi
	Rosemary	Talang	Bungur
	Lantana	Anggur	Anggrek Tanah
	Violet	Stephanot	Ubi Kates
Sambang Colok			

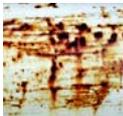
Tabel 1 Nama obyek yang memiliki warna khas
(lanjutan)

Kategori Warna	Nama Obyek yang Memiliki Warna Khas		
BIRU	Lazuardi	Telor Asin	Safir / Nilam
	Indigo	Bayu	Blau
	Benhur	Lebam	Banyu
	Dongker	Blujin	Spiritus
	Bokor	Toska	Bahari / Laut
	Langit	Pirus	
UNGU	Terong	Jamblang / Gohok	Katleya
	Vanda	Nila	Taro
	Manggis	Murbai	Kecubung
	Anggur	Lantana	Violet
	Cumi	Manggar	
HIJAU	Kumala	Pupus	Tentara
	Olive	Dawet	Petai
	Jambrud	Terusi	Rumput
	Pandan	Botol	Timun
	Wuluh	Lidah Buaya	Cabe Rawit
	Limo	Nipis	Kedondong
	Bayam	Kangkung	Sawi
	Pucuk	Kubis	Cemara
	Lumut	Sereh	Cendol
	Keket	Melon	Kacang Polong
	Kacang Panjang	Zaitun	Betet
	Anggur	Oyong	Kemangi
	Kecipir	Loreng	Tentara
	Pakis	Klepon	Putu
	Asparagus	Gandaria	Kacang Ijo
	Lontong	Jambu Klutuk	Mengkudu / Pace
	Apel Manalagi	Eceng Gondok	Tebu
	Belalang	Keprok	Kelapa
	Ketupat	Leunca	Tape Ketan
	Suji	Lupis	Bunga Balon
Peridot	Lepet	Klepon	

Dari hasil pengumpulan nama-nama obyek yang memiliki warna khas, dapat ditarik kesimpulan bahwa obyek dengan warna kemerahan, kekuningan dan kehijauan menjadi yang terbanyak, terutama untuk warna makanan dan tumbuhan (bunga dan buah). Hal ini mungkin disebabkan karena kandungan nutrisi yang baik di dalam buah, merah menjadi alat bantu untuk meningkatkan *appetite* makan, dan merah menjadi warna yang memiliki daya tarik tersendiri bagi serangga (kupu-kupu, lebah, dan lainnya). Warna hijau banyak ditemui di tanaman, dan buah. Dapat dikatakan bahwa obyek yang berwarna hijau ini dekat sekali dengan alam, dan hidup secara natural. Memberikan kesan sehat, segar, dan energi.

Selain pengumpulan data-data berupa nama objek yang memiliki warna khas, penulis juga melakukan dokumentasi terhadap objek-objek tersebut. Berikut penulis berikan beberapa contoh *image/gambar* yang dapat mewakili nama warna.

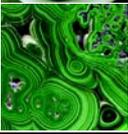
Tabel 2 Image yang mewakili warna

Kategori Warna	Nama Obyek	Gambar Obyek	Nama Obyek	Gambar Obyek
KUNING	Kanary		Telur	
	Emas		Tahu Bandung	
	Durian		Peyem / Tape	
	Pisang		Nanas	
	Talam		Timun Suri	
JINGGA	Kesemek		Wortel	
	Temaram		Oncom	
	Jeruk		Pepaya	
	Gedong (mangga)		Mede	
	Kunyit		Karat	

Tabel 2 Image yang mewakili warna
(lanjutan)

Kategori Warna	Nama Obyek	Gambar Obyek	Nama Obyek	Gambar Obyek
MERAH	Marjan		Apel	
	Bawang		Delima	
	Gincu		Gulali	
	Jenger Ayam		Kesumba	
	Tjampolai		Ros	
	UNGU	Manggis		Terong
Gohok			Katleya	
Kecubung			Lembayung	
Vanda			Murbei	
Violet			Taro	

Tabel 2 Image yang mewakili warna
(lanjutan)

Kategori Warna	Nama Obyek	Gambar Obyek	Nama Obyek	Gambar Obyek
BIRU	Lazuardi		Telur Asin	
	Langit		Blau	
	Benhur		Bahari	
	Blujins (Denim)		Dalu (tua)	
HIJAU	Kumala		Keket	
	Dawet		Alpukat	
	Jambrud		Botol	
	Petai		Loreng	
	Zaitun		Pupus	
	Terusi		Wuluh	

Tabel 2 Image yang mewakili warna
(lanjutan)

Kategori Warna	Nama Obyek	Gambar Obyek	Nama Obyek	Gambar Obyek
HITAM	Arang		Sirap	
	Ijuk		Rambut	
	Kecap (Kacang Kedelai)		Kucing	
ABU-ABU	Aspal		Abu	
	Semen		Amplas	
	Caplak		Apung	
PUTIH	Susu		Blacu	
	Pualam		Melati	
	Apel		Mutiara	
	Lobak		Bawang	

PENUTUP

Penelitian penamaan warna ini masih belum berakhir, karena pada fase ini masih harus menentukan obyek apa yang tepat untuk digunakan sebagai nama sebuah warna berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, seperti: persepsi seseorang terhadap nama dan warna tersebut, sejauh dan semudah apa nama tersebut bisa disebutkan, diingat, dan digunakan oleh masyarakat. Pertimbangan-pertimbangan di atas tentunya tidak mengabaikan faktor keilmuan antropologi, psikologi, bahasa, budaya, dan lainnya. Faktor alam sangat menentukan terjadinya perubahan warna terhadap satu obyek, di mana ini dapat menjadi salah satu penyebab satu warna dipersepsikan dengan banyak nama. Oleh sebab itu, adanya sebuah panduan yang memberikan gambaran tentang nama warna menjadi penting, terutama untuk para pengguna warna. Panduan ini berfungsi sebagai alat untuk mengurangi kesalahpahaman terhadap nama warna. Harapan penulis bahwa penamaan warna ini akan bisa terus berkembang sesuai dengan jamannya, sehingga dapat terus digunakan oleh setiap generasinya yang menjadi aktor perubahan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Danesi, M. (2004), *Message, sign, and meaning*. Toronto: Canadian Scholar's Press.
- Daniel, M., & Embree, L. (2006). *Phenomenology of the cultural disciplines*. Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
- Hoed, B. H. (2011). *Semiotik & dinamika sosial budaya*. Jakarta: Komunitas Bambu.
- MacLaury, R. E., Paramei, G. V., & Dedrick, D. (2007), *Anthropology of color*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.