

2. STUDI LITERATUR

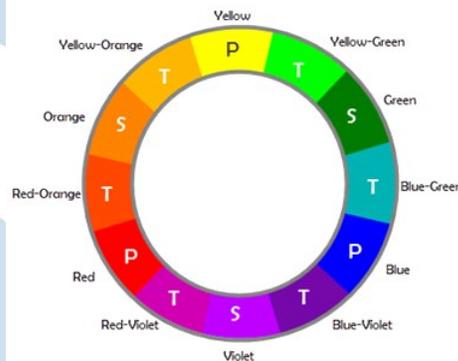
Teori Warna

Teori Warna merupakan sebuah koleksi dari aturan-aturan dan pedoman yang digunakan *designer* dalam berkomunikasi dengan *user* melalui warna dalam *visual interface*. (The Interaction Design Foundation, n.d.)

Warna dapat membuat audiens melihat apa yang *creator* ingin mereka lihat, merasakan apa yang *creator* ingin mereka rasakan, dan melakukan apa yang *creator* ingin mereka lakukan. Warna mana yang dipilih juga dapat memengaruhi kegunaan dan apakah konten dapat dibaca atau tidak. (Hauff, 2021)

1) *Color Wheel*

Color wheel merupakan representasi visual dari warna yang diatur menurut *wavelength* cahaya. *Color wheel* memungkinkan hubungan antara warna direpresentasikan secara geometris, dan menunjukkan hubungan antara warna primer, warna sekunder, dan warna tersier. (Ana, 2020)



Gambar 1. *Color Wheel*

(<https://www.usability.gov/sites/default/files/images/color-wheel.png>)

2) Warna Primer, Sekunder, Tersier

Merah, biru dan kuning merupakan warna primer, warna dasar dari warna-warna lain. Warna primer secara teori tidak dapat dibuat dengan mencampurkan warna-warna lain. Warna sekunder seperti jingga, hijau dan ungu merupakan campuran dari dua warna primer. Sedangkan warna tersier merupakan hasil campuran antara satu warna primer dengan satu warna sekunder terdekatnya. (Williams, 2018)

Warna yang ada pada layar komputer dihasilkan, dari fosfor tiga warna, merah atau jingga-merah (R), hijau kekuningan (G), dan biru atau ungu-biru (B). Semua warna yang pernah dilihat di layar komputer atau televisi, termasuk putih dan abu-abu, diciptakan oleh campuran cahaya dari tiga warna tersebut. (Briggs, 2014)

Color Scheme

Dalam desain terdapat sebuah strategi untuk pemilihan warna, strategi ini disebut sebagai *color scheme*. Pemilihan *color scheme* ini adalah:

- 1) *Monochromatic* – mengambil satu warna utama dan buat elemen lain dari *shades* dan *tints* warna utama. (The Interaction Design Foundation, n.d.)
- 2) *Analogous* – menggunakan tiga warna yang terletak bersebelahan pada roda warna (misalnya, oranye, kuning-oranye dan kuning untuk menunjukkan sinar matahari). Sebuah varian adalah untuk mencampur putih dengan ini untuk membentuk skema warna analog "high-key" (misalnya, api). (The Interaction Design Foundation, n.d.)
- 3) *Complementary* – menggunakan warna yang berlawanan pada *color wheel*—misalnya, biru/kuning—untuk memaksimalkan kontras. (The Interaction Design Foundation, n.d.)
- 4) *Split-Complementary* atau *Compound Harmony* – menyerupai *complementary*, namun warna dari salah satu sisi pasangan warna *complementary* ditambahkan untuk memperhalus kontras. (The Interaction Design Foundation, n.d.)
- 5) *Triadic* – mengambil tiga warna yang jaraknya sama pada roda warna (terpisah 120°: misalnya, merah/biru/kuning). Warna-warna ini mungkin tidak cerah, namun skema ini dapat mempertahankan harmoni dan kontras tinggi. Lebih mudah untuk membuat desain yang menarik secara visual dengan skema *triadic* daripada *complementary*. (The Interaction Design Foundation, n.d.)
- 6) *Tetradic* – mengambil empat warna yang merupakan dua set pasangan *complementary* (misalnya, oranye/kuning/biru/ungu) lalu memilih satu

warna dominan. Skema ini memungkinkan bentuk desain yang kaya dan menarik. Namun, keseimbangan antara warna hangat dan dingin perlu diperhatikan. (The Interaction Design Foundation, n.d.)

- 7) *Square* – merupakan sebuah varian dari *tetradic*; skema ini terdiri dari empat warna dengan jarak yang sama pada roda warna (terpisah 90°). Tidak seperti *tetradic*, skema *square* dapat bekerja dengan baik jika keempat warna digunakan secara merata. (The Interaction Design Foundation, n.d.)

Color Temperature

Warna pada spektrum merah dikenal sebagai warna hangat, dan warna-warna yang termasuk pada spektrum merah ini adalah warna merah, jingga, dan kuning. Warna-warna hangat ini dapat membangkitkan emosi mulai dari perasaan hangat dan nyaman hingga perasaan marah dan permusuhan. (Cherry, 2020)

Warna pada spektrum biru dikenal sebagai warna dingin. Warna biru, ungu, dan hijau merupakan warna yang termasuk dalam spektrum biru. Warna-warna ini sering digambarkan sebagai ketenangan, tetapi juga dapat mengingatkan perasaan sedih atau ketidakpedulian. (Cherry, 2020)

Color temperature ini bersifat relatif. Warna yang mungkin tampak hangat di sebelah satu warna, bisa tampak dingin di sebelah warna yang berbeda, dan setiap warna juga memiliki kecenderungan hangat atau dingin. Sebagai contoh, kuning adalah warna yang hangat, tetapi beberapa kuning cenderung ke arah merah (sehingga memiliki nada yang lebih hangat), dan kuning yang cenderung ke arah biru (memiliki nada yang lebih dingin). (Freeman, 2019)

Psikologi Warna

Psikologi warna telah menjadi sebuah bidang teori warna populer yang memberikan konotasi emosional dan psikologis antara warna dan emosi. Banyak dari makna ini bersifat *universal* karena memiliki efek pada otak, namun ada beberapa yang hanya bersifat *cultural*. (Color psychology: How do colors affect mood & emotions?, 2020)

1) Hitam

Bagi sebagian orang, hitam memiliki asosiasi positif yang menunjukkan daya tarik dan keanggunan. Namun, warna hitam banyak digunakan untuk melambangkan hal-hal yang negatif. Sepanjang sejarah, warna hitam telah dikaitkan dengan kematian, dan hal-hal jahat. Hitam membangkitkan perasaan marah, agresi, ketakutan, dan kesedihan yang kuat. (Cherry, 2020)

2) Putih

Warna putih dapat menunjukkan kebersihan, kesegaran, dan kesederhanaan. Seringkali warna putih tampak seperti *blank slate*, yang melambangkan sebuah awal baru. Di sisi negatif, putih bisa tampak kaku, dingin, dan terisolasi. Pertimbangkan bagaimana ruangan besar, putih, kosong tampak membosankan, hambar, dan kaku. Dalam *marketing* dan *branding*, warna putih digunakan untuk menyampaikan rasa aman, kemurnian, kesegaran, dan kebersihan, serta menciptakan kontras. (Cherry, 2020)

3) Merah

Dalam psikologi warna, merah memprovokasi emosi paling kuat dibanding warna lain. Merah dianggap sebagai warna yang paling hangat dan paling kontradiktif. Rona berapi-api ini memiliki asosiasi emosional yang berlawanan: Merah dapat dikaitkan dengan gairah dan cinta serta kekuatan dan kemarahan. (Cherry, 2020)

4) Biru

Biru merupakan warna yang sering ditemukan di alam, seperti biru muda di langit siang hari atau biru tua dari genangan air yang dalam. Karena alasan inilah orang sering menggambarkan warna biru sebagai warna yang tenang dan

tenteram. Namun sebagai warna yang sejuk, biru terkadang terlihat dingin, dan jauh. (Cherry, 2020)

5) Hijau

Hijau sering digunakan dalam melambangkan alam, dan mewakili ketenangan. Asosiasi umum lainnya dengan warna hijau adalah uang, keberuntungan, kesehatan, kecemburuan atau kecemburuan, dan kesadaran lingkungan. (Cherry, 2020)

6) Kuning

Warna kuning bersifat cerah dan intens, sehingga sering kali memunculkan perasaan yang kuat. Kuning dapat dengan cepat menarik perhatian, tetapi juga dapat menjadi abrasif jika digunakan secara berlebihan. Kuning dapat tampak hangat dan cerah, namun juga bisa menyebabkan kelelahan visual. (Cherry, 2020)

7) Ungu

Warna ungu sering dikaitkan dengan royalti atau kemewahan, orang sering menganggapnya sebagai warna yang sangat agung. Asosiasi dengan royalti ini awalnya karena fakta bahwa pewarna ungu Fenisia yang digunakan pada zaman kuno sangat langka dan sangat mahal. Asosiasi dengan kemewahan dan aristokrasi ini bertahan hingga hari ini. Ungu juga melambangkan kebijaksanaan dan spiritualitas. Sifatnya yang langka dan misterius mungkin menyebabkannya tampak terhubung dengan hal-hal yang tidak diketahui, supernatural, dan ilahi. (Cherry, 2020)

8) Jingga

Orang sering menggambarkan jingga sebagai cerah, bahagia, dan membangkitkan semangat. Namun, dalam beberapa kasus, jingga bisa tampak terlalu terang dan berlebihan. Sama seperti ungu, jingga cenderung menjadi warna yang kontroversial. Orang cenderung menyukainya atau membencinya. (Cherry, 2020)

Skin Color

Sehubungan dengan *color wheel*, warna-warna kulit dapat ditemukan dalam *range* kuning-jingga hingga merah. Warna kulit dengan warna dingin cenderung memiliki rona merah-ungu. Sedangkan warna kulit dengan warna hangat memiliki rona kuning. (*Color theory - advanced: Kryolan - professional make-up*, 2021)

Konten Media

Kata konten sendiri memiliki arti berbeda-beda bagi orang-orang dan tergantung pada konteks. Pada dasarnya, kata konten ini dapat dibagi menjadi tiga bentuk. Konten sebagai bentuk informasi, konten sebagai bentuk pengalaman, dan konten sebagai sesuatu yang ambigu. Sebagai sebuah bentuk informasi konten memiliki sifat yang praktis, fungsional, dan taktis. Disini konten dilihat sebagai alat bantu penyebaran informasi kepada sebuah target audiens. Sedangkan konten sebagai bentuk pengalaman ini berasal dari kata bahasa inggris *content* yang memiliki arti perasaan nyaman. Kata konten ini menjadi sebuah hal yang ambigu karena dapat digunakan dalam banyak konteks. (Odden, 2019)

Konten memiliki peranan penting dalam mencapai tujuan bisnis dan media sosial seperti *brand recognition*, kepemimpinan pemikiran, *audience engagement*, dan *lead generation*. Konten memungkinkan untuk memperkuat posisi *brand* sebagai tujuan utama bagi pelanggan, baik untuk hiburan, pendidikan, atau inspirasi. (Hootsuite, n.d.)

Content Marketing

Content marketing adalah pendekatan pemasaran strategis yang berfokus pada pembuatan dan pendistribusian konten yang berharga, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens yang jelas dan, pada akhirnya, untuk mendorong tindakan pelanggan yang menguntungkan. (Content Marketing Institute, 2021)