



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Animasi

Menurut Withrow (2009), Animasi merupakan sebuah seni yang ‘bernapas’ menjadi sebuah gambar (hlm. 10). Animasi diawali dengan adanya lukisan binatang pada dinding gua yang berumur sekitar 35.000 tahun. Lukisan itu berupa seekor babi yang memiliki 4 pasang kaki yang seakan digambarkan sedang bergerak. Lalu gambar tersebut dikembangkan menjadi lukisan-lukisan manusia ataupun dewa yang dibuat di Yunani dan Mesir. Setelah tahun 1800, animasi mulai memberikan konsep ilusi dengan menggunakan rangkaian gambar yang digerakan cepat dan menghasilkan suatu gerakan yang tidak terputus dengan menggunakan alat-alat seperti *Zoetrope*, *Thaumatrope*, *Phenakistoscope* dan *Flipper Book* (Williams, 2001, hlm. 11-15). Animasi tersebut memiliki gambar suatu rangkaian gerakan yang apabila ditampilkan dengan cepat akan menghasilkan suatu ilusi gerakan optic dikarenakan adanya fenomena ‘*persistence of vision*’ atau dapat diartikan menjadi persistensi visual. Persistensi visual ini digunakan oleh beberapa penemu seperti Lumiere bersaudara dan Thomas Alva Edison (Withrow, 2009, hlm. 10)

Williams (2001) memberikan penggambaran bahwa dalam animasi gambar apapun dapat menjadi hal penting dalam pembuatan animasinya. Sehingga maupun hanya berupa *stickman* ataupun ilustrasi yang rumit, suatu gambar dapat menjadi sebuah animasi apabila memberikan suatu cerita visual dengan adanya rangkaian gerakan pada gambar tersebut. Hal ini dikarenakan animasi memberikan suatu realitas dunia

yang disajikan kepada para penonton. Aspek yang diberikan dapat berupa pemahaman, perasaan emosional maupun cara hidup yang didasarkan pada apa yang sudah ada. Sehingga apa yang dilihat dan dirasakan oleh para penonton seperti nyata dan hidup dalam dunianya (hlm 23-32).

Setiap animasi selalu memiliki suatu konsep ruang lingkup dunianya masing-masing. Dalam konsep tersebut, segala aspek seperti *who, what, when, where, why and how* haruslah matang pembuatannya. Hal ini dikarenakan dengan adanya suatu batasan dan dasar dari kisah yang akan dibuat, semua aspek dapat lebih terarah ke satu tujuan dan mampu berkolaborasi. Kisah yang dibuat pun dapat diciptakan hanya dengan konsep yang simpel seperti singa di Afrika pada film *Lion Kings* ataupun konsep yang tidak diduga oleh para penonton seperti tikus yang menjadi koki dari film *Ratatouille*. Tidak hanya dengan konsep saja, animasi harus memiliki suatu premis untuk menyimpulkan kisah dari film tersebut. Sehingga untuk memiliki animasi yang baik, segala aspek harus memiliki dasar dan terhubung satu sama lain (Hahn, 2008, hlm 15-16).

2.2. Tokoh

Tokoh yang merupakan penggerak cerita adalah titik fokus dari suatu film. Menurut Cohen (2006) dengan film sebagai alat komunikasi ide secara visual, sebuah tokoh sangatlah penting untuk menarik perhatian dan membuat memori pada audiensnya. Sehingga tokoh yang diciptakan haruslah diciptakan dengan memiliki ciri khas baik dari segi *personality*, fisik ataupun sosiologinya (hlm. 1).

2.2.1. *Archetype*

Dalam setiap tokoh terdapat keberagaman sifat-sifat yang beragam dan berbeda satu sama lain. Sehingga diciptakanlah sebuah *archetype* untuk mengategorikan setiap tokoh-tokoh yang dibuat. Berdasarkan dari penelitian Tillman (2011), *archetype* mempresentasikan kepribadian dan sifat dari suatu tokoh yang diidentifikasi oleh manusia. *Archetype* berdasarkan perannya dibagi menjadi 6 jenis sebagai berikut:

1. *The hero*

Hero adalah seorang yang memiliki sifat berani, mau membantu sesamanya tanpa pamrih dan kuat. *Hero* merupakan *archetype* yang sangatlah dibutuhkan dalam setiap cerita. Pada umumnya *hero* memiliki bentuk tubuh yang kuat dengan postur tubuh yang tegap dan tegas. Tokoh – tokoh dengan *archetype hero* biasanya akan memulai suatu perjalanan baru untuk menemukan jati dirinya. Contoh animasi yang memiliki mengaplikasikan *archetype hero* yang jelas adalah *The Incredibles* (Disney, 2004).



Gambar 2. 1. The Incredibles Character Design

(<https://chipandco.com/incredibles-2-out-now-and-full-of-extras-328327/>)

2. *The shadow*

Shadow adalah seseorang yang menjadi lawan utama dari *hero* dalam keseluruhan cerita. *Shadow* diciptakan paling mendalam insting hewani manusia zaman dahulu. *Shadow* digambarkan sebagai tokoh yang kejam, misterius, tidak sependapat dengan dunia dan jahat. Pada umumnya seorang tokoh dengan *archetype shadow* memiliki suatu pengalaman buruk mendalam yang membuatnya menjadi seorang yang menentang dunia. Contoh animasi yang menggambarkan tokoh dengan *archetype shadow* yang baik adalah *Spies in Disguise* (Blue Sky Studios, 2019).



Gambar 2. 2. Spies in Disguise Character Design
(<https://www.pinterest.es/pin/384494886938831143/>)

3. *The fool*

Fool adalah seorang tokoh yang memiliki keadaan yang membingungkan dan selalu terjebak di situasi yang tidak menyenangkan. *Fool* memiliki peran untuk menguji tokoh utama dalam melakukan bertindak yang akan menampilkan bagaimana karakter tokoh utama tersebut. Biasanya *fool* akan memiliki postur tubuh yang konyol ataupun terlihat lebih ceroboh. Contoh animasi dengan tokoh *archetype fool* yang baik adalah *Klaus* (SPA Studio, 2019).



Gambar 2. 3. Klaus Character Design

(<http://lines286.rssing.com/browser.php?indx=7916833&last=1&item=10>)

4. *The anima/animus*

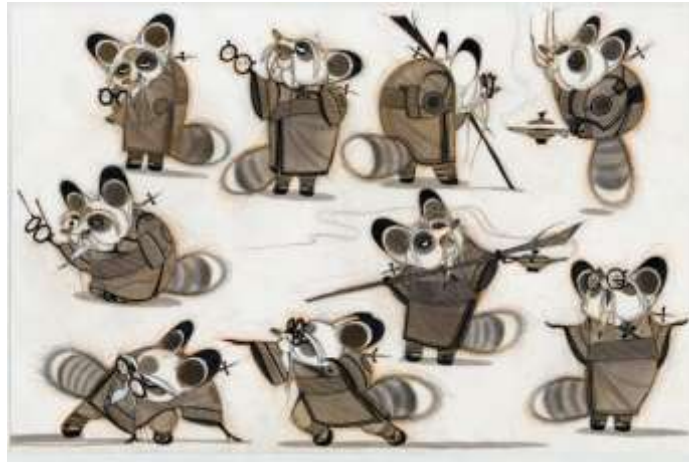
Anima diciptakan sebagai lawan jenis dari tokoh utama. *Anima* merepresentasikan hasrat seksual dari karakter utama. Pada umumnya *anima* diciptakan menjadi seseorang yang diidamkan tokoh utama ataupun para pembaca. Hal ini dikarenakan *anima* diciptakan untuk menarik perhatian para penonton untuk mengikuti cerita. Sehingga terhubunglah sebuah koneksi emosi yang kuat dalam kisah yang diberikan. Contoh animasi yang memiliki penggambaran tokoh dengan *archetype anima* yang kuat adalah *Aladdin and the King of Thieves* (Disney, 1994).



Gambar 2. 4. Aladdin and the King of Thieves Character Design
(<https://www.deviantart.com/jozef-szekeres/art/Jasmine-King-Of-Thieves-Jozef-Szekeres-328322724>)

5. *The mentor*

Mentor adalah seorang tokoh yang memiliki ilmu pengetahuan yang dibutuhkan oleh tokoh utama yang kemungkinan tidak ingin mendengarnya. *Mentor* memegang peranan besar untuk membuat tokoh utama memiliki seluruh kemampuan potensialnya. *Mentor* memiliki karakteristik yang serupa dengan orang tua. Pada umumnya seorang *mentor* digambarkan sebagai seseorang yang sudah tua dikarenakan ciri-cirinya yang bijaksana. Contoh animasi yang menggambarkan tokoh *mentor* yang baik adalah *Kung Fu Panda* (Dreamworks, 2008).



Gambar 2. 5. Kung Fu Panda Character Design

(https://nevalalee.wordpress.com/2010/12/16/the-legend-of-miyamoto/kung_fu_panda/)

6. *The trickster*

Trickster merupakan seorang tokoh yang membuat tokoh utama untuk selalu melakukan perubahan. Tokoh *trickster* bisa berada di pihak yang baik ataupun yang jahat dengan menyesuaikan kebutuhan sang tokoh. *Trickster* sebagai seorang tokoh yang manipulatif dapat membuat keraguan pada pikiran sang tokoh utama. Sehingga keberadaan *trickster* sangatlah penting karena tindakan tokoh *trickster* akan mempengaruhi tokoh utama dengan caranya menyelesaikan masalah pada cerita. Contoh film dengan penggambaran tokoh *trickster* yang baik adalah *Klaus* (SPA Studio, 2019).



Gambar 2. 6. Klaus Character Design
(<http://lines286.rssing.com/chan-7916833/latest.php>)

Dengan adanya dasar *archetype* seperti ini, tidak semua tokoh dapat sesuai dengan peran stereotypenya. Tokoh utama pada cerita tidaklah harus menjadi seorang tokoh dengan *archetype hero*. Untuk menambah kompleksitas tokoh, penggabungan *archetype* dapat dilakukan untuk membuat tokoh menjadi lebih menarik. Akan tetapi hal ini dapat membuat cerita membingungkan. Sehingga suatu *archetype* pada tokoh dapat berubah sesuai dengan jalan cerita tokoh tersebut. Maka dari itu seorang tokoh akan memiliki sesuatu baru yang didapat pada akhir cerita (hlm. 11 – 23).

Akan tetapi untuk membuat sebuah tokoh yang konsisten, diperlukanlah *archetype* sebagai sebuah acuan atau dasar untuk membuat sebuah tokoh lebih terarah. Hal ini dikarenakan oleh seorang tokoh yang tidak hanya memiliki sebuah pribadi yang unik melainkan juga dengan penggambaran visual yang dapat menceritakan tokoh tersebut tanpa diiringi oleh adanya narasi. Dengan visualisasi pada tokoh yang disesuaikan, hal ini dapat membuat suatu ciri khas atau keunikan yang dimiliki

tokoh tersebut. Sehingga tokoh yang dapat dikenal dan dipahami hanya dengan memperhatikan visualnya saja.

Hal ini dapat dicontohkan melalui animasi yang diciptakan oleh Disney seperti *Wreck it Ralph* (Disney, 2012) yang memiliki tokoh-tokoh yang kuat dalam menciptakan tokoh-tokoh yang memiliki visualisasi tokoh berdasarkan *archetype* yang kuat. Pada gambar dibawah ini, Ralph sebagai tokoh dengan *archetype hero* memiliki bentuk tubuh yang kuat dan tegas. Walaupun Ralph diceritakan sebagai seorang *villain* pada awal cerita, tetapi ia merupakan *hero* dikarenakan dirinya yang mencari jati diri dan belajar untuk memahami dirinya sebagai seorang individu. Postur dan gerakan yang dimiliki Ralph dapat digambarkan sebagai seorang yang tegas dan kuat dengan pose seperti gambar dibawah. Lalu pada tokoh Venellope yang berada di sebelah Ralph, ia merupakan tokoh dengan *archetype anima* yang memiliki desain yang kontras dengan Ralph yang lebih difokuskan pada sosok yang kuat dan tegas. Ia yang menjadi *partner* Ralph dengan sifat yang ramah dan jenaka. Hal ini divisualisasikan melalui bentuk Venellope yang lebih bulat dan ekspresi-ekspresi yang menunjukkan sisi kekanak-kanakannya. Warna yang dipilih pun disesuaikan dengan psikologi dari tokoh tersebut. Sehingga terdapat suatu ciri khas pada tokoh tersebut.



Gambar 2. 7. Wreck it Ralph Character Design

(<https://characterdesignreferences.com/art-of-animation-3/wreck-it-ralph>)

Dengan tokoh yang mengacu pada *archetype* yang dipilih, tokoh tersebut dapat mengkombinasikan *archetype*-nya dengan sifat-sifat yang berlawanan dengan *stereotype archetype* yang dimilikinya. Hal ini dapat dilihat dari tokoh pada animasi *Megamind* (Dreamworks, 2010) yang tokoh utamanya memiliki desain yang benar—benar tidak seperti superhero pada umumnya. Hal ini dikarenakan oleh psikologi dari tokoh tersebut yang walaupun digambarkan licik dan pintar namun mau berubah menjadi lebih baik. Sehingga walaupun ia terlihat jahat, ia memiliki sifat yang peduli terhadap temannya. Maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya *archetype*, seorang tokoh dapat memiliki panduan baik dalam desain, psikologis ataupun aspek-aspek lainnya (Wang, 2018, hlm.4-5).



Gambar 2. 8. Megamind Character Design

(<https://characterdesignreferences.com/art-of-animation-1/art-of-megamind>)

2.2.2. *Three Dimensional Structure*

Dalam membuat suatu tokoh, Ballon (2005) berpendapat bahwa terdapat suatu dimensi-dimensi yang merupakan variabel-variabel kehidupan setiap manusia. Hal ini dikarenakan suatu tokoh harus memiliki sesuatu yang menjadi kisah dan ciri-ciri dari suatu tokoh. Tidak hanya dari penampilan tetapi juga dari dalam.

Dimensi tersebut dibagi menjadi sebagai berikut:

1. *Physiology*

Physiology adalah dimensi fisik dari suatu tokoh yang mencerminkan bagaimana ia berpenampilan, postur tubuhnya, ras, jenis kelamin, usia serta keadaan fisik lainnya.

2. *Psychology*

Psychology adalah dimensi cara tokoh berpikir tentang masalah kehidupannya, kemampuannya serta apa yang menjadi karakternya.

3. *Sociology*

Sociology adalah dimensi bagaimana seorang tokoh dipandang dan berperan dalam kehidupannya bermasyarakat serta kebangsaannya (hlm. 67 – 70).




2.3. Perancangan Tokoh

Menurut Disney (seperti dikutip oleh Thomas dan Johnston, 1981), setiap tokoh yang diciptakan haruslah diketahui secara dalam untuk diciptakan. Setiap hal haruslah mencerminkan apa yang menjadi jati diri dari tokoh tersebut. Hal tersebut dapat meliputi psikologi, fisiologis maupun sosiologis dari tokoh tersebut. Namun hal tersebut harus dinyatakan dalam bentuk visual yang bisa menceritakan segalanya. Sehingga dengan melihat saja sudah dapat memberikan informasi yang diperlukan (hlm 393-395).

2.3.1. Bentuk

Dalam perancangan tokoh, Bishop (2019) mengungkapkan bahwa sebuah tokoh yang diciptakan haruslah mampu mengkomunikasikan suatu bahasa bentuk visual. Bahasa bentuk visual itu sendiri merupakan bahasa yang menggunakan bentuk-bentuk dasar sebagai komunikasi tentang sebuah gambaran. Dalam bentuk dasar ini, terdapat tiga bentuk utama yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. 1. Tabel Makna dari Bentuk Dasar

Bentuk	Arti
	Berbahaya, tidak stabil, tajam
	Tegas, disiplin, dapat dipercaya, ceroboh
	Baik, aman, feminine, lembut

Dalam membuat bentuk yang unik, setiap tokoh diharuskan untuk menonjolkan sebuah bentuk dasarnya sehingga tercipta suatu tokoh yang mampu memberi pesan yang diinginkan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan desain tokoh dibawah ini yaitu tokoh pada animasi *The Book of Life* (2014). Pada tokoh Maria, ia digambarkan dengan panggul yang lebar dan pinggang yang ramping untuk menonjolkan kesan feminin pada tokoh tersebut. Sedangkan pada tokoh Manolo, ia digambarkan dengan pundak yang lebar dan berbentuk seperti segitiga terbalik untuk menonjolkan sisi perkasanya.



Gambar 2. 9. The Book of Life Character Design
(Del Toro, 2014)

Akan tetapi untuk menciptakan seorang tokoh yang kompleks secara sifat, ia digambarkan dengan aksen bentuk-bentuk lainnya. Hal ini dapat ditunjukkan pada desain tokoh diatas, Manolo dan Joaquin memiliki perbedaan walaupun digambarkan dengan bentuk segitiga terbalik yang hampir serupa. Hal ini dikarenakan Manolo memiliki aksen membulat pada setiap ujungnya untuk menonjolkan sisi lembutnya. Sedangkan Joaquin yang walaupun memiliki sisi bersudut, ia digambarkan sebagai sosok yang kuat namun ceroboh. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variasi bentuk pada tokoh berperan sangat penting dalam menyampaikan sifat seorang tokoh (hlm.1-7).

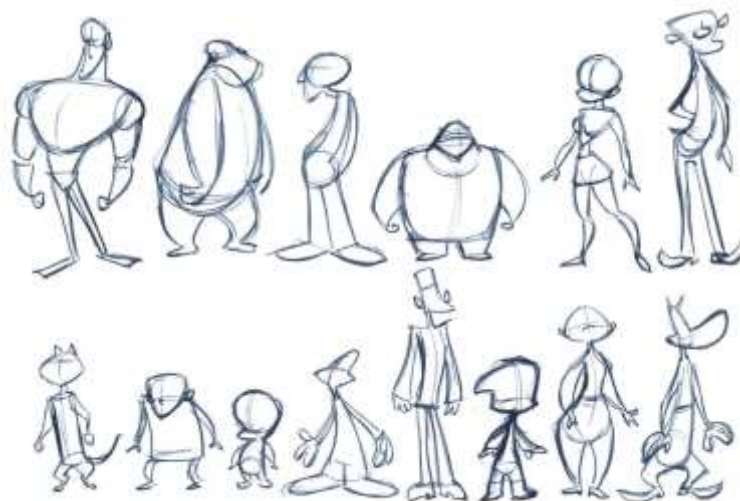
2.3.2. Proporsi

Berdasarkan dari Cohen (2011), ia berpendapat bahwa setiap tokoh memiliki cara untuk dikenali dengan membuat perbedaan pada proporsi pada bentuk tubuhnya. Hal ini dikarenakan setiap tokoh dapat digambarkan dengan variasi bentuk yang ditonjolkan dengan ukuran-ukuran yang berbeda-beda. Gambar-gambar tersebut disesuaikan dengan ciri-ciri dari aspek non fisik dari tokoh seperti *archetype* ataupun *three dimensional character* tokoh. Apabila tokoh yang diinginkan memiliki imej yang kuat, pundak tokoh dapat diperlebar ataupun bentuk tubuh keseluruhan yang besar dan kokoh. Sedangkan tokoh yang ingin memiliki imej yang lucu dapat diperbesar bentuk wajahnya serta diperkecil bentuk tubuhnya.



Gambar 2. 10. Contoh Gambar Proporsi bentuk tubuh yang divariasikan
(<https://learn.toonboom.com/modules/character-design/topic/character-design-basic-steps>)

Untuk menciptakan suatu tokoh, terdapat sebuah proporsi ukuran tokoh untuk membuat penggambaran yang distandarkan dengan ukuran dari tokoh tersebut. Pada umumnya, seorang tokoh bila digambarkan secara realistis memiliki 5-7 lingkaran kepala. Namun untuk menciptakan bentuk tokoh yang bervariasi dan kontras sifatnya, proporsi tersebut dapat divariasikan sesuai dengan kebutuhannya. Bila ingin memberikan kesan tokoh yang menggemaskan, tokoh dapat digambarkan sebesar kurang lebih 3 lingkaran kepala dengan kepala umumnya lebih besar ketimbang bagian tubuh lainnya serta 8 lingkaran kepala atau lebih untuk menggambarkan sosok tokoh yang sangat kuat atau sempurna seperti model ataupun *superheroes*. Tidak hanya itu saja, tokoh yang ingin digambarkan dengan kontras dapat tidak harus sebesar dengan ukuran lingkaran kepala. Sehingga ukuran tubuh dapat menjadi sangat besar dengan kepala kecil ataupun kepala sedang dengan kaki yang sangatlah panjang (hlm.14-17).



Gambar 2. 11. Contoh Gambar dengan ukuran lingkaran kepala yang divariasikan
(<http://v2.kase.ca/product/fundamentals-of-character-design/>)

2.3.3. Kostum

Menurut Brewster dan Shafer (2011), kostum adalah suatu bentuk ekspresi sebuah tokoh dan menjadi bagian penting dalam menceritakan suatu pengalaman hidup. Semua yang ditampilkan pada layar adalah kostum baik pakaian dalam, sepatu, aksesoris, rambut ataupun hiasan pada kepala. Hal ini dikarenakan kostum dapat memberikan suatu koneksi untuk penonton dengan tokoh-tokoh pada cerita yang berkontribusi dalam memberikan suatu pengalaman hidup. Kostum yang dalam pembuatannya adalah suatu bentuk produk seni rupa yang memiliki arti yang jelas untuk apa yang ingin dicapainya. Dalam pembuatan kostum terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pembuatannya, yaitu:

1. Waktu dan periode

Kostum dalam pembuatannya haruslah sesuai dengan apa yang ada pada zaman tersebut. Hal ini dikarenakan untuk membuat kostum yang realistis diperlukan suatu validasi dengan bukti-bukti yang ada di zaman tersebut.

2. Lokasi

Setiap daerah-daerah pada umumnya memiliki pakaian khasnya masing-masing. Hal ini dikarenakan perbedaan geografis, ideologis dan budaya setiap daerah tidaklah serupa. Sehingga motif-motif, bahan dasar hingga bentuk pakaiannya memiliki ciri khasnya masing-masing daerah.

3. *Mood*

Mood adalah suatu ekspresi perasaan yang dipancarkan oleh sang tokoh dalam filmnya. Hal ini dapat diperlihatkan dengan pemberian warna, jenis pakaian ataupun elemen-elemen lainnya. Sehingga dengan hal ini, perasaan setiap tokoh dapat lebih mendalami.

4. Tema

Tema dari kostum adalah hasil realisasi dari suatu pemikiran atau konsep dari cerita. Dengan tema yang diberikan, suatu kostum dapat dilebih-lebihkan keadaannya sesuai dengan tema. Sehingga kostum yang diciptakan akan lebih mendalami keadaan pada kisah tersebut.

5. Style

Style adalah bagaimana suatu kisah diceritakan atau diperlihatkan. Dengan style yang diinginkan, suatu kostum tidaklah harus realistis dengan keadaan yang sebenarnya. Hal ini dikarenakan oleh kostum yang digunakan sebagai simbolisasi suatu hal dapat mengubah konsep-konsep realistis sesuai dengan kebutuhan sang pembuat cerita (hlm. 152-160).

Untuk menciptakan kostum yang baik, sebuah kostum haruslah memiliki dua titik focus; yaitu titik artistic serta titik teknis pada sebuah kostum. Hal ini dikarenakan sebuah kostum diharuskan untuk tidak hanya mampu memberikan suatu kisah tokoh, namun juga sesuai dengan kebutuhan atau waktu penggunaannya. Tidak

hanya itu saja, sebuah kostum haruslah mampu menjawab fakta-fakta ataupun kejadian yang terjadi berdasarkan kisah yang sedang terjadi. Sehingga diperlukan sebuah analisis yang tidak hanya mencakup pada material, warna dan desain kostumnya namun juga dapat menyampaikan visi yang diinginkan sesuai dengan referensi (Brewster dan Shafer, 2011, hlm. 165-170).

2.3.4. Warna

Nieminen (2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dalam setiap tokoh diaplikasikan warna yang sudah diteliti akan memberikan suatu pendalaman dalam tokoh tersebut. Hal ini dikarenakan oleh warna yang tidak hanya memberi keindahan secara visual saja, namun juga dikarenakan oleh fungsi warna yang mempengaruhi pemikiran para audiens. Dalam penciptaannya, pemilihan warna pada setiap tokoh haruslah bersifat subjektif. Sehingga setiap warna yang dipilih akan menyesuaikan dengan psikologi setiap tokoh dan dapat mencerminkan apa yang menjadi ciri-ciri dari tokoh tersebut (hlm. 32 - 33).

Dalam memberikan desain yang menarik, warna sebagai suatu elemen yang mencerminkan variasi dibagi menjadi tiga dimensi yaitu:

a. *Hue*

Hue merupakan warna dasar

b. *Chroma*

Chroma merupakan intensitas dari suatu warna yang biasa disebut *saturation*. Warna tersebut bila semakin tinggi saturasinya akan semakin *berwarna* atau *vibrant* dan bila semakin rendah akan menjadi *monochromatic* atau pudar.

c. *Value*

Value merupakan terang maupun gelap dari suatu warna. Bagian yang terang disebut sebagai *tints* dan bagian gelapnya disebut sebagai *shades*. Untuk pemilihan warna pada setiap objek, pada umumnya terdapat tiga alasan utama mengapa suatu warna dipilih:

a. Emosi

Hal ini didasarkan oleh perasaan yang dirasakan oleh seseorang baik secara internal maupun eksternal.

b. Pengalaman indra

Hal ini didasarkan pada pengalaman yang dirasakan seseorang berdasarkan dari kelima indra yang dimilikinya.

c. Makna semantik

Hal ini merupakan simbolisasi dari suatu objek yang dipikirkan seorang tokoh.

Akan tetapi setiap warna memiliki makna yang berbeda-beda berdasarkan pandangan setiap tokoh-tokohnya. Hal ini dikarenakan oleh pengalaman dari setiap individu memiliki makna-makna yang mempengaruhinya seperti warna hitam untuk kematian yang melambangkan duka cita. Budaya pun juga mempengaruhi pandangan dari tokoh-tokoh tersebut seperti kuning bila di daerah Asia bisa melambangkan kematian. Tidak hanya itu juga, konteks dari suatu warna juga dapat mempengaruhi maknanya seperti penggunaan warna merah pada aplikasi kencana buta untuk memberikan perasaan yang berhasrat. Oleh karena itu bila digunakan

dengan tepat, suatu warna akan memiliki makna yang mendalam. Sehingga dengan menggunakan warna sebagai media komunikasi secara visual sudah dapat tersampaikan dengan baik (Kolenda, 2016, hlm. 11-26).

Tabel 2. 2. Tabel Makna dan Penggunaan Warna

Warna	Makna dan Asosiasinya
Merah	Cemas, Menggoda, Bersemangat, Dominan, Kegembiraan, Keberanian, Kesehatan, Hidup, Cinta, Kekuatan, Perlindungan, Semangat, Kekuatan, Bergairah
Oranye	Kesejahteraan, Menggoda, Kenyamanan, Keberanian, Kesenangan, Gembira, Sensual, Semangat
Kuning	Menggoda, Kegembiraan, Kepercayaan diri, Kreatif, Ramah, Optimis, Keraguan diri, Kerendah hatian, Senyuman
Hijau	Menenangkan, Keseimbangan, Harmoni, Kesehatan, Harapan, Alam, Kehidupan Luar, Kedamaian, Santai, Keamanan, Halus, Kepercayaan
Biru	Ketenangan, Nyaman, Kompeten, Efisien, Intelektual, Logika, Kedamaian, Refleksi, Relaksasi, Dapat dipercaya, Keamanan, Kedamaian, Kesuksesan, Bermartabat
Ungu	Authentic, Menawan, Bermartabat, Eksklusif, Mewah, Berkualitas, Sensual, Berkelas atas, Royal, Spiritual
Pink	Menawan, Menyenangkan, Lemah Lembut, Kasih Sayang, Rendah Hati, Lembut, Kehangatan
Cokelat	Alam, Kehidupan Luar, Dapat dipercaya, Keamanan, Membantu, Kuat, Kasar
Hitam	Efisien, Berwibawa, Elegant, Keamanan Emosional, Glamor, Kekuatan, Kaya, Kasar, Keamanan, Kuat, Kelas atas, Substansi
Putih	Menenangkan, Suci, Bersih, Rendah Hati, Kebahagiaan, Surga, Jujur, Higienis, Polos, Damai, Murni, Lembut, Menenangkan