

## **Warna**

Oleh Ni Luh Desi In Diana Sari

Pemilihan warna adalah merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menentukan respon dari calon pemakai. Warna adalah hal yang pertama dilihat oleh seseorang (terutama warna background). Warna akan membuat kesan atau mood untuk keseluruhan gambar atau grafis, warna merupakan unsur penting dalam grafis karena dapat memberikan dampak psikologis kepada orang yang melihat. Warna mampu memberikan sugesti yang mendalam kepada manusia.

Dalam komunikasi grafis penggunaan warna perlu disusun dan ditata secara tepat sehingga menimbulkan suasana mempengaruhi luas kehidupan manusia sekaligus sebagai lambang psikologis. Warna juga bersifat case sensitif meskipun secara universal penggunaan warna – warna dibidang komunikasi grafis telah diakui namun warna erat kaitannya dengan latar belakang budaya sebuah bangsa atau komunitas tertentu yang mungkin memberikan penilaian berbeda untuk penggunaan warna – warna yang berbeda. Sebagai contoh, warna merah jangan digunakan untuk kemasan produk yang dijual di Saudi Arabia karena nilai budaya setempat meyakini bahwa warna merah adalah haram karena identik dengan darah.

Untuk mencapai desain warna yang efektif bisa dimulai dengan memilih warna bisa mempresentasikan tujuan daripada media komunikasi grafis yang dibuat. Palet warna yang dibuat sebaiknya cocok dengan tujuan atau pesan yang ingin disampaikan. Sebagaimana misalnya anda ingin mendesain media grafis untuk anak – anak TK, maka ada baiknya anda memilih warna – warna cerah untuk membuat suasana ceria. Sementara untuk membuat situs komunitas dapat dipergunakan warna – warna hangat agar menimbulkan suasana yang lebih santai. Sebaliknya jika anda bermaksud untuk menonjolkan penyajian informasi, dimana content akan mendominasi, maka sebaiknya dipergunakan warna – warna sederhana dan tidak mengganggu. Misalnya, jangan menggunakan background kembang – kembang dengan warna yang mencolok.

Dalam sebuah desain, komposisi warna sangat penting. Komposisi berarti to compose, yang berarti mengarang, menyusun, atau mengubah. Johannes Itten dalam buku *The Elements of Color* 1970 pada halaman 91 menyatakan : *“To compose in color means to juxtapose two or more colors in such a way that they jointly produce a distinct and distinctive expression. The selection of hues, their relative situation, their locations, and orientations, within the composition their configurations or simultaneously pattern their extensions and their contrast relationships are decisive factors of expression.”*

Artinya, Efek sebuah warna dalam komposisinya ditentukan oleh situasi karena warna selalu dilihat dalam hubungannya dengan lingkungannya. Warna yang dikeluarkan dari lingkarannya akan memiliki kekuatan sendiri. Kualitas dan kuantitas keluasannya merupakan faktor yang sangat menunjang. (Pujiriyanto, 2005:43)

### **Arti dan fungsi warna**

Dalam Bahasa Indonesia, warna merupakan fenomena yang terjadi karena adanya tiga unsur yaitu Cahaya, Objek, dan observer (dapat berupa mata kita ataupun alat ukur). Didalam ruang yang gelap dimana tidak ada cahaya, kita tidak bisa mengenali warna. Demikian juga jika kita menutup mata, maka kita tidak dapat melihat warna suatu objek, sekalipun ada cahaya. Begitu juga halnya bila tidak ada suatu objek yang kita lihat maka kita pun tidak bisa mengenali warna. (Dameria,2007:10)

Warna memiliki fungsi dan arti yang berpengaruh secara psikologi terhadap seseorang yang melihatnya. Hal ini dikenal dengan asosiasi warna (simbol). Psikologi warna akan dibahas secara khusus karena memiliki peranan penting dalam penggunaan grafis untuk kepentingan pembelajaran. Penyajian grafis dengan warna akan menimbulkan terjadinya sensasi warna bila ada cahaya. Sensasi adalah rasa yang berhubungan dengan mata karena sifatnya yang visual. Cahaya merangsang retina, menyebabkan sensasi warna.(Graves, 1959 : 321). Namun sensasi warna bisa juga disebabkan oleh hal selain cahaya, seperti tekanan keras pada bola mata, pusing/mabuk, atau kilatan listrik. Dengan demikian merupakan sesuatu hal yang penting untuk memperhatikan kemampuan visual setiap individu didalam pembelajaran.

Secara psikologis warna memiliki efek terhadap manusia, karena selain menimbulkan sensasi juga menimbulkan rasa senang dan tidak senang sehingga penggunaan warna dalam penyajian bahan pelajaran perlu memperhatikan faktor – faktor tersebut. Setiap warna dapat menimbulkan respon psikologis yang berbeda – beda, namun secara umum hubungan psikologis antara warna dengan manusia dapat dilihat dalam tabel berikut :

| <b>Warna</b>  | <b>Respon Psikologi</b>  | <b>Catatan</b>   |
|---------------|--|--|
| <b>Merah</b>  | Power, energi, kehangatan, cinta, nafsu, agresif, bahaya                                 | Warna merah kadang berubah arti jika dikombinasikan dengan warna lain. Warna merah yang dikombinasikan dengan hijau akan menjadi simbol natal. Merah jika dikombinasikan dengan putih akan mempunyai arti "bahagia" dalam lingkungan budaya oriental.  |
| <b>Biru</b>   | Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, keteraturan.                  | Banyak digunakan sebagai warna pada logo bank di Amerika Serikat untuk memberikan kesan "Kepercayaan"  |
| <b>Hijau</b>  | Alami, sehat, keberuntungan, pembaharuan.  | Warna hijau tidak terlalu sukses untuk ukuran global. Di Cina dan Perancis, kemasan dengan warna hijau tidak begitu mendapat sambutan. Tetapi di Timur Tengah, warna hijau sangat disukai. Sebaliknya disini warna merah tidak disukai karena identik dengan darah, yang dalam pandangan mereka haram. |
| <b>Kuning</b> | Optimis, harapan, filosofi, ketidak-jujuran, pengecut (untuk budaya Barat), penghianatan | Kuning adalah warna keramat dalam agama hindu  |

|                    |  |   |
|--------------------|--|---|
| <b>Ungu/Jingga</b> | Spiritual, misteri, kebangsawanan, transformasi, kekasaran, keangkuhan               | Warna ungu sangat jarang ditemui di alam  |
| <b>Oranye</b>      | Energi, keseimbangan, kehangatan.  | Menekankan sebuah produk yang tidak mahal.  |
| <b>Coklat</b>      | Tanah/bumi, realibility, confort, daya tahan   | Kemasan makanan di Amerika sering memakai warna coklat dan sangat sukses, tetapi di Kolumbia, warana coklat untuk kemasan kurang begitu membawa hasil.            |
| <b>Abu- Abu</b>    | Intelek, masa depan (seperti warna milenium), kesederhanaan, kesedihan.              | Warna abu – abu adalah warna yang paling gampang/mudah dilihat oleh mata  |
| <b>Putih</b>       | Kesucian, kebersihan, ketepatan, ketidak besalahan, steril, kematian.                | Di Amerika, warna putih melambangkan perkawinan(gaun pengantin berwarna putih, tapi di banyak budaya Timur (terutama India dan Cina) putih melambangkan kematian. |
| <b>Hitam</b>       | Power, Seksualitas, kecanggihan, kematian, misteri, ketakutan, kesedihan,keanggunan. |   |

Tidak hanya palet warna harus *match* dengan kandungan pesan yang akan disampaikan, tetapi juga harus sesuai dengan budaya, karakteristik, dan tingkat perkembangan calon pemakai.

Jadi penggunaan warna yang cocok juga harus didukung oleh pemahaman tentang arti warna tersebut di demografi sasaran.

Walaupun penggunaan warna tidak terbatas hanya pada warna – warna utama, tetapi warna – warna utama inilah yang mengekspresikan secara cepat “objektif dari sebuah media komunikasi visual atau media komunikasi grafis. (Pujiriyanto, 2005:43)