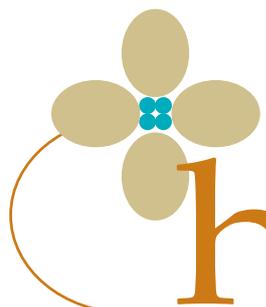


People. Innovation. Excellence.



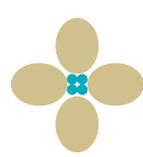
ISSN: 2087-1236

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; Bheradetta 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

TEORI YANG MEMPERKUAT KEBUTUHAN PENAMAAN WARNA UNTUK BUKU KHAZANA WARNA

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

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

Naming requirements for color, it has universal application throughout the world. This call must be answered to all men in each country. Color requires a name to identify the needs, because the color has the character, nature, and also have different perceptions of each visual outcome. In this writing is a collection of theories from various sources of data that explain why we required of new color names based on the audience choice. This method uses a literacy method, collecting some of the theories of previous researchers that have been submitted in written form. Also using the method of data collection with quantitative and qualitative methods to collect a variety of color's names that used in foreign language or used in the Indonesian language. Data collected will be used as the background color naming, why is this important needs are universal. Particularity in Indonesia, which has a huge territory and consists of various tribes and nations.

Keywords: colors, color naming, character, color perception

ABSTRAK

Kebutuhan pemberian nama pada suatu warna, ternyata berlaku secara universal di seluruh dunia. Tantangan ini harus dijawab dengan baik oleh manusia di setiap negara. Warna perlu nama untuk kebutuhan mengidentifikasi, karena warna memiliki karakter, sifat, dan juga memiliki persepsi yang berbeda dari setiap visual yang dihasilkannya. Penulisan ini merupakan kumpulan teori dari beberapa sumber data yang menjelaskan mengapa dibutuhkan pengajuan nama warna baru berdasarkan pilihan khalayak. Metode ini menggunakan metode literatur yaitu dengan mengumpulkan beberapa teori dari para peneliti sebelumnya yang telah disampaikan dalam bentuk penulisan. Selain itu menggunakan metode pengumpulan data dengan metode kuantitatif dan kualitatif yaitu dengan dengan mengumpulkan berbagai nama warna baik yang digunakan dalam bahasa asing ataupun yang digunakan dalam bahasa Indonesia. Temuan data-data tersebut akan dijadikan sebuah latar belakang mengapa kebutuhan penamaan warna itu penting secara universal. Terutama bagi Indonesia yang memiliki wilayah negara yang sangat luas serta terdiri dari berbagai suku dan bangsa.

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

PENDAHULUAN

Desain Komunikasi Visual memiliki empat fungsi utama (Safanayong, 2010): yang pertama adalah untuk memberitahu atau memberi informasi (*to inform*), yang kedua yaitu untuk memberi penerangan (*to enlighten*), yang ketiga adalah untuk membujuk (*to persuade*) dan ke empat adalah untuk melindungi (*to protect*). Cakupan yang ingin di titik beratkan dalam penulisan ini adalah pada bagian kedua yaitu untuk memberi penerangan mencakup didalamnya membuka pikiran dan menguraikan.

Hal ini didasari dari kebutuhan manusia itu sendiri yang terkadang tanpa terasa hanya menerima saja bulat-bulat sesuatu hal tanpa memikirkan mengapa sesuatu tersebut dibutuhkan? Khususnya Indonesia yang memiliki karakter khas Timur yang seakan jarang mempertanyakan makna akan sesuatu hal terutama yang sifatnya mendasar dan turun-temurun.

Kebutuhan dalam topik ini adalah kebutuhan pemberian nama pada suatu warna. Mengapa hal ini dibutuhkan, bila pada kenyataannya, kita seharusnya tidaklah perlu sulit menyebutkan nama warna yang selama ini telah kita terima dan setidaknya di dalam kamus bahasa Indonesia sendiri ada sekitar 20 warna yang tercatat di dalamnya.

Namun, dengan seiring tumbuhnya pabrik cat, seiring dengan pengetahuan manusia yang menuntut adanya keinginan untuk menjadi pribadi yang berbeda satu dengan lainnya. Warna sebagai salah satu unsur pembeda dan sebagai unsur visual dasar Desain Komunikasi Visual membutuhkan penamaan warna yang lebih detail dan rinci dari hasil setiap campuran warna yang tercipta. Secara tata bahasa, manusia Indonesia butuh lebih nama warna dari tujuh warna dasar yaitu merah-jingga-kuning-hijau-biru-nila dan ungu. Manusia Indonesia butuh nama warna dari sekedar nama biru langit, hijau laut, hijau sawah, kuning langsung, putih bengkoang, atau ungu janda.

Inilah yang akhirnya melatar belakangi mengapa penulisan ini dianggap penting agar teori-teori dari para ahli yang telah melakukan penelitian penamaan warna (teori yang ditulis disini masih berdasarkan literatur atau dari penelitian yang telah dilakukan beberapa tahun lalu) dapat memperkuat kebutuhan buku “Khazana Warna” sebuah buku yang berisi tentang penamaan warna yang penamaannya menggunakan bahasa Indonesia yang didasari dari kekayaan alam dan budaya khas Indonesia.

Teori juga berperan penting dalam desain komunikasi visual yaitu membantu kita mengerti dan menginterpretasi sebuah pegamatan sebelum data obyektif memastikannya. Sebagai fakta atau eksperimenatif intuitif menentukan berguna atau tidak. Aspek teori, penelitian dan aplikasi mempunyai hubungan yang sangat simbiotik. Tiap aspek berhubungan dan dapat saling mempengaruhi, penekanannya tergantung pada masalah yang akan dipecahkan dan ada kecenderungan dari personalitas desainer (Safanayong, 2010).

METODE

Penulisan menggunakan kombinasi metode. Dalam penulisan ini menggunakan metode penelitian literatur, yaitu penelitian yang sifatnya berupa pengumpulan data penulisan hasil diskusi dari data yang ada dalam suatu kejadian atau fenomena tertentu. Hal ini dimaksudkan untuk mengungkapkan baik sisi kuat atau lemah, peristiwa dan ide-ide untuk penelitian masa depan di bidang ini. Sementara untuk penulisan buku Khazana Warna, akan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif dengan pendekatan studi kultur dan bahasa berdasarkan teori strukturalisme.

Penulis mengumpulkan semua data nama warna dalam bahasa asing (bahasa Inggris) dan Indonesia yang ada dan sering digunakan dan didengar dalam kehidupan sehari-hari. Dilanjutkan dengan mendata nama-nama obyek yang memiliki ciri khas khusus terutama dari warna. Kemudian mencari pembanding atau pengganti nama warna berbahasa asing tersebut dengan bahasa Indonesia berdasarkan literatur-literatur dan wawancara dengan para ahlinya (ahli bahasa Indonesia, budayawan dan lain-lainnya). Dengan adanya data ini maka diharapkan kita mendapatkan tambahan fakta dan nama-nama warna baru berbasis kekayaan alam sendiri.

Proses kerja yang akan dilakukan oleh penulis adalah: (1) mengumpulkan teori dari para ahli sebelumnya, yang dapat menguatkan pernyataan bahwa kebutuhan penamaan warna secara spesifik dimiliki oleh suatu bangsa memang dibutuhkan; (2) mengumpulkan data nama warna dalam berbagai literasi yang terdapat di berbagai buku warna baik di tulis dalam bahasa Indonesia ataupun bahasa asing; (3) 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; (4) pendataan nama-nama warna berdasarkan pemahaman yang biasa terdengar sehari-hari; dan (5) pendataan nama-nama obyek (flora, fauna, batu-batuan, kuliner, tempat wisata, dan lain sebagainya) yang memiliki warna khas.

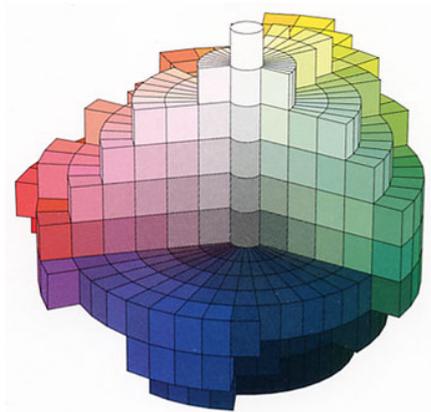
PEMBAHASAN

Hampir diseluruh bagian dunia, dasar dari pembuatan tanda (*sign* atau *symbol*) dan 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 “Khazana Warna Berdasarkan Hasana Alam dan Budaya Nusantara”, bahwa penamaan warna sangatlah tergantung dari latar belakang budaya dan sifatnya juga serta berdasarkan kesepakatan bersama. Sehingga, kita tidak bisa melakukan pemberian nama warna secara bebas sesuai keinginan pribadi. Harusnya memiliki dasar yang cukup kuat agar dapat dipahami oleh masyarakat luas.

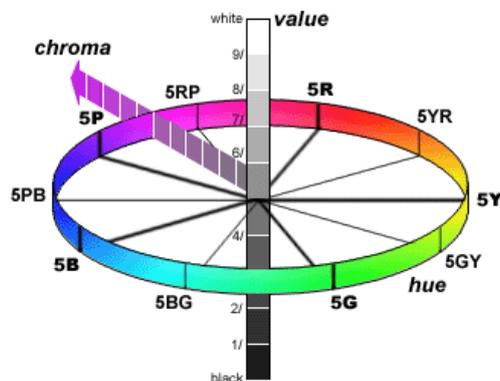
Istilah penamaan warna yang digunakan dalam bahasa Inggris yang kerap kita gunakan saat ini, menyebabkan suatu perbedaan kategori dalam warna. Para ahli memperkirakan bahwa manusia dapat membedakan warna hingga mencapai 10 juta warna. Namun sayangnya, manusia memiliki keterbatasan dalam pemberian nama 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 warnanya yang lebih sedikit.

Untuk mengatasi dalam menggambarkan dan mencocokkan warna, beberapa pakar di luar negeri telah mengembangkan sistem klasifikasi warna. Ada dua sistem yang paling sering digunakan yaitu: Sistem Warna Munsell dan Sistem CIE–*Commission Internationale de l’Eclairage* (*International Commission on Illumination*) yaitu sebuah organisasi internasional yang menetapkan pengukuran warna.

Penjelasan untuk sistem Munsell adalah sistem yang paling populer dan berguna untuk mengklasifikasikan warna yang digunakan saat ini. Dikembangkan pada awal 1900-an oleh Albert H. Munsell, seorang pelukis potret Amerika. Penemuannya adalah dengan mengklasifikasikan warna berdasarkan 3 variabel yaitu: *Hue*, *Value* dan *Chroma*. *Hue* adalah nama yang diberikan untuk warna berdasarkan kedudukan atau lokasinya di spektrum warna yang dilihat dari panjang gelombangnya. *Value* adalah tingkat kecemerlangan dan kegelapan dalam suatu warna. *Chroma* didalam lingkaran Munsell diukur berputar dari pusat masing-masing irisan warna yang mewakili tingkat kemurnian warna.



Gambar 1 Lingkaran Munsell (Munsell's wheel) dalam bentuk 3D; warna teratas berwarna putih dan posisi warna terbawah adalah hitam



Gambar 2 Warna berdasarkan Lingkaran Munsell

Hue adalah lingkaran terluar yang memiliki kombinasi Angka dan huruf yaitu: 5B-5BG-5G-5GY-5Y-5YR-5R-5RP-5P dan 5PB. Angka 5 merupakan keterangan dari 5 warna primer Munsell yaitu: merah (Red=R), kuning (Yellow=Y), biru (Blue=B), Hijau (Green=G) dan ungu (Purple=P).

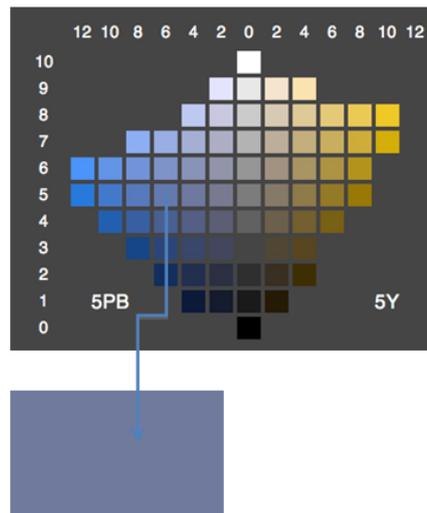
Sementara warna sekunder versi Munsell disebut warna “*after image*” yaitu warna yang muncul setelah kita menatap warna primer lalu menembakkannya dalam layar putih, maka mata akan menghasilkan warna yang kedua di layar putih tersebut. Warna sekunder (*after image*) Munsell yaitu: Red – Blue Green (BG); Yellow – Purple Blue (PB); Blue – Yellow Red (YR); Green – Red Purple (RP); Purple – Green Yellow (GY).

Value menurut Munsell terdiri dari 9 tingkatan dari hitam menuju putih. *Chroma* pada lingkaran Munsell untuk setiap daerah warna memiliki tingkat kroma maksimal yang berbeda. Contohnya adalah perbandingan antara warna *light yellow* (kuning muda) dengan warna *light purple* (ungu muda). Untuk warna *light yellow* lebih memiliki tingkat koordinat yang lebih panjang dibandingkan warna *light purple*. Hal ini dikarenakan warna *light purple* memiliki unsur warna biru yang cenderung gelap dibandingkan warna *light yellow* yang sudah pastinya memiliki tingkat kecemerlangan tinggi berasal dari warna dasar kuning. Selain itu hal ini juga dipengaruhi dari sifat pengelihatannya manusia yang memberikan persepsi warna secara alami saat sebuah warna ditangkap oleh mata.

Ini yang menyebabkan begitu luasnya untuk sebuah warna memiliki kombinasi *hue* dan *value* dapat mencapai 30 tingkatan kombinasi nilai warna *chroma*. Namun sekali lagi, dalam kenyataannya khususnya dalam sebuah layar monitor komputer, hal ini sangatlah tidak mungkin bisa memasukkan seluruh tingkatan *chroma*.

Bagan Warna Munsell

Value pada posisi vertical dan *chroma* pada posisi horizontal. *Hue* yang digunakan pada contoh dibawah adalah 5Y dan 5PB.



Gambar 3 Penetapan warna berdasarkan bagan Munsell

Contoh menetapkan warna di atas bila menggunakan bagan Munsell adalah **5 PB 5/6**.

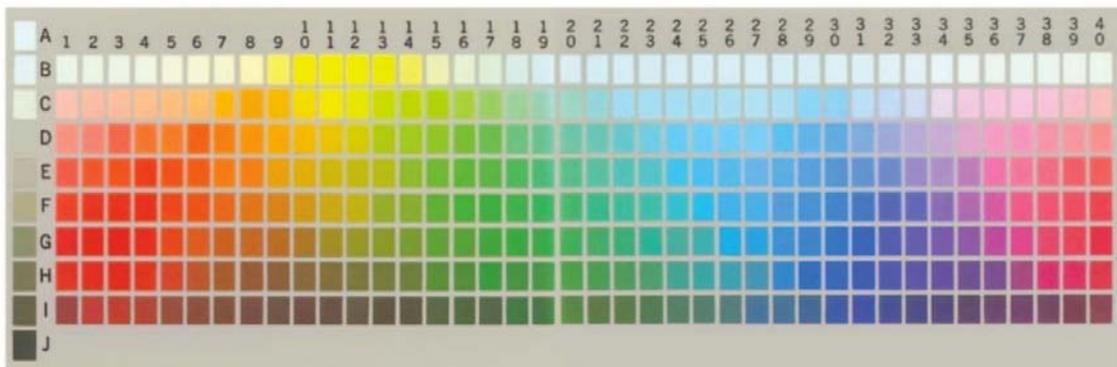
Sistem yang kedua yaitu: Sistem CIE–*Commission Internationale de l’Eclairage* (*International Commission on Illumination*). CIE yaitu sebuah organisasi internasional yang menetapkan standar untuk mengukur warna. Spesifikasi sistem warna ini digunakan oleh produsen produk seperti makanan, cat, kertas, plastic dan tekstil yang seringkali membutuhkan istilah yang tepat dalam warna. Tapi karena sifat warna yang luas, menyebabkan semua sistem tersebut diatas menjadi sangatlah terbatas. CIE Sistem hanyalah menyediakan nomenklatur warna lebih halus dengan menggunakan ekspresi metafora seperti hijau laut atau biru langit.

Yang menariknya adalah bahwa sesungguhnya warna adalah apa yang kita katakan hal itu. Kenyataannya saat istilah inggris seperti *yellow* digunakan, maka penutur bahasa di Afrika dengan warna yang sama bisa saja membagi warna tersebut menjadi *cipswuka*, *citema* dan *cicena*. Atau di Liberia suku Bassa menyebutnya menjadi dua kategori warna untuk kuning yaitu *Hui* dan *Ziza*. Sehingga dalam kasus ini penamaan warna sangatlah tergantung dari latar belakang budaya manusia tersebut.

Hingga akhirnya tahun 1969, ahli bahasa Berlin dan Kay berpendapat bahwa perbedaan istilah warna hanyalah hal-hal dangkal yang dapat menyembunyikan prinsip-prinsip dasar umum mengenai persepsi warna. Menggunakan penelitian dari dua puluh penutur bahasa asli yang sangat beragam, mereka mencapai kesimpulan bahwa ada “*focal point*” dalam dasar sistem warna yang berhubungan dengan kata dalam bahasa Inggris yaitu: warna merah, jambon (*pink*), jingga, kuning, coklat, hijau, biru, ungu, hitam, putih dan abu-abu.

Tidak semua bahasa yang mereka teliti memiliki kata yang berbeda untuk masing-masing warna, tapi muncul suatu pola yang disarankan untuk mereka untuk menetapkan warna dengan memahami lintas budaya.

Pola tersebut adalah bila dalam budaya tersebut memiliki 2 pola warna, maka warna tersebut adalah: hitam dan putih (hal ini setara dalam bahasa Inggris yaitu *black and white*). Jika memiliki tiga pola, maka yang ketiga berhubungan dengan warna merah. Berikutnya pola sistem yang ke empat adalah bisa jadi warna kuning atau hijau. Bahkan pola sistem kelima memiliki ke dua warna tersebut. Pola sistem ke enam memasukkan warna biru. Dan sistem pola ke tujuh adalah unsur warna coklat. Terakhir untuk warna ungu, jambon, jingga dan abu-abu ditemukan terjadi di dalam kombinasi warna yang memiliki sistem ke tujuh pola system “*focal point*” tadi.



Gambar 4 Warna *focal point* berdasarkan warna Munsell

Gambar 4 merupakan warna *focal point* yang diambil dari 40 warna milik Munsell. Ben dan Kay lalu membawa contoh warna tersebut ke 20 orang yang terdiri dari berbagai suku dan bangsa yaitu, Arab di Lebanon, Bahasa Indonesia dari Indonesia diwakili suku Dani dari Irian Jaya, Bulgaria, Cina Kanton, bahasa Inggris di Amerika Serikat, bahasa Ibrani di Israel, Hungaria, Nigeria, Jepang, Kore, Cina Mandarin, bahasa Spanyol di Mexico, bahasa Pomo di Amerika Serikat, Swahili di Tanzania, bahasa tagalog di Filipina, Thailand, bahasa Tzetal di Mexico, bahasa Urdu dari Pakistan dan terakhir adalah Vietnam.

Sejak itu telah ditemukan bahwa modifikasi lebih lanjut diperlukan, karena Rusia dan Italia tidak memiliki satu warna untuk biru, melainkan membedakan biru muda (*light blue*) dan biru tua (*dark blue*) sebagai warna fokus. Implikasi menarik dari penelitian Berlin dan Kay dikejar penuh semangat pada 1970-an oleh ahli bahasa dan psikolog. Eleanor Rosch misalnya, menunjukkan bahwa suku Dani Barat di Irian, yang memiliki sistem dua-warna yang serupa dengan sistem Bassa seperti dijelaskan di atas, mampu membedakan dengan mudah delapan warna fokus (*focal point*). Menggunakan percobaan daya ingat (*recognition memory*), Rosch menemukan bahwa suku Dani dengan fokus warna diakui lebih baik dibandingkan warna non-fokus. Dia juga menemukan bahwa mereka belajar warna baru yang lebih mudah ketika nama warna dipasangkan dengan warna fokus.

Temuan tersebut disarankan untuk Rosch bahwa bahasa disediakan panduan untuk interpretasi warna, namun mereka tidak mempengaruhi persepsi dalam cara apapun. Tapi banyak masalah tetap hari ini dengan kesimpulan yang dicapai oleh peneliti warna. Untuk satu hal, kenyataan bahwa sebelas fokus warna diasumsikan oleh Berlin dan Kay berhubungan dengan persyaratan warna bahasa mereka sendiri (Inggris). Hal ini mencurigakan. Mungkinkah para peneliti telah cenderung egois menggunakan bahasa mereka sendiri untuk semua istilah warna?

Banyak istilah dalam daftar Berlin dan Kay, beberapa kritikus juga menunjukkan, berubah menjadi pinjaman (istilah warna diambil dan/atau diadaptasi dari bahasa lainnya), yang akan sangat merusak teori mereka. *Focal point* titik Teori Berlin dan Kay tampaknya akan menjadi tidak lebih dari titik-titik pada warna spektrum dikategorikan oleh bahasa yang mereka telah terbiasa.

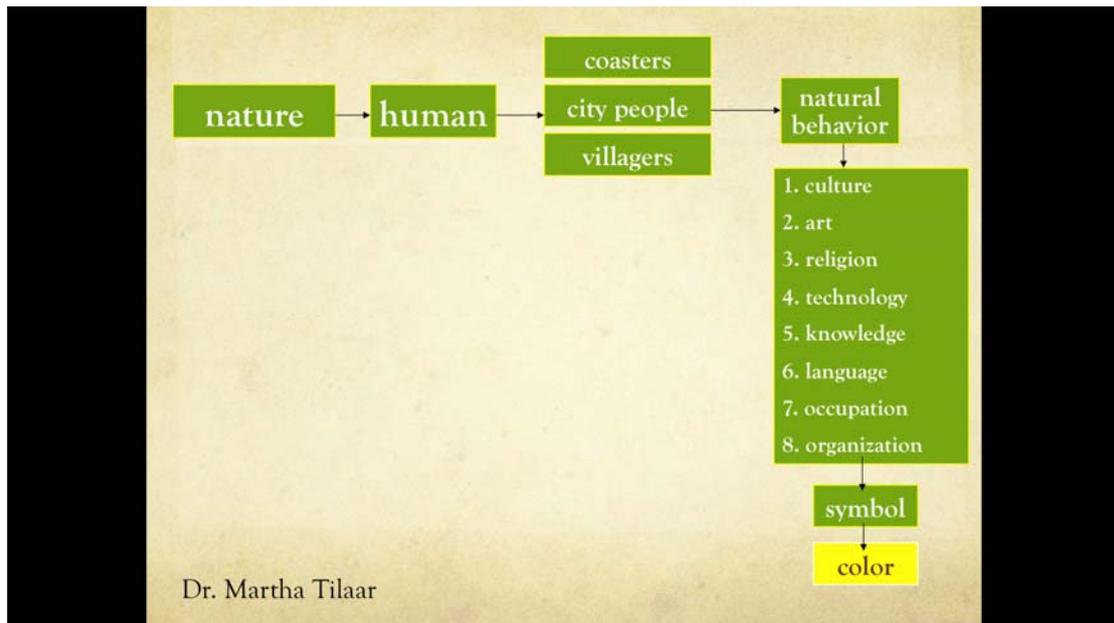
Akhirnya Semiotik berbicara, istilah warna penanda verbal yang mempengaruhi orang untuk menghadiri terutama dengan warna mereka kode-kan. Ini adalah strategi praktis; jika tidak, jutaan istilah akan perlu diciptakan untuk mengklasifikasikan spektrum akurat. Tapi cerita semiotik warna tidak berhenti di situ. Seluruh warna dunia digunakan untuk tujuan konotatif. Catatan arkeologis menunjukkan, pada kenyataannya, bahwa makna sensorik dan emosional yang melekat pada warna bahkan mungkin telah menjadi sumber untuk istilah warna sendiri (Wescott, 1980). Dalam bahasa *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 artinya tersirat yang akhirnya harus berpikir lebih dalam untuk mencapai makna sesungguhnya. Beberapa contoh dalam bahasa Inggris untuk tiga warna-merah, biru, dan hijau digunakan untuk merujuk kepada konsep konotasinya: (1) warna merah (*red*) untuk *red carpet* adalah perlakuan istimewa, istilah *red herring* adalah sesuatu yang digunakan untuk menarik perhatian dari yang isu nyata, dan *red light district* memberi arti wilayah kota dengan kegiatan seksual dan tempat-tempat seperti bordil; (2) warna biru (*blue*) untuk istilah *true blue* berarti setia, kata *once in a blue moon* artinya jarang, *blue funk* untuk menunjukkan situasi keadaan putus asa atau depresi; dan (3) warna hijau (*green*) untuk kata *green envy* artinya iri besar, *green horn* adalah orang yang tidak berpengalaman, dan *green thumb* berarti 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 adalah *buruk*; atau contoh lainnya masyarakat sebagai suatu bangsa memandang signifikansi yang besar dalam warna-warna bendera dan lambang nasional, bahkan bisa menimbulkan fanatisme tersendiri.

Seperti telah disebutkan diatas, bahwa penamaan warna (*color naming*) ini melibatkan beberapa bidang disiplin ilmu, dan dalam prosesnya untuk memudahkan pencarian warna, maka penulis mencoba untuk mencati teori kategori warna. Pengkategorian ini pun dapat dilakukan dari berbagai macam sudut pandang.

Pendekatan teori yang penulis gunakan dalam buku *Khazana Warna* lebih mengacu kepada pemikiran Dr. Martha Tilaar yang telah puluhan tahun menggunakan metode ini untuk memberikan penamaan nama warna pada produk-produk kecantikannya yaitu Martha Tilaar. Berdasarkan pemikirannya, munculnya nama warna dilihat dari proses bagan dalam Gambar 5.



Gambar 5 Warna berdasarkan Martha Tilaar

Berdasarkan Gambar 5, munculnya suatu nama warna, awalnya berdasarkan dari alam sekitarnya. Alam lalu merasuki pemikiran manusia yang tinggalnya di pinggiran kota, atau di perkotaan maupun yang di pedesaan. Hal ini juga dipengaruhi oleh kebiasaan manusianya sehari-hari dan produk yang dihasilkan manusia yaitu: kebudayaan, seni, agama, teknologi, pengetahuan, bahasa, pekerjaan, dan sistem kemasyarakatan. Kesemuanya itulah yang akhirnya membentuk suatu simbol yang kemudian manusia sebut dengan istilah: warna.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian dan teori yang disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa warna yang selama ini secara natural diterima oleh manusia khususnya di Indonesia secara langsung, sesungguhnya memiliki proses yang jauh dan mendalam untuk menciptakan penamaannya yang tepat. Karena warna merupakan awal dari sebuah tanda atau *symbol* atau *sign*. Pengertian dari *sign* atau *symbol* atau tanda ini adalah sebuah tanda dapat dipahami sebagai sesuatu yang mengacu pada atau mewakili sesuatu yang lain.

Bermula dari teori milik Munsell yang melihat warna dari 3 variabel yaitu *hue*, *chroma* dan *value*. Yang kemudian membantu penelitian Berlin dan Kay, dua orang ahli bahasa yang tertarik meneliti pada penamaan warna (*color naming*). Dilihat dari penelitian Berlin dan Kay yang dilakukan tahun 1969 antara bahasa dan warna memiliki keterkaitan yang tinggi diantara keduanya. Apakah bahasa mengkategorikan warna yang sama, atau apakah kategorisasi warna bervariasi bebas melintasi bahasa? Berlin dan Kay sekalipun tetap berusaha agar hal ini tidak menjadikan manusia menjadi akhirnya takut memberikan nama pada warna, karena dengan menggunakan penelitian dengan cara mengumpulkan 20 orang yang memiliki latar belakang budaya, seni, agama dan bahasa yang berbeda, ternyata memiliki satu kesamaan pada beberapa warna tertentu. Sehingga, dari penelitian tersebut, Berlin dan Kay mengajukan hipotesis kategori warna dasar berjumlah 11 warna dan menentang 6 buah warna yang dilontarkan tokoh sebelumnya bernama Hering yang menyebutkan bahwa warna primer hanyalah hitam, putih, merah, kuning, hijau dan biru. Ini adalah suatu kemajuan pemberian nama warna yang luar biasa.

Namun hal utama dari penelitian nama warna milik Berlin dan Kay akhirnya diperkuat dengan teori Semiotik yang merupakan teori dasar dari desain komunikasi visual. Seluruh teori yang berhubungan dengan semiotika sesungguhnya bersinggungan dengan pengkajian tanda yaitu menciptakan dan menyampaikan makna dan berkenaan dengan komunikasi disini menggunakan bahasa yang divisualkan yaitu warna.

Hal ini juga yang mengukuhkan bahwa warna sebagai simbol sebagian besar dipengaruhi oleh adanya faktor-faktor dalam kehidupan manusia (kebudayaan, seni, agama, teknologi, pengetahuan, bahasa, pekerjaan dan sistem kemasyarakatan) yang juga dipengaruhi lokasi tempat tinggal manusia itu tumbuh. Inilah teori penamaan warna berdasarkan pemikiran Dr. Martha Tilaar.

Dari kesemua teori yang disampaikan dapat disimpulkan bahwa sesederhana memberikan nama pada suatu warna, sesungguhnya hal ini merupakan suatu kerja keras. Karena pertimbangan yang diambil haruslah melihat dari berbagai sudut kehidupan manusia yang terus menerus berkembang. Begitu pula dengan perkembangan jumlah warnanya yang setiap tahunnya rata-rata bertambah minimal 10 warna baru bila melihat dari warna yang dikeluarkan oleh pabrik cat setiap tahunnya. Teori-teori tadi memperjelas posisi penamaan warna yang memang sangat dibutuhkan oleh manusia khususnya di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Cook, R. S., & O'Leary, J. G. (2003). Resolving the question of color naming. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Vol. 100, No. 15. (2003), 9085-9089.
- Danesi, M. (2004). *Messages, signs, and meanings*. Toronto: Canadian Scholars' Press.
- Edgar, A., & Sedgwick, P. (2008). *Cultural theory: The key concepts*. London: Routledge.
- Safanayong, Y. (2010). *Desain komunikasi visual terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.