

WARNA DARI WARISAN SEBAGAI IDENTITAS: MELIHAT TEKSTIL DAN KULINER JAWA

Anita Rahardja¹, Mita Purbasari²

Department of Visual Communication, School of Design,
Bina Nusantara University, Jakarta
anitarahardja@yahoo.com, mitawahid@binus.edu

Abstract: *Digital technology influences all aspects of life, making global information highly accessible and competitions unavoidable. To stand out in competition, it is necessary to understand our strength, which derived from local heritage. Indonesia is culturally diverse and rich in heritage, untouched and forgotten, especially by young generations. By applying quantitative method, research is conducted to study traditional textiles and culinaries, focusing to Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Semarang and Surabaya, big cities in Java. Digital visual documentation chosen for its close ties with Visual Communication Design (VCD) roots. The goal is to have a deeper understanding of Indonesian culture through cultural color analysis. A series of cultural color morphologies for each city and analysis of their relation using Johannes Itten color theory will be the result of the research.*

Keywords: *Digital, Traditional Textile and Culinary, Cultural Color, Morphology, Color Theory*

PENDAHULUAN

Teknologi digital bukan lagi hanya sekedar jargon dalam keseharian di era ini, melainkan sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan kita. Kemajuan teknologi mempermudah orang untuk mengakses informasi dan pengetahuan yang dapat dengan mudah ditemukan di jejaring dunia maya, dimana hal ini dapat diakses dari berbagai sudut dunia, terutama oleh generasi muda yang piawai memanfaatkan gawainya. Di satu sisi, hal ini merupakan sebuah bentuk kemajuan yang tak dapat ditolak, namun tak dapat dipungkiri terdapat sebuah kemunduran besar, dimana generasi muda makin terasing dengan tanah airnya sendiri. Sebuah contoh sederhana adalah bagaimana generasi muda lebih akrab dengan kudapan ala Barat seperti donat ketimbang kudapan khas daerah

seperti ongol-ongol. Maka dari itu, dirasakan sudah menjadi suatu hal yang penting untuk mengedukasi generasi muda mengenai warisan tradisi Indonesia, yang diharapkan akan membangkitkan kebanggaan akan bangsanya sendiri.

Indonesia tidak hanya memiliki wilayah yang luas dan kekayaan alam, namun juga memiliki kekayaan budaya. Berbagai suku yang seperti Jawa, Sunda, Batak, Minang, Bugis, dan lainnya tersebar dari Sabang sampai Merauke, dimana di masing-masing memiliki cara hidup dan tradisi berbeda yang membawa keragaman budaya. Dengan luasnya ragam budaya dan ritual tersebut maka sebagai obyek penelitian dipilih dua hal, yaitu tekstil dan kuliner. Keduanya merupakan benda yang menjadi kebutuhan mendasar manusia, sandang yang berfungsi sebagai pelindung raga dari cuaca dan pangan yang diperlukan

untuk kelangsungan hidup. Baik sandang maupun pangan bukan hanya bernilai sebagai obyek utilitarian, namun juga mampu bercerita tentang karakter dan sejarah masyarakatnya.

Sebagai bagian dari komunitas yang mempelajari visual, kita turut bertanggungjawab untuk melestarikan dan mempromosikan keunikan warisan budaya Indonesia untuk masa depan melalui desain, sekaligus juga mempersenjatai diri kita masing-masing untuk bersaing di kancah internasional. Kearifan local merupakan hal yang dapat membedakan Indonesia dalam persaingan global.

Warna adalah sesuatu yang akrab dengan keseharian, namun kemampuan mempersepsikannya sebagai dasar pengaplikasian pada proses kreatif dapat dipelajari. Warna merasuki berbagai bentuk komunikasi visual. Sebuah warna atau serangkaian palet warna memiliki kekuaran untuk memuat makna simbolik, membangkitkan emosi atau suasana tertentu, menyampaikan suatu pesan, atau sederhananya dapat menarik perhatian (Woolman, 2009:7). Sebagai elemen visual, warna mampu menyampaikan pesan dan membangun makna tanpa perlu menggunakan kata-kata. Secara universal, Mawar merah dapat ditangkap sebagai ekspresi cinta. Warna dapat menceritakan tentang berbagai hal (nuansa biru kelabu di langit di kota dibandingkan dengan biru cerah di kawasan pegunungan) dan juga dalam hubungan dengan manusia untuk menampilkan makna simbolik yang lebih dalam (ungu yang sering menyandang predikat janda). Tidak ada penjelasan pasti tentang asosiasi ungu dengan janda, salah satu perkiraan adalah mungkin karena ungu banyak digunakan dalam kostum panggung

penyanyi dangdut yang merakyat, dimana dalam atraksi panggungnya sering menonjolkan kesan erotis menggoda sehingga menimbulkan banyak kehancuran rumah tangga. Suasana dan perasaan dapat disampaikan dengan warna, sekaligus juga menciptakan atmosfer tertentu, nuansa warna hangat pada interior kedai kopi menciptakan atmosfer nyaman dan suasana santai. Secara konotatif, warna mengandung nilai simbolik tertentu tergantung pada budayanya masing-masing. Di Indonesia, kuning memiliki konotasi sebagai pengecut, berbeda dengan di Cina yang memiliki makna kerajaan (Darmaprawira, 2002:42-43). Suatu warna yang sama dapat menandung dua warna yang berbeda secara kontras, bergantung pada konteksnya. Di antara budaya yang berbeda, beberapa warna dasar dalam kesempatan berbeda memiliki makna yang berlawanan (Feisner, 2000: 121-122).

Walaupun warna dapat dikelompokkan dari berbagai aspek, namun di sini budaya dipilih sebagai basis penelitian. Analisa asosiasi kultural pada warna merupakan sebuah pendekatan untuk memahami warna budaya (Purbasari, 2017: 256). Hampir seluruh penelitian terdahulu mengambil focus pada aspek psikologinya, namun analisa warna kultural bertujuan untuk memberikan pandangan atas warna lokal. Kurangnya minat akan penelitian warna dari segi kultural, rendahnya perhatian pemerintah akan warisan tradisi dan keterlepasan generasi muda dari keunikan budaya Indonesia adalah alasan dibalik pemilihan tema budaya. Warna mengandung makna sebafei identitas masyarakatnya, yang akan dapat menceritakan filosofi, karakter, pola hidup, norma dan budayanya (Purbasari, 2016:

180). Studi ini bertujuan untuk menemukan identitas warna Jawa melalui tekstil dan kulinernya, yang selanjutnya dapat diterapkan ke dalam berbagai karya desain. Penelitian dibatasi dalam lingkup pulau Jawa, khususnya Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Semarang dan Surabaya, kota-kota besar di Jawa. Obyek material berupa tekstil yang terdiri dari pakaian daerah dan kain tradisional serta kuliner yang berisi masakan dan penganan. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif untuk pendekatan kultural terhadap warna budaya Indonesia. Studi pustaka dijalankan untuk memahami teori warna yang disusun oleh Johannes Itten dan obyek material terpilih secara lebih mendalam. Langkah selanjutnya adalah pengumpulan data baik verbal maupun visual yang dilakukan dengan mengunjungi kegiatan seni dan budaya sekaligus mewawancarai pakar terkait untuk mendapatkan latar belakang sejarahnya. Diikuti dengan pemilihan dan penyusunan data ke dalam sebuah seri Morfologi (Taksonomi) dan pada akhirnya, menganalisa mereka menggunakan teori Itten hingga menjadi format naratif.

TEORI WARNA JOHANNES ITTEN

Berpegang pada jalur pendidikan formal desain komunikasi visual (DKV), area penelitian yang dipilih adalah teori warna dengan dasar teori yang disusun Johannes Itten. Sebagai seniman terkemuka Swiss yang sekaligus menjadi pengajar, perjalanan Itten dalam teori warna dimulai saat belajar dibawah pakar warna Adolf Richard Hölzel dari, yang menuntun pada keterpikatan dan pengaruh oleh karya para *master* sekelas Goethe, Runge, Bezold and Chevrul. Halini berlanjut pada jejaknya sebagai pengajar di “*School of Applied Arts*”

Bauhaus, sekolah seni dan desain yang berpengaruh di Weimar, tempat dimana Itten menyusun teorinya. Itten dikenal sebagai salah satu orang pertama yang berhasil menyusun strategi untuk kombinasi warna, konsep *Color Cords* dan memodifikasi lingkaran warna, kelak diaplikasikan pada system operasi computer. Aspek warna yang dijelaskan Itten bukan hanya terbatas pada psikologis saja namun juga bagaimana efek dari suatu warna ketika disandingkan dengan yang lainnya. Itten membahas tentang kontras, membaginya ke dalam tujuh kategori dimana didalamnya juga mencakup *hue* (warna) dan ragam intensitas. Dia mengamati bahwa tidak semua warna cocok untuk semua jenis kulit, yang menimbulkan tantangan tersendiri dalam dunia mode. Lewat eksperimen di kelas bersama murid-muridnya, Itten menciptakan *Seasonal Colors*. Musim semi, gugur, panas dan dingin untuk kelompok tipe kulit tertentu. Namun penting untuk dicatat bahwa Itten hidup di wilayah yang memiliki empat musim, berbeda dengan Indonesia. Teori Itten masih membentuk inti dari informasi warna yang diajarkan di hampir semua sekolah seni (Morioka, 2006:19).

WARNA KULTURAL JAWA

Teknologi digital sudah tak mungkin dilepaskan dari keberadaan kita sehari-hari, menemukan jalan melalui berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam desain komunikasi visual. Piranti teknologi seperti computer dan kamera digital dapat mendukung proses kreatif desainer agar lebih efisien sekaligus juga melestarikannya dengan lebih baik. Kamera memiliki peran penting dalam mendokumentasi obyek tekstil dan kuliner ke dalam bentuk imagi

atau gambar. Ratusan imaji dikumpulkan dan kemudian dipilah secara visual berdasarkan kualitas foto dan kesamaannya, untuk kemudian disusun menjadi komposisi yang mewakili tiap kota. Kemudian sepuluh warna yang paling sering muncul dicuplik sebagai elemen penyusun morfologi. Karena terdapat jutaan warna di seluruh dunia, maka penggunaan nama yang bersifat generik tidaklah mencukupi, sehingga system kodifikasi warna diadopsi untuk dapat menunjuk secara akurat suatu warna tertentu. CMYK adalah system warna standard an banyak digunakan dalam desain komunikasi visual, dimana kode-kode tersebut memungkinkan pencapaian warna yang presisi dalam percetakan. CMYK adalah singkatan warna pigmen yang digunakan dalam pencetakan, C=cyan, M=magenta, Y=*yellow*, dan K= *key* atau black.

Warna cerah dan segar mendominasi morfologi warna kultural Jakarta. Dalam perhelatan tradisional seperti perkawinan dan sunatan, orang biasa memakai pakaian berwarna cerah dengan kontras tinggi. Pink, merah, kuning, jingga, hijau dan biru bermunculan dalam kostum dan Batik Betawi. Warna-warna ini bahkan juga menghiasi kostum boneka ikon raksasa Ondel-ondel dan hiasan rambut Kembang Kelape yang meriah. Benda kuliner seperti Kerak Telor, Nasi Ulan dan Soto Tnagar didominasi oleh warna kuning, jingga dan merah. Nuansa pink gelap C7M91Y15K0, pink muda C2M71Y0K0, merah C0M99Y96K0, hijau C85M17Y99K3, kuning C6M4Y87K0, biru gelap C67M37Y0K0, jingga C2M76Y100K0, kuning hijau C51M0Y100K0, kuning pekat C2M35Y85K0 and biru muda C61M0Y1K0 adalah warna yang muncul di morfologi

warna Jakarta. Nuansa hijau mendapat pengaruh dari Islam. Merah, kuning, dan biru menandai pengaruh dari kebudayaan Cina. Hal ini menampilkan sifat keterbukaan orang Betawi, sedangkan kombinasi warna kontras menonjolkan sifat penuh semangat dan keteguhan gaya hidupnya.

Skema warna Bandung tidaklah terlalu jauh dari skema Jakarta, beberapa warna lain muncul di sini, namun masih tetap didominasi oleh warna cerah. Masyarakatnya dikenal akan kegemaran mengonsumsi sayur mentah segar seperti pada Lalapan dan Karedok, yang tentunya didominasi oleh warna hijau. Kuning dan coklat dapat ditemukan pada makanan local seperti *Gepuk*, *Surabi* dan *Nasi Timbel*. Sementara sandang seperti Kebaya dan Batik Garut hadir dalam berbagai varian warna cerah. Morfologi warna kultural Bandung terdiri dari hijau tua C70M25Y100K9, hijau muda C25M0Y&6K0, biru tua C90M87Y0K0, biru kehijauan C81M29Y41K3, merah C7M84Y46K0, pink tua C7M84Y46K0, pink muda C0M53Y4K0, kuning muda C4M1Y81K0, kuning tua C7M38Y99K0, dan coklat C22M77Y100K10. Jika dibandingkan dengan warna Jakarta, warna nampak lebih tenang dan sejuk. Hai ini mirip dengan karakter masyarakatnya yang terkenal santai dan cenderung jauh dari hiruk pikuk.

Tekstil khas Yogyakarta adalah Batik Yogya dan Lurik. Batik adalah tekstil dengan pola penuh yang dihasilkan dari pengaplikasian lilin panas pada kain katun maupun sutera yang berfungsi sebagai perintang warna saat pencelupan. Batik Yog6ya atau kerapdikenalsebagai batik Sogan awalnya mendapatkan warnanya dari

pewarna alam kulit pohon Soga (*Peltophorumpterocarpum*). Batiknya sendiri didominasi nuansa warna coklat dan hitam. Lurik adalah kain tenun yang berpola garis, cenderung tebal dan bertekstur agak kasar dengan nuansa warna kusam. Makanan khas Yogya, Gudeg mempunyai warna coklat dan jingga. Kudapan Bakpia dan Tiwul didominasi warna krem dan coklat, sementara Geplak dan Cenil memiliki warna yang lebih cerah. Morfologi warna Yogya terdiri dari warna coklat pekat C50M80Y71K74, coklat tua C41M84Y87K66, coklat kemerahan C34M96Y97K54, coklat C30M91Y100K35, coklat muda C25M85Y100K18, merah C21M96Y100K14, putih susu C9M19Y59K0, hijau C72M31Y100K16, hijau tua C78M49Y93K61, dan biru tua C90M70Y53K54. Dominasi berbagai warna coklat yang merupakan warna tanah, identik dengan karakter masyarakatnya yang rendah hati dan bersahaja, dengan keberadaan sebagian warna yang lebih cerah yang memproyeksikan sifat bersahabat,.

Warna Semarang didominasi oleh nuansa coklat namun dengan sedikit campuran kuning, selain itu tampil warna merah, jingga, kuning dan hijau hasil pengaruh dari Cina. Berada di daerah pesisir membuat Semarang menjadi bagian dari rute bersejarah Jalan Sutera yang dilaluisaudagar dari Cina dan Gujarat. Sebagian hanya melintas, sementara ada yang menetap sehingga memberikan pengaruh bagi kota Semarang. Pengaruh Cina dapat dilihat pada batik Semarangan dan makanan seperti Lumpia dan Tahu. Sejarah Batik Semarangan dapat ditemukan jejaknya sejak masa colonial. Perusahaan batik terkemuka kala itu Tan Kong Tin membawa pengaruh Cina berupa

penerapan motif flora dan fauna (Merak, Ikan, Bangau dan Bambu) serta juga dalam hal warna. Makanan khas seperti Lumpia, Nasi Gandul, Wingko Babad dan Tahu menampilkan beragam nuansa coklat, juga ada warna hitam yang muncul di bumbu Petis. Morfologi warna kultural Semarang terdiri dari coklat C30M62Y100K18, coklat tua C27M76Y100K20, coklat pekat C42M77Y80K60, coklat kemerahan C30M93Y85K36, kuning C0M34Y100K0, hijau kusam C34M11Y78K0, biru indigo C90M70Y53K54, hitam C74M68Y64K81, merah C23M99Y100K16, dan pink C18M85Y38K1. Skema warna kultural ini menyerupai kehangatan masyarakat Semarang yang terbuka terhadap pengaruh luar dan memiliki karakter bersemangat.

Nuansa warna coklat muncul lagi di kuliner khas Surabaya seperti Sate Klopo, Soto Lamongan dan Nasi Krawu, sementara Rujak Cingur dan Rawon mempunyai warna yang lebih gelap (hitam dan hijau kusam). Kerajinan Batik Madura tampil menonjol dengan kombinasi warna yang berani. Morfologi warna kultural Surabaya terdiri atas coklat pekat C53M78Y69K78, coklat tua C35M94Y93K54, hitam C75M68Y93K54, merah jingga pekat C75M68Y67K90, coklat kehijauan kusam C42M60Y84K34, hijau kusam C65M34Y100K18, hijau C65M13Y100K1, krem C18M24Y67K0, coklat kekuningan C30M34Y99K3, dan biru tua C99M90Y38K34. Secara keseluruhan, warna kultural Surabaya cenderung cukup kuat, menggambarkan masyarakatnya yang penuh semangat dan berani serta terkenal lugas.

KESIMPULAN

Skema warna kultural dari ke lima kota di atas dapat dikelompokkan menjadi dua bagian besar berdasarkan tampilan warna gelap dan warna kuat. Bagian pertama adalah Jakarta dan Bandung dengan palet warna yang hamper seluruhnya tidak memiliki campuran pigment hitam (K). Yang kedua berisi Yogyakarta, Semarang dan Surabaya, dengan elemen warna-warna kuat dalam dominasi beragam warna coklat serta mengandung banyak campuran pigmen hitam (K). Skema warna adalah bagian dari proses kerja dalam desain komunikasi visual, karena warna merupakan salah satu elemen desain. Skema warna kultural ini adalah sebuah alternatif lain daripada skema warna klasik yang banyak terdapat dalam buku-buku, namun kali ini bersumber dari warisan tradisi Indonesia sendiri.

Bagian pertama tampil lebih ringan dibandingkan dengan bagian kedua. Melalui morfologi warna kultural, kita dapat mempelajari karakteristik masyarakat dan sejarahnya, sehingga memiliki pemahaman yang lebih mendalam akan budaya Indonesia. Hal ini diharapkan akan membangkitkan kebanggaan akan budaya Indonesia, terutama di kalangan generasi muda agar keberadaan budaya Indonesia mempunyai tempat tersendiri di kancah internasional. Studi ini merupakan pijakan awal untuk analisa warna kultural, dengan harapan akan memancing minat untuk kerja kolaborasi dengan pihak lain dalam melanjutkan analisa serupa di kota-kota besar lainnya di Indonesia.

Itten menulis, “Dia yang ingin menjadi pakar atas warna harus melihat, merasakan dan mengalami tiap warna dalam berbagai kombinasi tanpa akhir dengan banyak warna lain. Warna memiliki kapasitas mistikal untuk ekspresi visual, tanpa menjadi terikat dengan obyeknya.” (Itten, 1970:6).

DAFTARPUSTAKA

- [1] Purbasari, Mita. dan Rahardja, Anita, (2017), *Advanced Science Letters*2 Number 1, 255-258.
- [2] Purbasari, Mita. dan Rahardja, Anita, (2016), *Humaniora*. Vol.7 No. 2, 179-188.
- [3] Darmaprawina, S., (2016), *Warna: Teori dan Kreatifitas Penggunaannya*. Bandung, ITB.
- [4] Fraser, T., Banks, A., (2004), *The Complete Guide to Color*, United Kingdom, Ilex Press Ltd. .
- [5] Feisner, E.A, (2000), *Colour: How to Use Colour in Art and Design*, London, Laurence King Publishing
- [6] Itten, Johannes, (1970) Itten *The Element of Color*, New York, Van Nostrand Reinhold Company .
- [7] Morioka, N., Stone, T.L., dan Adams, S., (2006) *Color Design Workbook: A Real-World Guide to Using Color in Graphic Design*, London, Rockport Publishers, Inc.
- [8] Woolman, M., dan Ford, A., (2009) *100 Visual Idea Color Combination*, Dublin, APB Ltd