

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Batik merupakan salah satu budaya asli Indonesia. Kerajinan batik sudah dikenal sejak lama di Indonesia, khususnya di tanah Jawa. Menurut artikel Kompasiana, 2 Oktober 2013 yaitu “Batik Indonesia, sebagai keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait, oleh UNESCO (*The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) telah ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) sejak 2 Oktober, 2009”. Sejak itu, batik mulai familiar di berbagai kalangan, baik tua, muda, maupun anak-anak. Batik sebagai salah satu kekayaan budaya bangsa Indonesia mempunyai nilai yang tinggi dan abadi sepanjang masa yang wajib kita lestarikan, namun tetap harus dilakukan upaya untuk melestarikannya. Kini mulai muncul berbagai varian, hampir di sejumlah daerah di Jawa Tengah memiliki motif batik khas masing-masing, misalnya Pekalongan, Surakarta, Semarang, Lasem, dan sebagainya.

Kabupaten Blora merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Tengah yang terletak di wilayah paling ujung (bersama Kabupaten Rembang) di sisi timur Propinsi Jawa Tengah yang resmi dinyatakan sebagai Kabupaten yang berdiri sendiri dengan segala bentuk administratif pemerintahannya. Kabupaten Blora secara geografis merupakan kawasan hutan Kayu Jati, terutama di bagian utara, timur, dan selatan. Salah satu potensi daerah hutan Kayu Jati yang merupakan ciri khas dan menjadi bagian dari hasil kebudayaan masyarakat Blora adalah kerajinan batik Blora. Seni membatik kini mulai merambah masyarakat di Kabupaten Blora yang juga memiliki batik tulis khas.

Batik Blora telah memberikan nuansa khas dalam lukisan batiknya, dengan ornamen atau gambar daun dan serat kayu jati, sebagai dasar dari semua desain batik Blora, biasanya dikenal juga dengan sebutan batik Jatiwangi. Motif-motif batik Jatiwangi terlahir dengan mengeksplorasi kekayaan alam yang ada di Blora, dan sekarang batik Jatiwangi sudah di klaim sebagai batik asli Blora.

Meskipun belum setenar daerah lainnya, Batik khas Blora juga mulai diminati konsumen dari berbagai daerah di tanah air. Bahkan, wisatawan mancanegara juga mulai tertarik dengan motif batik khas Blora. Menurut Bu Mariana pemilik Rumah Batik Mustika di Desa Turirejo, Kecamatan Jepon, Blora, disebutkan bahwa “Batik Blora sangat potensial untuk dikembangkan, karena ternyata banyak masyarakat luar daerah dan wisatawan mancanegara yang tertarik” (wawancara, 16 Oktober 2013). Berdasarkan hasil penulurusan, motif-motif batik khas Blora seperti motif daun jati dan mustika yang mengandung filosofi hidup dan etos kerja. Motif batik baru tersebut, diperkenalkan pada 2008, sebagai simbol potensi Blora yang 40% luasan wilayahnya merupakan Hutan Jati. Selanjutnya, pada 2009 Pemda (Pemerintah Daerah) setempat mendesain batik mustika yang mengusung kekhasan Blora, seperti kilang minyak, barongan, tayub, satai, Sedulur Sikep atau Samin, dan daun jati.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh DPPKKI (Dinas Perhubungan Pariwisata Kebudayaan Komunikasi dan Informatika) Kabupaten Blora, telah diketahui bahwa 55% dari anak Sekolah Dasar di Blora tidak mengetahui bentuk motif-motif batik yang dimiliki kota Blora. Perancangan kampanye ini dilakukan untuk membantu masyarakat, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun di Blora untuk mengenal bentuk motif-motif batik Jatiwangi yang ada. Selain itu juga untuk menanamkan rasa cinta akan batik lokal sejak usia dini, yang targetnya bisa membedakan batik Jatiwangi dengan batik yang lainnya.

Data di atas juga didukung wawancara secara langsung oleh pernyataan Bapak Djoko Nugroho selaku Bupati Blora, yang mengatakan bahwa anak-anak TK (Taman Kanak-kanak) sampai SD (Sekolah Dasar) merupakan target yang cocok untuk dikenalkan motif-motif batik Jatiwangi karena memori otaknya masih sangat memadai untuk mengingat motif-motif batik yang ada, sehingga tidak mati. Selain itu pengenalan motif ini adalah untuk mempertahankan eksistensi batik Jatiwangi dikalangan generasi muda. Hal ini dilakukan agar di masa yang akan datang, para generasi muda dapat memberikan dampak positif dan ikut melestarikan, khususnya generasi muda selanjutnya.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa memperkenalkan motif batik Blora menjadi penting bagi anak-anak Sekolah Dasar di Kabupaten Blora, sehingga ditinjau dari sudut pandang komunikasi visual dibutuhkan program kampanye pengenalan motif batik Jatiwangi di Kabupaten Blora, Jawa Tengah, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana menentukan konsep yang tepat untuk memperkenalkan motif batik “Jatiwangi” di Kabupaten Blora, Jawa Tengah, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun?
2. Bagaimana merancang kampanye pengenalan motif batik “Jatiwangi” di Kabupaten Blora, Jawa Tengah, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun secara menyeluruh dan efektif?

## **1.3 Batasan Masalah**

Perancangan ini dibatasi pada pengembangan media *Above The Line* (ATL) dan *Below The Line* (BTL) yang dapat diserap oleh masyarakat, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun di Kabupaten Blora, Jawa Tengah.

## 1.4 Tujuan dan Manfaat

### a. Tujuan Perancangan

1. Menentukan konsep yang tepat untuk memperkenalkan motif batik “Jatiwangi” di Kabupaten Blora, Jawa Tengah, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun.
2. Merancang kampanye pengenalan motif batik “Jatiwangi” di Kabupaten Blora, Jawa Tengah, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun secara menyeluruh dan efektif

### b. Manfaat Perancangan

1. Manfaat bagi klien (Dinas Perhubungan, Pariwisata, Kebudayaan, Komunikasi dan Informatika) Kabupaten Blora

Adapun manfaat yang diterima klien melalui kampanye pengenalan bentuk motif-motif batik “Jatiwangi” Blora berupa banyaknya minat konsumen dari berbagai daerah di Tanah Air, bahkan wisatawan mancanegara juga mulai tertarik dengan motif batik khas Blora dan mendapatkan keuntungan dari pariwisata dan menjadi tambahan referensi untuk kepustakaan daerah dibidang pendidikan dan kebudayaan.

2. Bagi Penulis
  - Menambah pengetahuan dan pengalaman dalam rangka pengembangan dan penerapan teori penelitian sekaligus sebagai acuan dasar penelitian selanjutnya.
  - Sebagai penerapan teori dan praktek *soft skill* dan *technical skill* selama bangku perkuliahan.
3. Bagi Masyarakat
  - Sebagai wahana untuk mengenalkan bentuk motif-motif Batik Jatiwangi di Kabupaten Blora, Jawa Tengah dan hasilnya dapat disampaikan kepada masyarakat, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun.

- Sebagai sarana pengabdian masyarakat/media alternatif serta Negara dibidang pendidikan dan kebudayaan.
4. Bagi Universitas
- Sebagai referensi yang dapat digunakan untuk bahan pengembangan terutama mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah desain untuk iklan layanan masyarakat.
  - Menambah pembendaharaan kepustakaan di Kampus Universitas Dian Nuswantoro sebagai wacana kepustakaan baru mengenai kampanye pengenalan motif Batik Jatiwangi di Kabupaten Blora, Jawa Tengah dan sekaligus sebagai acuan terhadap laporan yang berhubungan dengan masalah terkait, juga sebagai media untuk menambah pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa dan pembaca lainnya.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Metodologi**

Metodologi penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin ilmu. Metodologi juga merupakan analisis teoritis mengenai suatu cara atau metode. Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, juga merupakan suatu usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban.

Dalam metodologi penelitian ini dilakukan cara-cara untuk mencapai tujuan penelitian yaitu dengan melakukan sebuah penelitian kualitatif yang mampu menghantar kepada tujuan penelitian ini. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah :

a. Penelitian Kualitatif

Catatan lapangan yang berupa catatan atau rekaman kata-kata, kalimat, paragraf yang diperoleh dari wawancara menggunakan pertanyaan terbuka, observasi partisipatoris, atau pemaknaan peneliti terhadap dokumen. Daftar pokok-pokok pertanyaan sehubungan dengan informasi yang dibutuhkan. Penelitian kualitatif ini juga melibatkan orang yang berkepentingan di dalam seperti anak-anak usia 6-12 tahun di Kabupaten Blora.

### 1.5.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan. Jenis sumber data adalah mengenai dari mana data diperoleh. Apakah data diperoleh dari sumber langsung (data primer) atau data diperoleh dari sumber tidak langsung (data sekunder).

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan metode observasi yaitu mencari dan mengumpulkan data dengan cara mengamati secara langsung kenyataan yang ada di lapangan yang kemudian diolah dalam bentuk laporan. Menggunakan pula metode interview yaitu mencari dan mengumpulkan data dengan cara melakukan diskusi maupun wawancara langsung ke DPPKKI (Dinas Perhubungan, Pariwisata, Kebudayaan, Komunikasi dan Informatika) Kabupaten Blora dan pengrajin Batik Jatiwangi (wawancara dengan Ibu Mariana, pemilik Rumah Batik Mustika Blora, 16 Oktober 2013).

Metode pengumpulan data merupakan faktor penting dari keberhasilan penelitian dan terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat langsung dari lapangan, dikumpulkan dan diolah oleh peneliti berupa teks hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara dengan informan. Di bawah ini beberapa metode yang digunakan :

1. Wawancara

Wawancara kepada salah satu organisasi pemerintah untuk mendapatkan data mengenai visi dan misi, harapan/rencana kedepannya, pencetus ide, sejarah dan konsep motif (keunggulan dan kelemahan dari batik lain) yang dipakai dalam Batik Jatiwangi, dan alasan mengapa dinamakan Batik Jatiwangi.

Wawancara kepada salah satu pengrajin Batik Jatiwangi seputar omset penjualan/permintaan pengunjung, pemasaran dan promosinya yang dilakukan, dan lainnya seputar realisasinya untuk wawancara pada masyarakat di Blora khususnya anak-anak usia 6-12 tahun untuk mendapatkan informasi mengenai promosi batik, yang kemudian dapat menjadi *insight* pemecahan permasalahan. Grafik Hasil Kuisisioner DPPKKI tahun 2012 pengetahuan tentang motif batik Jatiwangi Blora.

2. Observasi

Metode yang dipakai adalah metode observasi untuk mendapatkan data yang relevan mengenai motif Batik Jatiwangi yang dipakai. Metode observasi adalah metode pengumpulan data langsung dari obyeknya. Dalam metode ini, pengumpulan data diperoleh secara langsung dari obyek perencanaan, sehingga didapat data-data yang benar-benar sesuai untuk penulisan laporan tersebut.

### 3. Metode interview

Metode mencari dan mengumpulkan data dengan cara melakukan diskusi maupun wawancara baik dengan pembimbing maupun dengan pihak- pihak yang lain.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti. Data dapat diperoleh dengan membaca, melihat atau mendengarkan. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh melalui beberapa metode di antaranya sebagai berikut:

##### 1. Metode literature

Metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan-bahan yang dipeoleh dari mempelajari buku-buku literature, artikel, brosur-brosur, majalah dan buku pengetahuan yang menyangkut hal-hal yang akan dibahas serta membandingkan dan menerapkan pada permasalahan yang ada mengenai motif Batik Blora.

##### 2. Website Resmi DPPKKI Blora

Selain itu data sekunder didapat dari mengunjungi website resmi DPPKKI (Dinas Perhubungan, Pariwisata, Kebudayaan, Komunikasi dan Informatika) Kabupaten Blora dan website pendukung untuk tahu mengenai data permasalahan mengenai motif Batik Blora.



**Gambar 1.1** Grafik hasil kuisioner DPPKKI tahun 2012 Blora pengetahuan tentang motif batik Jatiwangi Blora  
Sumber : Dokumentasi DPPKKI Kabupaten Blora

### 1.5.3 Metode Analisis Data

Analisa Framing adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui bagaimana realitas (aktor, kelompok, atau apa saja) dikonstruksi oleh media. Analisa framing memiliki dua konsep yaitu konsep psikologis dan sosiologis. Konsep psikologis lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi pada dirinya sedangkan konsep sosiologis lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial atas realitas. Analisis Framing sendiri juga merupakan bagian dari analisis isi yang melakukan penilaian tentang wacana persaingan antar kelompok yang muncul atau tampak di media.

Analisis Framing juga dikenal sebagai konsep bingkai, yaitu gagasan sentral yang terorganisasi, dan dapat dianalisis melalui dua turunannya, yaitu simbol berupa *framing device* dan *reasoning device*. *Framing device* menunjuk pada penyebutan istilah tertentu yang menunjukkan “julukan” pada satu wacana, sedangkan *reasoning device* menunjuk pada analisis sebab-akibat. Konsep *framing* ini digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan menonjolkan

aspek tertentu dari realitas oleh media massa. *Framing* memberikan tekanan lebih pada bagaimana teks komunikasi ditampilkan dan bagian mana yang ditonjolkan atau dianggap penting oleh pembuat teks (Eriyanto, 2005:183).

Model analisis data menggunakan model analisis *framing* yang digunakan oleh peneliti adalah model yang dikembangkan oleh Zhongdhang Pan dan Gerald M. Kosicki. Menurut Etnman, framing berita dapat dilakukan dengan empat teknik, yakni pertama, *problem identifications* yaitu peristiwa dilihat sebagai apa dan nilai positif atau negatif apa, *causal interpretations* yaitu identifikasi penyebab masalah siapa yang dianggap penyebab masalah, *treatment recommendations* yaitu menawarkan suatu cara penanggulangan masalah dan kadang memprediksikan penanggulannya, *moral evaluations* yaitu evaluasi moral penilaian atas penyebab masalah.

Ada dua konsep framing yang saling berkaitan, yaitu konsep psikologis dan konsep sosiologis yaitu :

1. Dalam konsep psikologis, framing dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang. Elemen-elemen yang diseleksi itu menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan seseorang saat membuat keputusan tentang realitas.
2. Sedangkan konsep sosiologis framing dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas diluar dirinya Dalam Zhondhang Pan dan Gerald M. Kosicki, kedua konsep tersebut diintegrasikan. (Eriyanto, 2005:186).

Secara umum konsepsi psikologis melihat *frame* sebagai persoalan internal pikiran seseorang, dan konsepsi sosiologis melihat

frame dari sisi lingkungan sosial yang dikonstruksi seseorang. Dalam model ini, perangkat framing yang digunakan dibagi dalam empat struktur besar, yaitu sintaksis (penyusunan peristiwa dalam bentuk susunan umum berita), struktur skrip (bagaimana wartawan menceritakan peristiwa ke dalam berita), struktur tematik (bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau antar hubungan hubungan kalimat yang memberntuk teks secara keseluruhan), dan struktur retorik (bagaimana menekankan arti tertentu dalam berita).

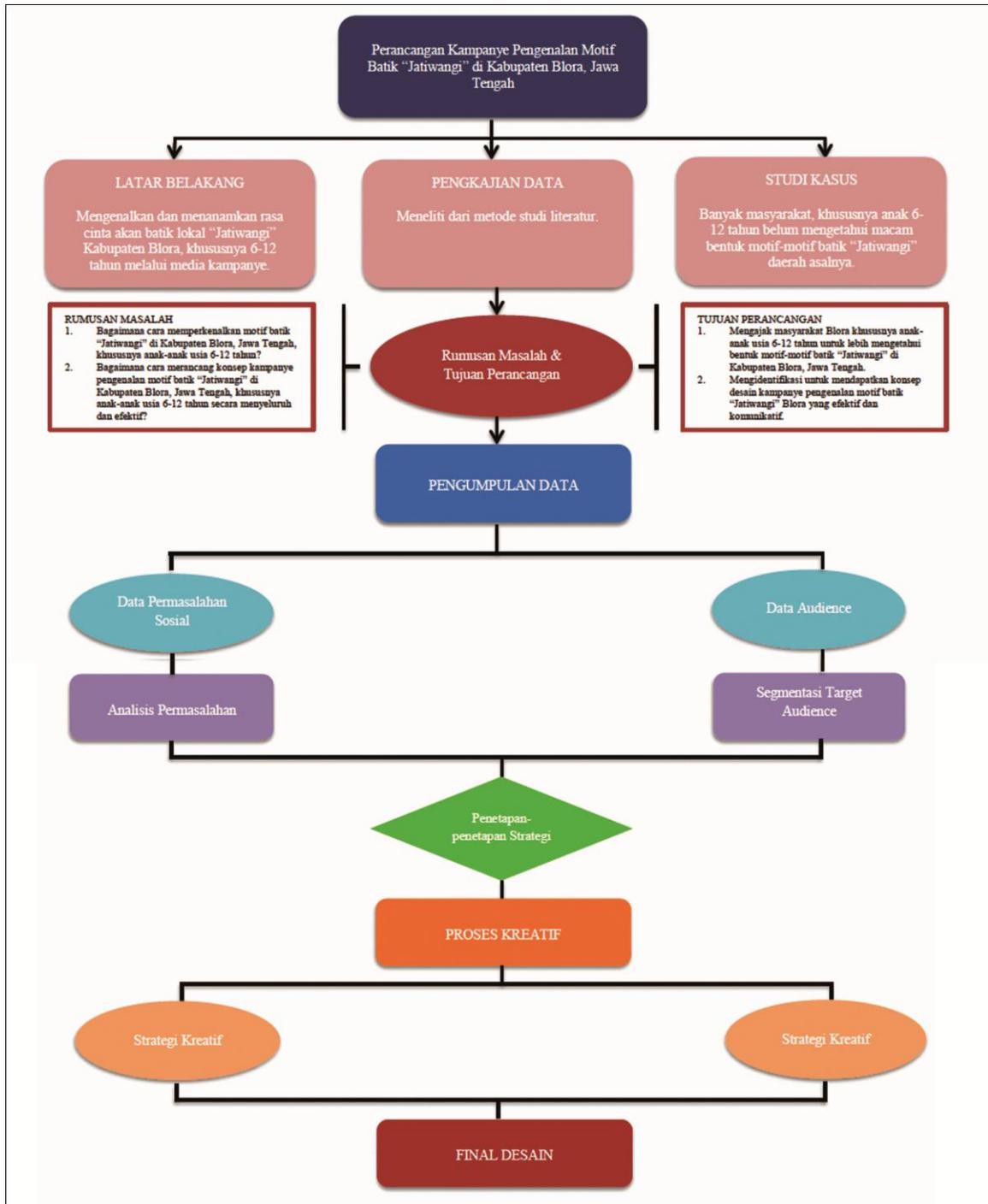
Dalam penelitian pengenalan motif Batik Jatiwangi di Kabupaten Blora, Jawa Tengah, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun, dapat disimpulkan dengan mencoba menggunakan sudut pandang analisis framing karena ingin mengetahui fakta realita dan ideal yang ada. Menggunakan metode ini diharapkan untuk mengembangkan ide kreatif dalam perancangan kampanye pengenalan motif Batik Jatiwangi di Kabupaten Blora.

Adapun teknik framing adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah yaitu peristiwa dilihat sebagai apa dan dengan nilai positif atau negatif.
2. Identifikasi penyebab masalah yaitu siapa yang dianggap menjadi penyebab suatu permasalahan.
3. Evaluasi moral yaitu penilaian atas penyebab masalah.

Saran penanggulangan masalah yaitu menawarkan suatu cara penanganan masalah dan kadang kala memprediksikan hasilnya.

## 1.6 Bagan Alir Penelitian (Flow Chart)



**Gambar 1.2** Bagan Alir Penelitian (*Flow Chart*)

Sumber : Mahalrani

*Flow chart* adalah penggambaran secara diagramatik dari langkah-langkah dan urutan prosedur dari suatu proses penelitian. Judul perancangan “Perancangan Kampanye Pengenalan Motif Batik Jatiwangi di Kabupaten Blora, Jawa Tengah” dengan latar belakang mengenalkan dan menanamkan rasa cinta akan batik lokal Jatiwangi, khususnya anak usia 6-12 tahun melalui media kampanye.

Pengkajian data menggunakan metode literatur, studi kasusnya banyak masyarakat khususnya anak 6-12 tahun belum mengetahui macam bentuk motif-motif batik Jatiwangi daerah asalnya. Rumusan masalah dan tujuan perancangannya pertama menentukan konsep yang tepat untuk memperkenalkan motif Batik Jatiwangi di Kabupaten Blora, Jawa Tengah, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun, kedua untuk merancang kampanye pengenalan motif Batik Jatiwangi di Kabupaten Blora, Jawa Tengah, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun secara menyeluruh dan efektif.

Pengumpulan data menggunakan permasalahan sosial yaitu analisis *framing*. Segmentasi target audience dibatasi khususnya anak-anak usia 6-12 tahun di Kabupaten Blora, Jawa Tengah dan pembatasan media alternatif. Proses kreatif untuk menentukan strategi kreatif diantaranya logika-logika strategi kreatif wawasan tentang audience, trend yang berkembang seputar audience, pendekatan isi pesan dan efek.

Kampanye ini diharapkan pesan yang ingin disampaikan dapat sampai kepada target audience dengan baik, sehingga mereka dapat mengenal dan mengetahui lebih lanjut motif-motif batik Blora. Demikian akan terbentuk suatu sikap baru terhadap budaya batik yang dimiliki kota Blora.

## 1.7 Tinjauan Teori tentang Permasalahan

### 1.7.1 Tinjauan Teori Tentang Kampanye

Pada prinsipnya kampanye merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Rongers dan Storey (1987) sebagaimana dikutip oleh Venus (2004:7) menyebutkan kampanye merupakan “Serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu”.

Merujuk dari definisi di atas menurut Antar Venus maka setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung empat hal yaitu: 1) tindakan kampanye yang bertujuan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu 2) jumlah khalayak sasaran yang besar 3) biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu dan 4) melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

Selanjutnya dalam pengertian yang lebih luas Antar Venus menyatakan bahwa kampanye juga memiliki karakter lain, yaitu sumber yang jelas, yang menjadi penggagas, perancang, penyampai sekaligus penanggung jawab suatu produk kampanye (*campaign makers*), sehingga setiap individu yang menerima pesan kampanye dapat mengidentifikasi bahkan mengevaluasi kredibilitas sumber pesan tersebut setiap saat. (Venus, 2004:7)

Beberapa ahli komunikasi mengakui bahwa definisi yang diberikan Rogers dan Storey adalah yang paling populer dan dapat diterima dikalangan ilmuwan komunikasi (Grossberg, 1998; Snyder, 2002; Klingemann & Rommele, 2002). Hal ini didasarkan kepada dua alasan. Pertama, definisi tersebut secara tegas menyatakan bahwa kampanye merupakan wujud tindakan komunikasi, dan alasan kedua adalah bahwa definisi tersebut dapat mencakup keseluruhan proses dan fenomena praktik kampanye yang terjadi dilapangan.

Perancangan kampanye pengenalan bentuk motif-motif batik Jatiwangi di Kabupaten Blora, Jawa Tengah digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak dimana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial disini dapat berarti sebagai wahana untuk mengenalkan bentuk motif-motif batik Jatiwangi di Kabupaten Blora, Jawa Tengah dan hasilnya dapat disampaikan kepada masyarakat, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun. Selain itu juga untuk menanamkan rasa cinta akan batik lokal sejak usia dini. Yang targetnya bisa membedakan batik Jatiwangi dengan batik yang lainnya.

### **1.7.2 Tinjauan Teori Tentang Komunikasi**

Secara umum ilmu komunikasi adalah pengetahuan tentang peristiwa komunikasi yang diperoleh melalui suatu penelitian tentang sistem, proses dan pengaruhnya yang dapat dilakukan secara rasional dan sistematis, serta kebenarannya dapat diuji dan digeneralisasikan. Menurut para ahli, Ilmu Komunikasi dianggap bagian dari ilmu sosial dan merupakan ilmu terapan (*applied science*), dan karena ke dalam ilmu sosial dan ilmu terapan, maka Ilmu Komunikasi sifatnya *interdisipliner* (antardisiplin atau bidang studi) dan *multidisipliner* (melibatkan berbagai disiplin ilmu).

Hal itu disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu-ilmu lainnya, terutama yang termasuk ke dalam ilmu sosial/ilmu kemasyarakatan. Prosesnya sendiri dari komunikasi itu menurut Hovland didefinisikan sebagai: “*The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior and attitude are forme.*” (Effendy, 2005:4). Selanjutnya dalam pengertian yang lebih luas ”Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan

rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (*komunikate*).” (Mulyana, 2003:62).

Istilah Komunikasi menurut Cherry dalam *Stuart* (1983) berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya membuat kesamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih (*make to common*). Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin. *Communico, communicatio* atau *communicare* yang berarti membagi. (Cherry, 2004:23).

Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu, komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya (*communication depends on our ability to understand one another*). Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi, komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan tersebut.

Komunikasi sudah dipelajari sejak lama dan termasuk “barang antik”, topik ini menjadi penting khususnya pada abad 20 karena pertumbuhan komunikasi digambarkan sebagai “penemuan yang revolusioner”, hal ini dikarenakan peningkatan teknologi komunikasi yang pesat seperti radio, televisi, telepon, satelit dan jaringan komputer seiring dengan industrialisasi bidang usaha yang besar dan politik yang mendunia. Komunikasi dalam tingkat akademi mungkin telah memiliki departemen sendiri dimana komunikasi dibagi-bagi menjadi komunikasi masa, komunikasi bagi pembawa acara, humas dan lainnya, namun subyeknya akan tetap. Pekerjaan dalam komunikasi mencerminkan keberagaman komunikasi itu sendiri.

Menurut Roger dan D. Lawrence (1981), sebagaimana dikutip oleh Cangara (2004:19) mengatakan bahwa komunikasi adalah “Suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan

pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”.

Selanjutnya menurut Raymond S. Ross, melihat komunikasi yang berawal dari proses penyampaian suatu lambang yaitu: “Proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respon yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber.” (Rakhmat, 2007:3).

Lain halnya dengan definisi komunikasi yang diberikan oleh Onong Uchjana Effendy. Menurutnya komunikasi yaitu: “Proses pernyataan antara manusia yang dinyatakan adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.” (Effendy, 1993 :28).

Dari beberapa pengertian mengenai komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih, untuk memperoleh kesamaan arti atau makna diantara mereka.

Menurut Lasswell (1948:11), dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society* mengungkapkan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel to Whom with What Effect?* Paradigma Laswell menunjukkan bahwa komunikasi yaitu suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yaitu:

1. *Who?* (siapa/sumber). Komunikator adalah pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator.
2. *Says What?* (pesan). Apa yang akan dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi

informasi. Merupakan seperangkat simbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber tadi. Ada 3 komponen pesan yaitu makna, simbol untuk menyampaikan makna, dan bentuk/organisasi pesan.

3. *In Which Channel?* (saluran/media). Alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik dan lain-lain).
  4. *To Whom?* (untuk siapa/penerima). Orang/kelompok/organisasi/ suatu negara yang menerima pesan dari sumber. Disebut tujuan (destination), pendengar (listener), khalayak (audience), komunikan, penafsir, penyandi balik (decoder).
  5. *With What Effect?* (dampak/efek). Dampak/efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan, dan lain-lain.
- Jadi, berdasarkan paradigma Laswell, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui komunikan.

Sedangkan menurut Philip Kotler (1996:48), proses komunikasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Sender*, yaitu komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang/sejumlah orang.
2. *Encoding*, yaitu proses pengalihan pikiran/ide/perasaan ke dalam bentuk lambang atau bahasa yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan.
3. *Message*, yaitu pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna.
4. *Media*, yaitu sesuatu yang menjadi saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.

5. *Noise*, yaitu gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi.
6. *Decoding*, yaitu proses dimana komunikan menterjemahkan lambang-lambang yang terkandung di dalam pesan ke dalam konteks pengertiannya.
7. *Reciever*, yaitu komunikan yang menerima pesan dari komunikator
8. Respon, yaitu reaksi yang diberikan komunikan setelah menerima pesan.
9. *Feedback*, yaitu tanggapan komunikan yang disampaikan setelah menerima pesan.

Dalam komunikasi, seorang komunikator harus pandai-pandai memahami khalayak sarannya dan tanggap seperti apa yang diinginkannya. Oleh sebab itu ia harus tampil untuk meng-encode pesan, memperhitungkan bagaimana kebiasaan komunikan meng-encode pesan dan memilah media yang efektif dan efisien untuk mencapai sasaran.

Seorang ahli komunikasi ternama bernama Wilbur Schramm, melihat pesan sebagai tanda esensial yang harus dikenal komunikan. Menurut Schramm komunikasi akan berhasil jika komunikasi yang disampaikan komunikator sesuai dengan kerangka acuan (*frame of experience*). Yaitu panduan pengalaman dan pengertian (*collection of experience and meaning*) yang pernah diperoleh komunikan.

### **1.7.3 Tinjauan Teori Tentang Kebudayaan**

Kata budaya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai pikiran, akal budi atau adat-istiadat. Secara tata bahasa, pengertian kebudayaan diturunkan dari kata budaya yang cenderung menunjuk pada pola pikir manusia. Kebudayaan sendiri diartikan sebagai segala hal yang berkaitan dengan akal atau pikiran manusia,

sehingga dapat menunjuk pada pola pikir, perilaku serta karya fisik sekelompok manusia.

Ada beberapa pengertian budaya menurut beberapa ahli salah satu diantaranya adalah tokoh terkenal Indonesia yaitu Koentjaraningrat (1989:186), Koentjaraningrat mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan kebudayaan adalah sebagai berikut:

“Kebudayaan adalah merupakan wujud ideal yang bersifat abstrak dan tidak dapat diraba yang ada di dalam pikiran manusia yang dapat berupa gagasan, ide, norma, keyakinan dan lain sebagainya. Dalam setiap kebudayaan terdapat unsur-unsur yang juga dimiliki oleh berbagai kebudayaan lain. Koentjaraningrat menyebutnya sebagai unsur-unsur kebudayaan yang universal yang meliputi: sistem religi dan upacara keagamaan, sistem dan organisasi kemasyarakatan, sistem pengetahuan, bahasa kesenian, sistem mata pencaharian hidup, dan sistem teknologi dan peralatan”.

Selanjutnya, tiap-tiap unsur kebudayaan universal tersebut menjelma kedalam tiga wujud kebudayaan yaitu:

- 1) Wujud kebudayaan sebagai sebuah kompleks dari ide-ide, gagasan, nilai-nilai, norma-norma, peraturan dan sebagainya.
- 2) Wujud kebudayaan sebagai suatu kompleks aktivitas serta tindakan berpola dari manusia di dalam suatu masyarakat.
- 3) Wujud kebudayaan sebagai benda-benda hasil karya manusia.

Selanjutnya yang dikutip oleh Setiadi (2007:27), menurut Taylor ia mengemukakan kebudayaan sebagai berikut:

“Kebudayaan adalah kompleks keseluruhan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, hukum, moral, kebiasaan, kecakapan yang meliputi oleh manusia sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan dipelihara oleh anggota masyarakat untuk menangani berbagai masalah-masalah yang timbul dan berbagai persoalan yang mereka hadapi. Artinya seorang anak manusia akan belajar bagaimana cara mengatasi sebuah masalah dengan memperhatikan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh orang-orang disekitarnya.”

Selanjutnya dalam pengertian yang lebih luas menurut Lebra (1976:42), menjelaskan Kebudayaan adalah serangkaian simbol-simbol abstrak, umum, atau ideasional dan perilaku adalah serangkaian gerak organisme yang bertenaga, bersifat khusus dan bisa diamati. Dalam hal ini perilaku adalah manifestasi dari budaya atau kebudayaan memberi arti bagi aktivitas manusia tersebut. Sedangkan menurut Geertz (2006:1), mengatakan bahwa kebudayaan sebagai berikut:

“Kebudayaan merupakan sistem mengenai konsepsi-konsepsi yang diwariskan dalam bentuk simbolik, yang dengan cara ini manusia dapat berkomunikasi, melestarikan, dan mengembangkan pengetahuan dan sikapnya terhadap kehidupan”.

Berbagai definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kebudayaan atau budaya merupakan sebuah sistem, di mana sistem itu terbentuk dari perilaku, baik itu perilaku badan maupun pikiran. Hal ini berkaitan erat dengan adanya gerak dari masyarakat, dimana pergerakan yang dinamis dan dalam kurun waktu tertentu akan menghasilkan sebuah tatanan ataupun sistem tersendiri dalam kumpulan masyarakat.

#### **1.7.4 Tinjauan Tentang Batik**

##### **a. Pengertian Batik**

Kata “batik” berasal dari bahasa Jawa, dari kata “amba” yang berarti menggambar dan “tik” yang berarti kecil. Seperti misalnya terdapat dalam kata-kata Jawa lainnya yakni “klitik” (warung kecil), “bentik” (persinggungan kecil antara dua benda), “kitik” (kutu kecil) dan sebagainya (Suwanto, dkk, 1998: 8).

Pengertian lain dari batik menjelaskan bahwa batik merupakan suatu seni dan cara menghias kain dengan penutup lilin untuk membentuk corak hiasannya, membentuk sebuah bidang

pewarnaan, sedang warna itu sendiri dicelup dengan memakai zat warna bisaa (Endik, 1986: 10).

Berdasarkan dua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa batik merupakan suatu seni menghias kain dengan menggambar pola-pola tertentu di atas kain dengan menggunakan malam.

#### **b. Batik pada masa kuno**

Batik adalah kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia (khususnya Jawa) sejak lama. Perempuan-perempuan Jawa di masa lampau menjadikan keterampilan mereka dalam membatik sebagai mata pencaharian, sehingga di masa lalu pekerjaan membatik adalah pekerjaan eksklusif perempuan sampai ditemukannya “Batik Cap” yang memungkinkan masuknya laki-laki ke dalam bidang ini.

Ada beberapa pengecualian bagi fenomena ini, yaitu batik pesisir yang memiliki garis maskulin seperti yang bisa dilihat pada corak “Mega Mendung”, di mana di beberapa daerah pesisir pekerjaan membatik adalah lazim bagi kaum laki-laki. Tradisi membatik pada mulanya merupakan tradisi turun temurun, sehingga kadang kala suatu motif dapat dikenali berasal dari batik keluarga tertentu. Beberapa motif batik dapat menunjukkan status seseorang, bahkan sampai saat ini, beberapa motif batik tradisional hanya dipakai oleh keluarga keraton Yogyakarta dan Surakarta.

Batik merupakan warisan nenek moyang Indonesia (Jawa) yang sampai saat ini masih ada. Batik juga pertama kali diperkenalkan kepada dunia oleh Presiden Soeharto, yang pada waktu itu memakai batik pada konferensi PBB.

#### **c. Batik tulis**

Ada beberapa pandangan yang mengelompokkan batik menjadi dua kelompok seni batik, yakni batik keraton (Surakarta

dan Yogyakarta) dan seni batik pesisir. Motif seni batik keraton banyak yang mempunyai arti filosofi, sarat dengan makna kehidupan. Gambarnya rumit/halus dan paling banyak mempunyai beberapa warna, biru, kuning muda atau putih. Motif kuno keraton seperti pola panji (abad ke-14), *gringsing* (abad 14), *kawung* yang diciptakan Sultan Agung (1613-1645), dan parang, serta motif anyaman seperti *tirta teja*.

Batik pesisir memperlihatkan gambaran yang lain dengan batik keraton. Batik pesisir lebih bebas serta kaya motif dan warna. Mereka lebih bebas dan tidak terikat dengan aturan keraton dan sedikit sekali yang memiliki arti filosofi. Motif batik pesisir banyak berupa tanaman, binatang, dan ciri khas lingkungannya. Warnanya semarak agar lebih menarik konsumen.

Batik tulis dikerjakan dengan menggunakan canting yaitu alat yang terbuat dari tembaga yang dibentuk bisa menampung malam (lilin batik) dengan memiliki ujung berupa saluran/pipa kecil untuk keluarnya malam dalam membentuk gambar awal pada permukaan kain. Bentuk gambar/desain pada batik tulis tidak ada pengulangan yang jelas, sehingga gambar nampak bisa lebih *luwes* dengan ukuran garis motif yang relatif bisa lebih kecil dibandingkan dengan batik cap.

Gambar batik tulis bisa dilihat pada kedua sisi kain nampak lebih rata (tembus bolak-balik) khusus bagi batik tulis yang halus. Warna dasar kain biasanya lebih muda dibandingkan dengan warna goresan motif (batik tulis putih/tembakan). Setiap potongan gambar (ragam hias) yang diulang pada lembar kain biasanya tidak akan pernah sama bentuk dan ukurannya.

Berbeda dengan batik cap yang kemungkinannya bisa sama persis antara gambar yang satu dengan gambar lainnya. Waktu yang dibutuhkan untuk pembuatan batik tulis relatif lebih lama (2 atau 3 kali lebih lama) dibandingkan dengan pembuatan batik cap.

Pengerjaan batik tulis yang halus bisa memakan waktu 3 hingga 6 bulan lamanya. Alat kerja berupa canthing harganya relatif lebih murah berkisar Rp. 10.000,- hingga Rp. 20.000,-/pcs. Harga jual batik tulis relatif lebih mahal, dikarenakan dari sisi kualitas biasanya lebih bagus, mewah dan unik.

#### **d. Motif Batik Jatiwangi**

Motif Batik Jatiwangi merupakan sebuah perwujudan nilai estetika ragam hias khas Blora. Motif-motif batik yang tercetak pada batik Jatiwangi tidak hanya merupakan sebuah perwujudan estetika dari ragam hias namun juga memiliki nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat Blora. Motif Jatiwangi yang diyakini sebagai motif asli dari batik Blora melambangkan sesuatu kekuatan yang tumbuh dari dalam jati diri masyarakat Blora.

Batik Jatiwangi adalah sebuah seni batik yang terinspirasi dari daun, semak-semak, dan serat kayu jati. Batik yang sudah diklaim khas Blora diperkenalkan pada 2008, sebagai simbol potensi Blora yang luas wilayahnya merupakan hutan jati.

#### **e. Proses pembuatan batik tulis**

Semula batik dibuat di atas bahan yang dinamakan kain mori. Dewasa ini batik juga dibuat di atas bahan dasar lain seperti sutera, polyester, dan bahan sintesis lain dengan menggunakan alat yang dinamakan canthing untuk membuat motif batik.

Adapun tahap/proses membatik tulis adalah sebagai berikut:

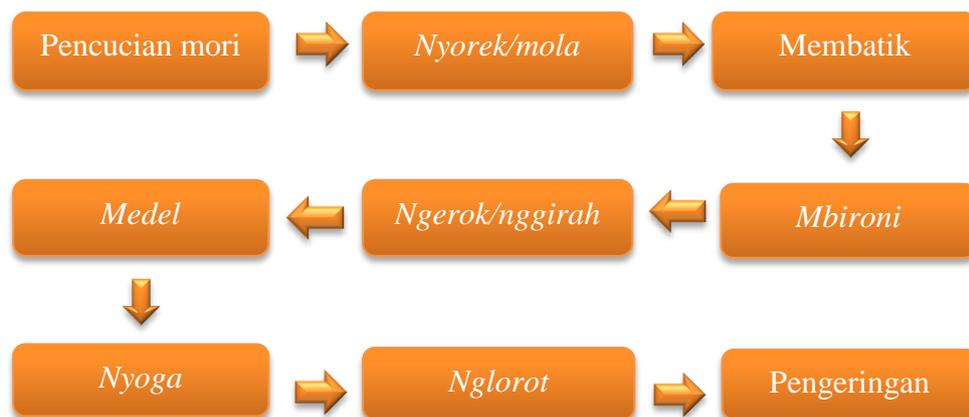
- 1) Pencucian mori: tahap pertama adalah pencucian kain mori untuk menghilangkan kanji, dilanjutkan dengan *pengloyoran* (memasukkan kain ke minyak jarak/minyak kacang dalam abu merang/*londo* agar kain menjadi lemas), dan daya serap terhadap zat warna lebih tinggi. Agar susunan benang tetap baik, kain dikanji kemudian dijemur, selanjutnya dilakukan

pengeplongan (kain mori dipalu untuk menghaluskan lapisan kain agar mudah dibatik).

- 2) *Nyorek/mola*: membuat pola di atas kain dengan cara meniru pola yang sudah ada (*ngeblat*). Contoh pola biasanya dibuat di atas kertas dan kemudian dijiplak sesuai pola di atas kain. Proses ini bisa dilakukan dengan membuat pola di atas kain langsung dengan canthing maupun dengan menggunakan pensil. Agar proses pewarnaan bisa berhasil dengan bagus atau tidak pecah, perlu mengulang batikan di kain sebaliknya. Proses ini disebut gagangi.
- 3) *Membatik/nyanting*: menorehkan malam batik ke kain mori yang dimulai dengan nglowong (menggambar garis luar pola dan *isen-isen*). Di dalam proses isen-isen terdapat istilah nyecek yaitu membuat isian di dalam pola yang sudah dibuat, misalnya titik-titik. Ada pula istilah runtun yang hampir sama dengan isen-isen namun lebih rumit. Lalu dilanjutkan dengan nembok (mengeblok bagian pola yang tidak akan diwarnai atau akan diwarnai dengan warna yang lain).
- 4) *Medel*: pencelupan kain yang sudah dibatik ke cairan warna secara berulang kali hingga mendapatkan warna yang dikehendaki.
- 5) *Ngerok dan nggirah*: malam pada kain mori *dikerok* dengan lempengan logam dan dibilas dengan air bersih, kemudian diangin-anginkan hingga kering.
- 6) *Mbironi*: menutup warna biru dengan *isen* pola berupa cecek atau titik dengan malam.
- 7) *Nyoga*: pencelupan kain untuk memberi warna coklat pada bagian-bagian yang tidak ditutup malam.
- 8) *Nglorot*: melepaskan malam dengan memasukkan kain ke dalam air mendidih yang sudah dicampuri bahan untuk

mempermudah lepasnya lilin. Kemudian dibilas dengan air bersih dan diangin-anginkan.

(Riyanto, dkk, 2010: 27-28)



**Gambar 1.3** Bagan Proses Pembuatan Batik

Sumber : Riyanto, dkk, 2010: 27-28

### 1.7.5 Tinjauan Teori Tentang Psikologi Anak

Psikologis anak dan orang dewasa tentu berbeda, oleh karena itu pada buku yang berjudul “Perkembangan Anak” karangan Elizabeth B. Hurlock (1978:74) menjelaskan, pada perkembangan anak-anak memiliki tahapan:

6 sampai 12 tahun

- a. Belajar kecakapan fisik yang diperlukan untuk permainan anak
- b. Membangun sikap menyeluruh terhadap diri sendiri
- c. Belajar bergaul dengan teman sebaya
- d. Mengembangkan kecakapan dasar dalam membaca, menulis, dan menghitung
- e. Mengembangkan konsep yang diperlukan untuk sehari-hari
- f. Mengembangkan nurani, moralitas, dan suatu skala nilai
- g. Membentuk sikap terhadap kelompok dan lembaga sosial

Dalam tahap ini terlihat berbagai keadaan psikis anak yang mulai berkembang dengan jelas, sehingga di tahap ini anak mulai memperlihatkan dirinya kepada orang lain. Dalam buku ini juga dijelaskan bahwa anak-anak mulai berkeinginan untuk diterima sebagai anggota kelompok. Kebanyakan anak merasa bahwa untuk dapat diterima mereka harus dapat menyesuaikan diri dengan pola kelompok yang telah ditentukan dan setiap penyimpangan membahayakan proses penerimaan. Masa peka adalah masa terjadinya kematangan fungsi fisik dan psikis yang siap merespon stimulasi yang diberikan oleh lingkungan. Masa ini juga merupakan masa peletak dasar untuk mengembangkan kemampuan kognitif, motorik, bahasa, sosio emosional, agama dan moral.

Menurut Johan Amos Comenius (1592-1671) dalam bukunya “*Didactica Magna*” membagi periode perkembangan sebagai berikut : 6-12 tahun, periode Sekolah-Bahasa-Ibu. Dalam hal ini Comenius lebih menitik-beratkan aspek pengajaran dari proses pendidikan dan perkembangan anak. Usia 6-12 tahun disebut periode Sekolah-Bahasa-Ibu, karena pada periode ini anak baru mampu menghayati setiap pengalaman dengan pengertian bahasa sendiri (bahasa ibu). Bahasa ibu dipakai sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan orang lain yaitu untuk mendapatkan impresi dari luar berupa pengaruh, sugesti serta transmisi kultural (pengoperan nilai-nilai kebudayaan) dari orang dewasa. Bahasa ibu juga dipakai untuk mengekspresikan kehidupan batinnya pada orang lain.

Menurut Erikson sebagaimana dikutip oleh Sukmadinata (2009:118) mengemukakan tahap-tahap perkembangan kemandirian anak yang lebih bersifat menyeluruh. Pada masa perkembangan tahap anak sekolah usia 6-12 tahun ditandai oleh kemampuan untuk menciptakan sesuatu dan rasa rendah diri (*industry-inferiority*). Anak akan belajar untuk bekerjasama dan bersaing dalam kegiatan

akademik maupun dalam pergaulan melalui permainan yang dilakukan bersama. Anak selalu berusaha untuk mencapai sesuatu yang diinginkan sehingga anak pada usia ini rajin dalam melakukan sesuatu. Apabila dalam tahap ini anak terlalu mendapat tuntutan dari lingkungannya dan anak tidak berhasil memenuhinya maka akan timbul rasa *inferiorty* (rendah diri). *Reinforcement* dari orang tua atau orang lain menjadi begitu penting untuk menguatkan perasaan berhasil dalam melakukan sesuatu.

Selanjutnya dalam penjelasan yang lebih luas menurut Piaget (1980:110) membagi perkembangan anak usia 6-12 tahun dalam tiga tahapan antara lain:

a. Tahapan pertama:

Anak yang berusia 6-7 tahun biasanya sedang dalam tahap perkembangan kognitif praoperasional. Sehingga ia memiliki beberapa ciri khas yang cukup kentara yaitu: (1). Memusatkan pada akibat-akibat perbuatan; (2). Aturan selalu dipandang dengan statis dan tidak bisa berubah; (3). Hukuman terhadap pelanggaran kerap dinilai bersifat otomatis. Maka tidak heran jika anak-anak pada usia seperti ini berasumsi bahwa moral adalah suatu hal yang riil dalam kehidupan sosial. Mereka selalu takut dengan hukuman.

b. Tahapan kedua:

Anak yang berusia 7-10 tahun. Anak yang dalam usia seperti ini sedang berada dalam kondisi transisi. Meminjam bahasa formalnya Piaget, mereka berada dalam tahap perkembangan kognitif konkret operasional.

c. Tahapan ketiga:

Anak yang berusia 11-12 tahun. Anak yang berada dalam usia seperti ini mulai mempertimbangkan tujuan-tujuan perilaku moral. Ia juga sudah bisa menilai bahwa aturan-aturan moral yang ada hanyalah kesepakatan tradisi dan hal ini sangat dapat diubah.

## 1.8 Tinjauan Teori tentang Desain

### 1.8.1 Teori Warna

Warna termasuk salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain selain unsur-unsur visual yang lain (Sulasmi Darma Prawira, 1989: 4). Lebih lanjut, Sadjiman Ebdy Sanyoto (2005: 9) mendefinisikan warna secara fisik dan psikologis. Warna secara fisik adalah sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. Ali Nugraha (2008: 34) mengatakan bahwa warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenai cahaya tersebut. Selanjutnya, Endang Widjajanti Laksono (1998: 42) mengemukakan bahwa warna merupakan bagian dari cahaya yang diteruskan atau dipantulkan. Terdapat tiga unsur yang penting dari pengertian warna, yaitu benda, mata dan unsur cahaya. Secara umum, warna didefinisikan sebagai unsur cahaya yang dipantulkan oleh sebuah benda dan selanjutnya diintrepetasikan oleh mata berdasarkan cahaya yang mengenai benda tersebut. Warna dapat ditinjau dari dua sudut pandang, dari ilmu fisika dan ilmu bahan (Ali Nugraha, 2008: 34). Lebih lanjut, warna dibagi menjadi dua menurut asal kejadian warna, yaitu warna *additive* dan *subtractive* (Sadjiman Ebdy Sanyoto, 2005: 17–19). Warna *additive* adalah warna yang berasal dari cahaya dan disebut spektrum. Sedangkan warna *subtractive* adalah warna yang berasal dari bahan dan disebut pigmen. Kejadian warna ini diperkuat dengan hasil temuan Newton (Sulasmi Darma Prawira,

1989: 26) yang mengungkapkan bahwa warna adalah fenomena alam berupa cahaya yang mengandung warna spektrum atau pelangi dan pigmen. Menurut Prawira (1989: 31), pigmen adalah pewarna yang larut dalam cairan pelarut. Pada tahun 1831, Brewster (Ali Nugraha, 2008: 35) mengemukakan teori tentang pengelompokan warna. Teori Brewster membagi warna-warna yang ada di alam menjadi empat kelompok warna, yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan netral. Kelompok warna mengacu pada lingkaran warna teori Brewster dipaparkan sebagai berikut:

a. Warna Primer

Warna primer adalah warna dasar yang tidak berasal dari campuran dari warna-warna lain. Menurut teori warna pigmen dari Brewster, warna primer adalah warna-warna dasar (Ali Nugraha, 2008: 37). Warna-warna lain terbentuk dari kombinasi warna-warna primer. Menurut Prang, warna primer tersusun atas warna merah, kuning, dan hijau (Ali Nugraha, 2008: 37, Sulasmi Darma Prawira, 1989: 21). Akan tetapi, penelitian lebih lanjut menyatakan tiga warna primer yang masih dipakai sampai saat ini, yaitu merah seperti darah, biru seperti langit/laut, dan kuning seperti kuning telur. Ketiga warna tersebut dikenal sebagai warna pigmen primer yang dipakai dalam seni rupa.

b. Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan hasil campuran dua warna primer dengan proporsi 1:1. Teori Blon menurut Sulasmi Darma Prawira, (1989: 18) membuktikan bahwa campuran warna-warna primer menghasilkan warna-warna sekunder. Warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning. Warna hijau adalah campuran biru dan kuning. Warna ungu adalah campuran merah dan biru.

c. Warna Tersier

Warna tersier merupakan campuran satu warna primer dengan satu warna sekunder. Contoh, warna jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna primer kuning dan warna sekunder jingga. Istilah warna tersier awalnya merujuk pada warna-warna netral yang dibuat dengan mencampur tiga warna primer dalam sebuah ruang warna. Pengertian tersebut masih umum dalam tulisan-tulisan teknis.

d. Warna Netral

Warna netral adalah hasil campuran ketiga warna dasar dalam proporsi 1:1:1. Campuran menghasilkan warna putih atau kelabu dalam sistem warna cahaya aditif, sedangkan dalam sistem warna subtraktif pada pigmen atau cat akan menghasilkan coklat, kelabu, atau hitam. Warna netral sering muncul sebagai penyeimbang warna-warna kontras di alam. Munsell (Sulasmi Darma Prawira, 1989: 70) mengemukakan teori yang mendukung teori Brewster. Munsell mengatakan bahwa: Tiga warna utama sebagai dasar dan disebut warna primer, yaitu merah (M), kuning (K), dan biru (B).

### 1.8.2 Teori Style Desain

Dalam bukunya Adi Kusrianto mengungkapkan: “Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar tatanan huruf serta komposisi warna serta layout (tata letak atau perwajahan)”.

Desain kartun Berdasarkan cara penyajian humornya, kartun dibedakan atas dua jenis, yakni kartun nonverbal mengandalkan kejenaakaan unsur visual serta gambar yang memainkan logika, dan kartun verbal menggunakan unsur kebahasaan serta gambar jenaka

untuk mencapai tujuan. Kartun banyak digemari oleh banyak orang terutama anak-anak, oleh karena itu banyak orang ingin memiliki kemampuan untuk membuat atau mendesain sebuah kartun yang menarik. Pembuatan kartun secara komputerisasi memberikan banyak keuntungan untuk para animator karena dengan software-software bantuan yang mempunyai tool-tool khusus memberikan efek-efek tertentu yang tidak dapat dibuat secara manual. Dengan hal tersebut menjadikan kartun lebih hidup dan menarik.

### 1.8.3 Teori Poster

Poster merupakan konsep visual yang terdiri dari kombinasi antara garis, warna dan kata-kata (*teks*). Medium poster ditujukan untuk menangkap dan mempertahankan perhatian orang (*eye catching*) agar mereka dapat memahami pesan yang terdapat di dalamnya. Poster yang dirancang dan diproduksi sesuai dengan tujuan yang akan dicapai, pada umumnya mampu mendorong seseorang untuk melakukan tindakan atau action tertentu. Poster perlu dirancang agar mengandung pesan dan informasi yang akurat. Selain itu poster harus dibuat secara menarik sehingga mampu membuat orang mempelajari isi informasi yang terdapat di dalamnya.

Poster pada umumnya bersifat persuasif, membujuk orang untuk melakukan suatu tindakan (action). Kartun merupakan format bahan grafis yang paling populer sebagai suatu medium komunikasi. Kartun didefinisikan sebagai gambar atau karikatur yang dapat memberikan informasi tentang orang atau peristiwa. Medium ini sering diterbitkan dalam media cetak seperti koran, bahan-bahan periodik dan buku. Kartun biasanya berisi informasi yang aktual tentang tokoh, kebijakan dan peristiwa yang tengah berlangsung. Kartun merupakan medium komunikasi yang mudah dimengerti. Medium ini seringkali digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang lucu tanpa mengurangi maksud dan tujuan informasi yang ingin disampaikan. Kartun dapat juga

menunjukkan waktu terjadinya suatu peristiwa. Medium kartun dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi pada pemirsa atau *audience* yang beragam - usia, kondisi social, dan ekonomi.

#### 1.8.4 Teori Layout

Layout secara bahasa artinya adalah Tata Letak. Definisi Layout adalah usaha untuk menyusun, menata dan memadukan unsur-unsur komunikasi grafis ( teks, gambar, tabel dll) menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik. Dalam buku *Layout, Dasar & Penerapannya*, karya Suriyanto Rustan, Gramedia, Agustus 2008, merupakan sebuah buku yang banyak membantu terutama pengetahuan praktis layout. Dalam buku tersebut layout diartikan sebagai:

“...tataletak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya...”

Definisi layout dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan me-layout itu sama dengan mendisain”.

Definisi layout adalah penataletakan atau pengorganisasian atau strukturisasi dari beberapa unsur desain agar teratur dan tercipta hirarki yang baik guna mendapatkan dampak yang kuat dari yang melihat ( Kamus Istilah Periklanan, Matari Advertising ).

Prinsip-prinsip sebuah layout :

1. *Balance* (seimbang) : keseimbangan membantu menentukan ukuran dan peraturan setiap bagian dalam layout, layout tidak seimbang membuat pembaca kesulitan membaca dan akan merasakan sesuatu yang salah pada hal yang ia baca. Ada dua jenis *balance*, yaitu : *symmetric balance* (kuat, stabil) dan *asymmetric balance* (variatif, bergerak).
2. *Rhythm* (irama) : irama merupakan bentuk yang dihasilkan dengan mengulang elemen secara bervariasi. Pengulangan secara

konsisten dan bervariasi adalah kata kunci utamanya, keduanya saling melengkapi karena tanpa adanya variasi, pengulangan akan tampak membosankan. Setiap variasi elemen yang mengalami pengulangan juga harus memiliki kesatuan yang utuh.

3. *Emphasis* (titik berat) : dalam upaya menarik perhatian pembaca, setiap pesan pada layout harus memiliki daya tarik yang tinggi. Jika tidak khalayak akan cepat berpaling.
4. *Unity* (kesatuan) : keseluruhan elemen pada sebuah layout harus saling memiliki satu dengan yang lainnya. Hal ini membantu menentukan banyaknya elemen yang ingin digunakan atau bagaimana penggunaannya.

Selain prinsip-prinsip layout yang diatas, ada beberapa teori layout menurut Frank F. Jefkin (1997), yaitu :

- *The Law of Variety* : sebuah layout harus dibuat bervariasi untuk menghindari kesan monoton.
- *The Law of Balance* : dalam sebuah layout mata pembaca sebaiknya bergerak secara wajar, jadi sebaiknya dimulai dengan urutan yang ada.
- *The Law of Harmony* : bagian dari layout sebaiknya dirancang secara harmonis dan tidak meninggalkan kesan monoton.
- *The Law of Scale* : perpaduan warna terang dan gelap akan menghasilkan sesuatu yang kontras. Hal ini dapat dipakai untuk memberi tekanan pada bagian-bagian tertentu dalam layout (thesis.binus.ac.id).

### 1.8.5 Teori Media

Secara harfiah, kata media berasal dari bahasa latin medium yang memiliki arti “perantara” atau “pengantar”. Menurut Asosiasi Teknologi dan Komunikasi Guruan (*Association for Education and Communication technology/AECT*) mendefinisikan media sebagai benda yang dapat dimanipulasikan, dilihat, didengar, dibaca atau

dibicarakan beserta instrument yang dipergunakan dengan baik dalam kegiatan belajar mengajar, dapat mempengaruhi efektifitas program instruksional (Asnawir dan Usman, 2002:11). Gerlach & Ely, mengatakan bahwa media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap.

Secara khusus, pengertian media dalam proses belajar mengajar cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis, fotografis, atau elektronik untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal (Arsyad, 2002:3). Gagne menyatakan bahwa media adalah berbagai jenis komponen dalam lingkungan siswa yang dapat merangsangnya untuk belajar, sementara itu Briggs berpendapat bahwa media adalah segala alat fisik yang dapat menyajikan pesan serta merangsang siswa untuk belajar (Arif S. Sadiman, 2003:6). Adapun media pengajaran menurut Ibrahim dan Syaodih (2003:112) diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan atau isi pelajaran, merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan kemampuan siswa, sehingga dapat mendorong proses belajar mengajar. Dari berbagai definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa media adalah segala benda yang dapat menyalurkan pesan atau isi pelajaran sehingga dapat merangsang siswa untuk belajar.