

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1.Semiotik Charles Morris

Secara etimologi semiotika berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti *tanda* (Sobur,2004:95). Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan jika semiotika merupakan ilmu atau teori yang digunakan untuk mempelajari tentang tanda sehingga menghasilkan makna. Sehingga dapat diartikan jika semiotika adalah ilmu atau metode yang digunakan untuk memaknai tanda. Dalam kajian ini dibutuhkan ilmu atau teori untuk memaknai tanda yang terdapat dalam motif Wastra Cakramanggilingan sehingga dapat mengungkap pesan yang terkandung didalamnya.

Pada abad 20 seorang filsuf Amerika kelahirn 1901 yakni Charles William Morris. Morris mengembangkan teori tanda dari Charles Sanders Pierce, Charles Morris membagi semiotik menjadi tiga lapis dan lebih mudah dipahami. Teori analisis tanda Charles Morris dirasa relevan untuk digunakan sebagai pisau bedah dalam penelitian ini. Sebab pendekatan teori Charles Morris dapat menganalisa secara optimal dalam mengetahui pesan dan memberikan teknik penyelidikan yang baik. Semiotik dalam mengutaikan model Morris dengan menganalisa visual dan tanda dalam karya motif. Adalah suatu makna yang terdapat pada motif Wastra Cakramanggilingan sebagai hasil dari gagasan dan senimannya dalam proses spiritual dalam berkarya dan dapat dihasilkan karya yang dapat dipahami oleh masyarakat. Tanda-tanda adalah perangkat yang utama yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Tanda inilah hal yang mudah untuk diungkap oleh manusia sebagai makna atau maksud dan pesan.

Dalam teori Charles Morris sistem analisis tanda menggunakan tiga dimensi dalam semiotik. Morris menjelaskan secara kompleks dan detail mengenai sintaksis (*syntactic*), semantik (*semantics*), pragmatik (*pragmatics*).

Table 3 Klasifikasi Morris, Sumber. Piliang, 2018

Level	Sintaksis	Semantik	Pragmatik
Sifat	Penelitian struktur tanda	Penelitian makna tanda	Penelitian efek tanda
Elemen	Penanda/petanda <i>Syntagm/system</i> Konotasi/denotasi <i>Metaphor/metonymy</i>	Struktural Kontekstual Denotasi Konotasi Ideology/mitos	<i>Resepcion</i> <i>Exchange</i> <i>Discourse</i> Efek (psikologi ekonomi-sosial gaya hidup)

Dari tabel diatas Morris bagaimana maksud dari sintaksis, semantik, dan pragmatik. **Sintaksis** merupakan klarifikasi tanda berdasarkan dengan strukturnya. Pada sintaksis ini studi tentang tanda itu sendiri dengan sifat individualnya dengan kombinasi, khususnya analisis tentang tanda itu sendiri dengan kombinasinya. Sedangkan **semantik** berkaitan dengan relasi dari tanda dan signifikasinya makna dari tanda tersebut. Yakni bagaimana tanda tersebut dianalisa menggunakan makna. **Pragmatik** merupakan analisis antara tanda dengan penggunaanya (*interpretant*). Dalam pragmatik erat kaitannya dengan peristiwa (*discourse*) beserta efek atau dampak terhadap penggunaanya. Ini berkaitan dengan nilai (*value*) maksud dan tujuan tanda, untuk mengetahui asal muasal terciptanya tanda, serta mengenai pertukaran (*exchange*) dan nilai utilitas tanda bagi pengguna (Piliang:2018,257).

Secara garis besar teori bedah tanda Charles William Morris penting, karena dapat menjelaskan tingkat penelitian. Sedangkan penelitian motif

Wastra Cakramanggilingan memahami tentang tanda dan pesan didalamnya. Tentu melibatkan ketiga tahapan penelitian guna mencapai tujuan dengan optimal.

2.2.Motif

Motif secara umum merupakan warna yang dapat diartikan pula sebagai corak. Secara Etimologi, motif berasal dari kata "*motive*" dalam Bahasa Inggris yang berarti penggambaran yang berbeda. Motif dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2008:973) menjelaskan jika motif merupakan corak. Secara dasar umum motif bertujuan untuk menggambarkan atau membandingkan motif dari beberapa orang. Motif dalam desain atau hiasan berarti corak hiasan yang digunakan dalam kerajinan untuk memperindah. Motif ditujukan pada kerajinan ini digambarkan dalam objek permukaan yang tampak secara kasatmata (visual).

Motif adalah gambaran sifat dan corak suatu perwujudan (Untoro, 1979:21). Penggambaran secara jelas mengenai motif sebagai suatu perwujudan dari hal yang telah dikonsepsi maupun tema yang telah dijelaskan. Dalam hal ini sifat dan corak (warna) dari suatu hal (benda) dapat dinikmati. Motif sebagai bagian dalam gambaran yang terkadang diulang untuk mendapatkan pola dan perwujudan yang sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Menurut Sunaryo (2009: 14) motif adalah unsur pokok dari sebuah ornamen, yang pada umumnya bentuk dari gubahan dari bentuk-bentuk alam (seperti daun, gunung, matahari, hewan dan lainnya). Hal ini tentu berbeda dengan Suhersono (2004:14) yang menjelaskan jika penciptaan gambar atau membuat motif adalah pekerjaan, menyusun, merangkai, memadukan bentuk dasar motif, bentuk berbagai garis yang sedemikian rupa sehingga tercipta hasil gambar motif yang indah, orisinal dan baru.

Dari keempat sumber yang menjelaskan makna motif dapat disimpulkan jika motif adalah bentuk dasar ornamen yang merupakan bagian dari ekspresi untuk menghasilkan sebuah keindahan. Motif terdiri atas unsur titik dan garis yang ditarik dengan sentuhan keindahan yang merepresentasikan keadaan alam maupun keadaan budaya yang ada. Keadaan ala mini biasa ditemui di sekitar motif tersebut dibuat dan dilestarikan. Bentuk dasar ornamen (motif) ini biasanya menggambarkan bentuk dari benda yang ada di sekitar manusia. Motif yang timbul dalam wastra atau kain tradisional kerap kali dilihat dengan paduan khas tumbuhan, bentuk manusia, bentuk benda alam hingga batuan yang tersusun secara berulang hingga membentuk suatu kesatuan yang sering disebut dengan ornamen atau ragam hias. Secara garis besar, motif adalah bentuk dasar dari ragam hias.

Bentuk ekspresi yang menghasilkan coretan hingga bentuk garis, dan memiliki arti dalam ilmu semiotik menjadi petanda. Motif ini menjadi hal utama yang dimaknai. Di Indonesia khususnya di Jawa memiliki motif yang identik dengan penggambaran barang yang ada di dunia nyata. Namun, penggambarannya ini tidak secara identik seperti bentuk aslinya melainkan distilasi menjadi bentuk hingga menjadi beberapa bagian dalam jenisnya. Kajian Wastra Cakramanggilingan ini fokus pada analisa motif yang terdapat pada wastra, sehingga beberapa motif yang di stilasi dari bentuk lain terbagi menjadi beberapa bagian dalam kain, seperti: tumpal, *isen-isen* (isian), dan inti. Ini didasarkan pada letak dan peran motif tersebut.

Klasifikasi jenis motif dalam ragam hias yang ada di Indonrsia tebagi menajadi beberapa jenis, (Sunaryo:2009) diantaranya: motif geometris, sosok manusia, unggas, binatang air dan melata, binatang darat dan makhluk imajinatif, tumbuh-tumbuhan, benda alam dan pemandangan, benda teknologis, kaligrafi dan abstrak. Semua jenis motif tersebut terbentuk berdasarkan budaya yang melatarbelakangi motif tersebut dibuat. Seperti

halnya itu, Wastra Cakramanggilingan lebih banyak terpengaruh dengan wastra yang ada di wilayah Jawa maupun sekitarnya, yakni dengan motif hais unggas dan tumbuhan didalamnya.

2.3.Wastra

Pengertian wastra menurut Ahmad Karomi (wawancara 2021 di Omah Petrok) merupakan selembar kain dalam satu kesatuan, kain tradisional yang dimaksudkan yakni kain yang sudah utuh dengan ragam hias didalamnya. Wastra dapat diidentifikasi melalui motif yang digunakan, selain itu wastra dapat dilihat sebagai nilai, kesan, pesan, simbol, informasi yang disampaikan secara utuh. Kain wastra dapat dilihat juga melalui teknik dalam pembuatan motifnya. Teknik pembuatan motif pada wastra secara umum dibagi menjadi dua yakni motif yang dibuat dengan menggunakan perintang (*resist dyeing*) maupun tanpa perintang (*non resist dyeing*).

Teknik pembuatan motif dengan menggunakan perintang (*resist dyeing*) yakni teknik menghalangi warna dengan gambaran maupun pola yang telah ditentukan. Teknik perintang lumrah digunakan dalam wastra (kain tradisional). Seperti proses pembuatan wastra batik dengan menggunakan teknik perintang. Batik menggunakan bahan lilin (wax atau malam) yang diaplikasikan pada selembar kain putih menggunakan canting (alat untuk membuat motif dengan lilin) sebagai perintang dalam pembuatan motif. Setelah perintang dibuat dengan titik maupun garis yang membentuk suatu ragam hias, barulah melalui proses pewarnaan pertama untuk mendapatkan warna dasar kain. Selanjutnya menghalangkan perintang dan melakukan pewarnaan kedua (pada kain yang telah dihilangkan perintangnya) dan seterusnya hingga menghasilkan wastra secara utuh.

Selain batik dengan teknik perintang lilin, teknik perintang ini juga digunakan pada wastra yang prosesnya didapatkan dari tenun ikat. Proses

pembuatan tenun ikat yakni dengan teknik perintang yang memanfaatkan plastik panjang yang dililitkan pada benang yang akan diberi motif. Pada wastra yang proses pembuatannya menggunakan teknik tenun ikat, proses perintangan dimulai dengan membentangkan benang pada plangkan (alat yang terbuat dari besi dan kayu berbentuk persegi). Dari perintangan yang dilakukan pada benang yang sudah dibentangkan, barulah dapat diwarnai hingga menghasilkan motif yang diinginkan.

Teknik pembuatan motif hias pada wastra tanpa perintang (*non resist dyeing*) merupakan teknik pembuatan motif tanpa menggunakan media perintang sebagai penghalang warna masuk. Contoh pembuatan motif tanpa perintang yakni sulaman yang digunakan pada selembar kain, dinamakan tanpa perintangan sebab dalam proses pembuatan motif menggunakan lompatan benang hingga membentuk motif. Selain itu, kain songket juga merupakan wastra yang menggunakan teknik pembuatan motif tanpa perintangan. Songket menggunakan benang dan teknik penenunan untuk membuat motif tanpa menggunakan penghalang apapun dalam proses pembuatan motif.

Menurut Ginting (Nusawastra Silang Budaya, 2016: 459) menjelaskan jika wastra berasal dari bahasa Dansekerta (kata serapan) yang berarti sehelai kain yang dibuat secara tradisional. Wastra lahir dan berkembang sesuai dengan letak Geografis suatu wilayah, sehingga wastra erat kaitannya dengan budaya yang tertanam di suatu wilayah. Tenun Songket yang merupakan warisan wastra Indonesia di wilayah Nusa Tenggara Timur menggunakan ragam hias dengan visualisasi (gambaran) kuda Sumba hingga malaikat Eropa. Terletak pada wilayah Flores, Manggarai, Ngada, Nagekeo, Ende, Lio, Sikka. Wastra dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah kain tradisional yang memiliki makna dan simbol tersendiri yang mengacu pada

dimensi warna, ukuran, dan bahan, contohnya batik, tenun, songket dan sebagainya.

Ginting menjelaskan (2016: 427) ragam hias yang terbentuk di wilayah NTT tersebut dengan ciri masing-masing, yakni:

1) Ngada

Terkenal dengan motif *jara* atau kuda dan *nggaja* atau gajah dengan ragam hias yang cenderung terang.

2) Ngakeo

Terkenal dengan motif wajik dan matahari engan ragam hias yang berwarna merah dan kuning menyala diatas sanggan hitam atau biru legam diciptakan dengan teknik tenun ikat (*dawo nanggae*) dan sulaman (*duka wo'i*).

Menurut Wahyu Perdana Saputra (Suyarto, 2019: 3) wastra terbagi menjadi 2 yakni wastra untuk adat dan komersial. Tapi terkadang kain adat juga diperjual belikan secara bebas. Hal ini menunjukkan jika ruang lingkup wastra sangatlah luas, dari mulai wastra yang tercipta akan kebudayaan serta adat istiadat maupun tercipta atas kebutuhan perekonomian.

Wastra dalam penciptaannya memiliki fungsi bagi penciptanya, menurut Saputra (Suyarto, 2019:3) ini menjelaskan ada 2:

(1) Adat Istiadat

Wastra yang dibuat berdasarkan adat istiadat diidentifikasi sebagai keutuhan kain (kain dengan motif hias didalamnya) yang dibuat berdasarkan kebutuhan masyarakat yang penciptanya, upacara keagamaan, maupun kesepakatan bersama secara turun temurun. Beberapa wastra yang diciptakan berdasarkan adat istiadat memiliki beberapa hal yang harus diperhatikan lebih rumit, seperti dalam Sumba.

Sumba menggunakan wastra sebagai kebutuhan keagamaan dan adat istiadat dengan wanita sebagai pembuat wastra. Wanita yang membuat wastra harus dalam keadaan suci (tidak menstruasi) dengan beberapa syarat menyertainya.

Bukan hanya siapa yang menenun wastra tersebut maupun membuatnya, melainkan motif hias yang digunakannya juga memiliki makna simbolik serta makna filosofis didalamnya, dalam Ginting (2016: 427) menjelaskan makna filosofis wastra yang digunakan di Sumba. Sumba menggunakan motif hias *njara* (bentuk kuda) yang digunakan para lelaki yang melambangkan sebagai ketaan paling utama, keperkasaan, dan kewibawaan.

Sedangkan dalam adat istiadat masih dijelaskan wastra secara fungsinya (Kartiwa 2007: 136), yakni sebagai penunjuk derajat sosial, peran dan kedudukan sebagai sistem keagamaan (upacara keagamaan). Wastra sebagai penunjuk derajat sosial ini berlaku di beberapa kebudayaan yang ada di Indonesia. Wastra andil dalam kedudukan, seperti yang berlaku dalam wastra Patola. Wastra patola merupakan kain kebesaran yang dipakai oleh Sri Sultan dan Susuhunan di Keraton Yogyakarta maupun Surakarta (sebab nilai spiritualnya). Selain di keratonan, di Toraja wastra *ma'a* yang digunakan oleh pemuka adat suku Toraja, kain ini memiliki sifat sebagai spiritual keagamaan. Diyakini dalam suku Toraja kain tersebut menyimbolkan hubungan antara manusia dan nenek moyang

Wastra sebagai sistem keagamaan (upacara keagamaan), menggunakan wastra tersebut sebagai pakaian upacara keagamaan. Kain Patola adalah salah satu kain yang digunakan dalam upacara keagamaan

penduduk Flores sebagai jubah pemimpin yang memiliki kedudukan Brahmana dan Jaina. Wastra ini melambangkan kesucian dan spiritual.

(2) Komersial

Wastra yang diciptakan untuk kebutuhan komersial tidaklah hanya sekedar membuat kain dalam proses pembuatannya. Namun, pembuatan wastra secara komersial memerlukan pengetahuan yang memadai mengenai wastra secara utuh. Hal ini dibutuhkan untuk keutuhan wastra komersial yang tercipta secara otentik dan orisinal (meskipun memiliki pengaruh dari wastra adat yang sudah tercipta). Sejatinya wastra komersial adalah wastra yang dibuat untuk dijual, namun tidak lepas dari membuatnya untuk memenuhi kebutuhan *fashion*.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa wastra adalah kain tradisional tradisi maupun komersial secara utuh yang dilengkapi dengan ataupun tidak ragam hias di atasnya. Bentuk ragam hias ini dapat dipengaruhi oleh budaya dimana kain tradisional tersebut dibuat.

2.4. Desain

Desain menurut Wahyuningsih (2015: 2) menjelaskan jika desain merupakan usaha yang berkaitan dengan perancangan estetika, citra rasa, serta kreativitas. Desain tidak hanya berkaitan dengan eksplorasi visual, melainkan mencakup aspek kultural sosial, filosofi, teknis dan bisnis. Desain dalam motif erat kaitannya dengan perancangan pola karya kerajinan. Sedangkan dalam wastra desain terdapat pada pembuatan motif hias yang berletak di atasnya. Rancangan motif wastra berkaitan dengan kultural sosial, estetika dan filosofis.

Dalam desain motif wastra dibuat dari unsur garis, bidang dan warna. Motif juga dapat dikatakan sebagai ide dasar bentuk perancangan sebuah karya ornamen. Sunaryo (2008: 14) menjelaskan jika ornamen dapat

diidentifikasi melalui motif, sebab motif merupakan tema atau ide dasar yang berupa gubahan atau sebagai representasi alam secara kasat mata.

Sehingga dapat disimpulkan jika desain yang berkaitan dengan ide atau konsep motif merupakan bentuk yang tercipta dari titik, garis, bidang, dan warna dalam bentuk yang memiliki kaitan fungsional maupun simbolis. Nilai fungsional dan simbolis ini tercipta atas kultur sosial dalam masyarakat. Sehingga tercipta desain motif yang berkaitan dengan kebudayaan masyarakat sekitar.

2.5.Desain Komunikasi Visual

Wahyuningsih (2015: 2) menjelaskan, Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mempelajari tentang konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan atau gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta layout. Dengan demikian gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok menjadi sasaran penerima pesan. Oleh karena itu, fokus Desain Komunikasi Visual adalah komunikasinya.

Namun, Desain Komunikasi Visual berbeda dengan Desain Grafis. Desain Komunikasi Visual merupakan salah satu teknik berkomunikasi. Bukan hanya berkomunikasi melainkan memeberikan citra (image) terhadap sesuatu yang dikomunikasikan. Selain hal tersebut, Desain Komunikasi Visual merupakan bentuk seni terapan yang terletak pada teknologi saat ini. Perkembangan teknologi dapat menjadi dampak besar bagi keberadaan produk yang diinformasikan.

Sedangkan Desain Grafis menurut Sunarya (200:3) desain yang tidak ada kaitannya dengan komunikasi, melainkan psikologi. Hal tersebut berpengaruh pula terhadap Desain Komunikasi Visual yang sangat

komprehensif kepada masyarakat sebagai target sasaran untuk diberi informasi. Sebab dapat menyampaikan pesan atau informasi mengenai produk atau jasa.

Dalam Kusmiat dan Suptandur (1999: 70) mendefinisikan Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mempelajari tentang konsep komunikasi dan ungkapan secara kreatif yang diimplementasikan dengan mengolah elemen grafis yang terdiri atas gambar (ilustrasi), huruf, typografi, warna, komposisi dan layout. Desain Komunikasi Visual dilakukan sebagai strategi komunikasi dengan efektif guna menyampaikan informasi dalam bentuk visual terhadap target pasar.

Desain Komunikasi Visual menjadi sistem komunikasi kasat mata yang menampilkan bentuk visual terhadap manusia. Selain itu menjadikan pemenuh kebutuhan manusia untuk mendapatkan informasi. Untuk menyampaikan informasi terdapat beberapa unsur (elemen) didalamnya:

2.5.1. Unsur atau Elemen Desain Komunikasi Visual

Menurut Rakhmat Supriyono (2010:57) sebelum membentuk sesuatu desain komunikasi visual maka diperlukan unsur- unsur desain serta ketahui metode penataanya sehingga bisa menciptakan komposisi desain yang harmonis, menarik, komunikatif, serta mengasyikkan audiens, berikut ini unsur-unsur Desain Komunikasi Visual:

1) Garis (line)

Garis merupakan elemen visual yang bisa dipakai di mana saja dengan tujuan buat memperjelas serta memudahkan audiens. Garis tidak mempunyai kedalaman (depth), tetapi hanya mempunyai ketebalan serta panjang. Oleh sebab itu, garis disebut elemen satu ukuran.

Dalam desain komunikasi visual, garis tidak terikat pada ketentuan ataupun syarat dalam konsumsi garis. Walaupun tidak terdapat syarat yang mengikat, tetapi konsumsi garis dalam desain hendaknya mempunyai konsep serta tujuan. Penggunaan garis yang kurang pas cuma hendak membuat desain tampak gaduh, mengganggu komposisi, serta berpotensi membingungkan audiens.

Secara semiotika, rangkaian huruf ataupun bacaan pula dapat dimaknai bagaikan garis. Bacaan yang disusun dengan arah vertikal, diagonal, lengkung, serta melingkar, tidak hanya dapat dibaca isinya bisa pula dialami citra visualnya. Penggunaan garis butuh diperhitungkan secara teliti sehingga tidak terkesan dipaksakan. Tujuan dari desain komunikasi visual merupakan buat menyajikan data, baik verbal ataupun visual, supaya bisa ditangkap oleh audiens dengan gampang, menarik, mengasyikkan sekaligus mengesankan, Kusrianto (2007:24).

2) Bidang (shape)

Bidang ialah wujud yang mempunyai ukuran tinggi serta lebar. Bidang bisa berbentuk bentuk- bentuk geometris (bundaran, segitiga, segiempat, elips, separuh bundaran, dan sebagainya) serta bentuk- bentuk yang tidak beraturan. Bidang geometris mempunyai kesan resmi. Kebalikannya, bidang- bidang non- geometris ataupun bidang tidak beraturan mempunyai kesan tidak resmi, santai, serta dinamis, Rakhmat Supriyono (2010:55).

3) Corak (color)

Corak ialah salah satu elemen visual yang dapat dengan gampang menarik atensi audiens. Apabila pemakaian corak kurang pas hingga bisa mengganggu citra, mengurangi nilai keterbacaan,

serta apalagi bisa melenyapkan gairah. Bila bisa memakai dengan pas, corak bisa membantu menghasilkan mood serta membuat bacaan lebih berdialog.

Sumbo Tinarbuko (2009:28) menjelaskan desain publikasi yang memakai motif soft bisa mengantarkan kesan lembut, tenang, serta romantik. Sebaliknya motif kokoh serta kontras bisa memberi kesan dinamis serta cenderung meriah. Corak bisa dilihat dari 3 ukuran, 20 ialah:

a) Hue

Hue ialah pembagian warna bersumber pada nama warna, semacam merah, biru, hijau, kuning dan seterusnya. Bersumber pada hue, warna dibedakan jadi tiga kalangan, ialah:

- 1) Warna primer (primary colors) terdiri dari merah, kuning, serta biru.
- 2) Warna sekunder (secondary colors), merupakan kombinasi 2 warna primer dengan perbandingan balance (1:1), menciptakan warna oranye (merah+kuning), hijau (kuning+biru), serta ungu (biru+merah).
- 3) Warna tersier (tertiary colors), ialah campuran warna primer dengan warna sekunder, menghasilkan warna kuning-oranye, merah-oranye, merah-ungu, biru-ungu, biru-hijau, serta kuning-hijau.

Secara visual warna bisa dipecah jadi dua kalangan, ialah warna dingin serta corak panas. Warnawarna dingin, semacam hijau, biru, hijau-biru, biru-ungu, dan ungu bisa berikan kesan pasif, statis, kalem, damai, dan secara universal kurang mencolok. Kebalikannya motif panas, semacam merah, merah-

oranye, oranye, kuning- oranye, kuning, kuning- hijau, dan merah-ungu memiliki kesan hangat, dinamis, aktif, dan mengundang perhatian. Mood atau image yang dipancarkan oleh warna-warna tertentu dapat digunakan untuk memperkuat isi atau pesan, Rakhmat Supriyono (2010:56).

Sedangkan menurut Sulasmi Darmaprawira (2002:158) menjelaskan jika secara mendasar kesenian terbentuk di keraton yang menampilkan kesenian secara kompleks, mulai dari pewarnaan hingga bentuk. Maka dari itu tidak salah jika Jawa sudah megenal 11 warna yakni: *abang* (merah), biru, *njambon* (merah jambu), *deragem* (coklat), kuning, *ijo* (hijau), *ireng* (hitam), *ndok asin* (hijau kebiruan), putih, jingga, *wulung* (indigo, ungu).

b) *Velue*

Kesan dalam gambar maupun visual yang telah dibuat dengan teknik gelap terang merupakan *velue*. Memberikan perubahan pada gambar secara tua (lebih gelap) maupun lebih muda (lebih terang). Penambahan warna untuk membuat tampak muda dengan warna putih disebut dengan *tint*. Sedangkan penambahan untuk warna lebih tua dengan hitam dinamakan dengan *shade*, Rakhmat Supriyono (2010:56).

c) *Intentitas (intensity)*

Intentitas biasa dikenal dengan *brightness of color*, penyebutan ini berkaitan dengan definisi *itentitas* yang mana menjelaskan tentang gelap dan terang. Pengurangan *itentitas* warna dan penambahan warna untuk menampilkan tampak redup dan terang, Rakhmat Supriyono (2010:57).

4) Gelap-terang (value)

Value dikenal dalam desain grafis sebagai perbedaan gelap-terang. Hal ini digunakan untuk mempermudah dalam baca sebagai acuan dalam penyusunan visual. Unsur value menggunakan kontras gelap-terang yang bersifat relatif, dipengaruhi oleh *background* dan elemen-elemen lain disekitarnya.

Kontras value dalam desain komunikasi visual digunakan untuk memperlihatkan atau menonjolkan pesan atau informasi, serta citra. Berdasarkan nilai gelap-terangnya, warna dapat terbagi berdasarkan tingkat, mulai dari warna terang (putih), sangat terang (kuning), terang (kuning-oranye, kuning-hijau), sedang (merah-oranye, merah, hijau, biru-hijau), hingga warna gelap (ungu), dan paling gelap (hitam).

Secara umum, kontras gelap-terang memiliki potensi untuk mempermudah pembaca dibandingkan dengan kontras warna (hue). Desain yang dicetak gelap-terang ditentukan dengan tingkat gradasi dari mulai hitam hingga putih, yakni hitam sebagai warna paling gelap, kemudian abu-abu sebagai warna agak gelap, hingga putih yang menjadi warna terang.

5) Tekstur (texture)

Tekstur adalah halus kasarnya suatu benda, bisa permukaan hingga dalam benda. Tekstur berbicara tentang rasa saat memegang benda (raba). Konteks Desain Komunikasi Visual tekstur berhubungan dengan visualisasi yang dapat dilihat namun mewakili raba. Hal ini lebih cenderung pada pemberian kesan. Seperti contoh, kertas kosong yang diberikan aksan bercak dengan disertai gelap terang yang akan menimbulkan kesan bahwa kertas tersebut kasar.

Dalam Rakhmat Supriyono (2010, 58) menjelaskan tekstur dicontohkan dengan bidang yang memuat susunan teks (*body-text*) menggunakan ukuran 11 *point* memiliki tekstur cukup kasar, dan susunan huruf untuk judul dengan ukuran lebih besar akan memberi kesan tekstur lebih kasar. Tekstur secara visual digunakan untuk mengatur keseimbangan dan kontras. Komputer menyediakan banyak visual tekstur dan *pattern*. Namun, banyak yang tidak tertarik dengan fitur yang dibrikan computer mengenai tekstur, sebab terkesan tidak orisinil dan kreatif. Sehingga, contoh real alam sebaiknya digunakan untuk membuat kesan tekstur. Seperti contoh, permukaan kulit kau, anyaman bambu, dan benda-benda alam lainnya yang dipotret dan dijadikan kesan kasar maupun halus untuk dijadikan *background* brosur.

6) Format

Perhitungan besar-kecil pada elemen visual adalah format. Desain Komunikasi Visual perlu untuk memperhitungkan besar-kecil elemen didalamnya hal ini sebab bertujuan untuk memudahkan pembaca untuk mendapatkan informasi di dalamnya. Kemudahan baca (*legibility*) yang tinggi diperoleh dengan penyusunan elemen visual dengan skala prioritas (*visual hierarchy*), yaitu mulai dari yang penting ke kurang penting.

2.5.2. Prinsip-Prinsip Desain Komunikasi Visual

Menurut Kusrianto (2007: 56) penyusunan elemen desain lebih mengandalkan kreatifitas serta orisinitas ide. Prinsip desain pada dasarnya boleh tidak digunakan dengan pengganti "*break the rules*". *Break the rules* adalah temuan baru (trotosan baru) yang bersifat kreatif namun melanggar prinsip desain, namun dapat menarik masa. Sebab

pada dasarnya Desain Komunikasi Visual memerlukan target untuk meihat atau “*look at me?*”.

Penciptaan desain yang menyimpang dari prinsip desain bertujuan untuk mendapatkan ide yang lebih liar. Ide liar hingga spektakuler yang tidak disangka (*unexpected*) tetap memperhatikan nilai keterbacaan (*readability*). Sehingga tujuan untuk menyampaikan informasi dapat dicapai pencipta desain. Prinsip pada Desain Komunikasi Visual terdiri dari beberapa bagian, yakni keseimbangan (*balance*), tekanan (*emphasis*), Irama (*rhythm*), Kesatuan (*unity*).

2.5.3. Pengaplikasian Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual sebagai sarana yang memberikan informasi secara komunikatif dan mudah untuk dipahami. Desain Komunikasi Visual digunakan untuk memperbaharui atau memperluas ilmu dan wilayah kerja kreatif dalam desain grafis. Ranah Desain Komunikasi Visual bersifat komunikasi yang menggunakan bentuk visual (dapat dilihat), seperti desain grafis, iklan dan desain multimedia interaktif.

a) Desain grafis

Desain grafis berhubungan dengan konteks *layout* atau tata letak dan komposisi, bukan seni grafis secara murni. Desain grafis memiliki ruang lingkup dalam branding suatu benda, perorangan, kelompok maupun perusahaan. Area kerja desain grafis meliputi, stationary kit, profil usaha, desain grafis (lingkungan, industri), penerbitan, sampul album, kalender, stiker, huruf (tipografi), ilustrasi dan komik.

b) Desain Iklan

Desain Iklan atau biasa disebut dengan *advertising* dalam desain (bukan komunikasi marketing) dan penciptaan merek atau aktivitas *branding*. Desain iklan memiliki ruang lingkup dalam kampanye iklan komersial, perancangan iklan layanan masyarakat yang melibatkan media seperti media iklan lini atas (*above the line advertising*), media iklan lini bawah (*below the line advertising*), new media (*ambient media, guerillas advertising, theatrical advertising, dan adman*).

c) Desain Multimedia Interaktif

Desain Multimedia Interaktif Desain multimedia interaktif dipelajari dalam konteks tampilan serta aksesoris desain, bukan interaksi manusia dengan pc. Animasi dipelajari dalam konteks penciptaan gerak yang menarik, bukan buat bertutur serta menceritakan. Cakupan daerah kreatif desain multimedia interaktif di antara lain meliputi: animasi 3D, motion graphic, fotografi, sinetron, audio visual, program kegiatan tv, film dokumenter, film layar lebar, video klip, website desain, serta CD interaktif. 36 Dengan demikian sejatinya konsentrasi utama desain komunikasi visual merupakan desain grafis.

Penampilan sehari-hari desain komunikasi visual cuma terdiri atas 2 faktor utama: verbal (tulisan) serta visual (foto tangan, fotografi, ataupun image olahan pc grafis). Dalam konteks ini, bagi Andi S Boediman, penekanannya pada segi visual. Namun dalam perkembangannya supaya desain grafis terlindung dalam bentangan payung desain komunikasi visual, hingga butuh dilengkapi serta

ditunjang dengan sebagian bidang ilmu sosial yang bertabiat wacana ataupun praktis (Boediman, 2004: 37)

Dapat disimpulkan berdasarkan teori yang telah ditulis bahwa, Desain Komunikasi Visual merupakan komunikasi dalam bentuk visual sehingga lebih mudah untuk diterima oleh berbagai lapisan masyarakat. Dalam penerapannya, Desain Komunikasi Visual mengutamakan unsur visual karena bentuk gambar yang dapat dilihat menyampaikan pesan secara cepat, sehingga unsur-unsur yang dapat dikatakan sebagai nilai estetika dalam bentuk yang kasatmata perlu untuk diikutsertakan dalam Desain Komunikasi Visual.

2.6.Motif dalam Desain Komunikasi Visual

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi jika motif merupakan suatu karya yang dapat dinikmati secara visual atau kasat mata. Diluar hal tersebut, motif juga sebagai media informasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Sebab pada zaman sebelum kemerdekaan, motif ini digunakan sebagai media informasi, bentuk ekspresi informasi yang kaitannya dengan keagamaan. Motif bentuk ini dibuat berdasarkan kebutuhan yang dilegitimasi masyarakat yang berada di sekitar motif itu terbentuk hingga menjadi suatu kebudayaan.

Tentu motif secara garis besar tidak begitu jauh dengan makna Desain Komunikasi Visual yang juga merupakan gambar yang menyampaikan informasi didalamnya, bukan hanya sebagai keindahan melainkan memiliki maksud dan tujuan yang jelas. Desain Komunikasi Visual dimaknai sebagai perancangan gambar yang diikuti dengan komunikasi terhadap orang yang akan diajak berkomunikasi dengan tujuan memberikan informasi.

Sehingga motif dalam Desain Komunikasi Visual merupakan karya visual (gambar) yang memiliki tujuan sebagai informasi maupun sebagai

simbol yang telah dikemas dalam suatu budaya yang berkembang di lingkungannya. Secara tidak langsung, motif dapat dikatakan sebagai karya dalam Desain Komunikasi Visual, sebab berdasarkan teori yang telah dituliskan motif berupa gambar yang memiliki maksud serta mempunyai pesan yang terkandung didalamnya.

Dalam mencapai tujuan kajian yakni memahami tentang pesan atau informasi yang terkandung dalam karya motif Wastra Cakramanggilingan memerlukan pisau bedah berupa teori yang relevan. Teori analisis semiotika yang dikemukakan oleh Charles Morris relevan untuk mengungkap pesan yang terkandung dalam motif Wastra Cakramanggilingan.

