

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. PENELITIAN SEJENIS

Dalam Penelitian perlu adanya referensi atau tinjauan penelitian dalam project sejenis yang berfungsi sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang serupa. Berikut ini adalah tinjauan Pustaka sebagai bahan perbandingan dan referensi dari penulisan:

No	Judul & Penelitian	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan dengan perancangan ini
1	BLUE FIRE SEBAGAI SUMBER IDE PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN PROMOSI IJEN BATIK DI BONDOWOSO MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. (Titin Sriwahyuni, 2020)	Perancangan Identitas Visual perusahaan Ijen Batik menggunakan Motif blue fire sebagai identitas visual perusahaan Ijen Batik di Bondowoso	Sama-sama memperkuat sebuah identitas visual agar mudah dikenal oleh masyarakat luas	Perancangan identitas visual sebuah perusahaan Ijen batik di Bondowoso, menggunakan Motif Blue Fire. Tujuannya menciptakan identitas visual untuk memperkuat identitas sebuah perusahaan Ijen Batik di Bondowoso. Sedangkan Motif Kemeja Berbasis Ikonografi DKV. Tujuannya menciptakan identitas visual untuk memperkuat identitas visual sebuah Program Studi DIII Desain Komunikasi Visual.

Tabel 2.1 Relevansi

No	Judul & Penelitian	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2	PERANCANGAN MOTIF BATIK IKON KABUPATEN NGAWI SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENUNJANG INDUSTRI KREATIF. (Ika Mega Aprilliani, 2016)	Perancangan motif batik untuk mempromosikan keunikan daerah ngawi dengan mengambil potensi purbakala dan potensi alam, yang dituangkan pada media batik tulis. Dan serta menggunakan konsep modern, bertujuan mengemas tampilan batik menjadi batik ngawi yang kontemporer atau batik masa kini yang dapat mudah dipahami oleh masyarakat	Perancangan motif batik untuk mempromosikan keunikan daerah ngawi dengan mengambil potensi purbakala dan potensi alam, yang dituangkan pada media batik tulis. Sedangkan Motif Kemeja Berbasis Ikonografi DKV untuk mempromosikan keunikan Program Studi DIII Desain komunikasi Visual Dengan mengambil potensi Ikonografi DKV yang dituangkan pada media <i>Wearable Fashion</i> . Konsep modern bertujuan untuk mengemas tampilan Motif Kemeja Berbasis Ikonografi DKV	Perancangan motif batik untuk mempromosikan keunikan daerah ngawi, sedangkan Motif Kemeja Berbasis Ikonografi DKV untuk mempromosikan keunik Program Studi DIII Desain Komunikasi Visual.

Tabel 2.1.1 Relevansi

No	Judul & Penelitian	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3	PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK HOME INDUSTRI BATIK CEMPAKA (Ahmad Seroja Srytysno Putra, 2024)	Media Promosi Bertujuan menciptakan Indetitas Visual berupa Identitas Merek untuk membangun atau menambah Citra brand batik cempaka dan serta mampu menguatkan Brand Awareness	Sesama Media Promosi bertujuan Menciptakan Identitas Visual Untuk membangun atau menambah sebuah Citra Brand Serta mampu menguatkan Brand Awareness	media promosi untuk HOME INDUSTRI BATIK CEMPAKA bertujuan menciptakan identitas visual berupa identitas merek dan mampu menguatkan Brand Awareness, sedangkan Motif Kemeja Berbasis Ikonografi DKV bertujuan Media Promosi menciptakan Identitas Visual sebuah Program Studi Desain Komunikasi Visual berupa Ikonografi DKV untuk membangun atau menambah sebuah citra Brand Motif Kemeja Berbasis Ikonografi DKV serta mampu menguatkan Brand Awareness

Tabel 2.1.2 Relevansi

2.2. LANDASAN TEORI

Untuk mendukung Perancangan Motif Kemeja Berbasis Ikonografi DKV Sebagai Media Pengenalan Program Studi DIII Desain Komunikasi Visual, beberapa teori berikut digunakan sebagai dasar konseptual.

2.2.1 Teori Surface pattern design

Dalam Teori surface pattern design, istilah surface pattern design diperkirakan berasal dari negara-negara eropa, yang pada awal mulanya memiliki keterikatan yang kuat dengan desain tekstil, dimana kata surface pattern merujuk pada penciptaan motif desain pada tekstil. (Tjandrawibawa, 2020)

Menurut (Tjandrawibawa, 2020), pada awalnya William morris memproduksi lukisan dengan gaya Quattrocento. Quattrocento merupakan budaya dan event artistik serta pergerakan yang terjadi di italia pada abad ke-15, periode utama dari awal Renaissance. Dari lukisan yang dibuat, Morris kemudian merambah ke desain arsitektur dan interior, menciptakan produk komersial yang sukses di sejarah seni inggris berupa pattern tekstil, furniture, dan aksesoris dekorati.

Salah satu ciri khas morris dalam membuat pattern yakni replikasi, struktur berulang-ulang yang mayoritas dalam bentuk botanical, (Tjandrawibawa, 2020)

2.2.2. Teori fashion communication

Identitas dalam masyarakat akan terbentuk Ketika kita berinteraksi dengan orang lain, dan identitas akan terbentuk saat seseorang mendapat pandangan atau reaksi orang lain terhadap kita. Maka bisa dikatakan bahwa fashion merupakan implementasi penting dalam menyampaikan symbol dalam komunikasi non verbal yang menjadikan komunikasi makna dari citra

diri secara pribadi, dan juga fashion menjadi cara untuk membuka secara lebar untuk setiap orang memberikan kesan saat berkomunikasi dengan orang lain, karena fashion bisa menjadi alat komunikasi untuk menyampaikan identitas sosial seseorang dengan menunjukkan siapa diri orang tersebut yang bisa dikategorikan dalam kelompok atau komunitas sosial yang ada berdasarkan pandangan. (Dhimas Abdillah Syarafa, 2020)

2.2.3. Teori branding

Teori Branding, Brand adalah bentuk dari sebuah hubungan yang menunjukkan kepercayaan konsumen kepada merek. Dengan kata lain, merek bisa menciptakan sebuah hubungan antara konsumen dengan produsennya, dimana konsumen memiliki asosiasi dan persepsi atas produk dimaksud. Karena itu, bahwa merek itu bukan sekedar nama, tapi mempunyai kriteria diantaranya adalah value yang dimiliki harus jelas, bisa dibedakan dengan yang lain, menarik baik secara fisik maupun psikologis serta identitasnya kuat. (Bambang D. Prasetyo, 2020)

2.2.4. Teori Semiotika visual

Teori Semiotika Visual, Semiotika merupakan studi tentang bagaimana tanda bekerja dalam menyampaikan makna. Dalam pandangan tanda (*Sign*) merupakan sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain (*Objek*) bagi seseorang dalam suatu konteks tertentu, dan pemahaman terhadap tanda tersebut disebut interpretant, ketiga elemen ini representamen, object, dan interpretant merupakan struktur dasar dari tanda. (Delvina Amelia Ramadhani, 2025)

Tanda dibagi menjadi 3 kategori utama berdasarkan relasi antara representamen dan objeknya, **ikon, symbol, indeks**, yakni sebagai berikut:

1. Ikon

Ikon merupakan tanda memiliki hubungan kemiripan (*Resemblance*) dengan objeknya

2. Indeks

Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan kasual atau eksistensial dengan objek.

3. Simbol

Simbol merupakan tanda yang hubungannya dengan objek dibentuk melalui konvensi sosial dan kesepakatan budaya

2.2.5 Teori Ikonografi Panofsky

Teori Ikonografi Panofsky, Ikonografi ialah cabang dari sejarah seni yang melibatkan hal benda dan makna sebuah karya seni. (Andy Sumbing, 2019)

Teori ikonografi diperincikan melalui 3 tahap penilaian, yaitu deskripsi pra ikonografi, analisis ikonografi, dan interpretasi ikonologikal. Penerangan terhadap setiap tahap adalah seperti berikut :

a. Deskripsi pra ikonografi

Pada tahap pertama hanya berlaku pengenalan pastian terhadap object dan events. Proses ini juga dikenali sebagai factual meaning dan ekspressional meaning. Factual meaning adalah proses dimana pengenalan pastian tentang data yang dapat dilihat melalui pengalaman. Expressional meaning merupakan rasa yang lahir melalui ungkapan individu. Imej, warna, dan tipografi yang telah dikenal pasti dikenali sebagai motif artistic. Pengenalan pastian yang melibatkan aspek formalistik seni di istilahkan sebagai deskripsi pra ikonografi.

b. Analisis Ikonografi

Analisis Ikonografi adalah tahap kedua yang melibatkan makna sekunder terhadap sebuah karya seni visual. Makna sekunder yang merangkumi berbagai interpretasi image, cerita, dan kiasan bertujuan membedakan antara tekstual dan kontekstual. Hal ini melibatkan rujukan-rujukan perpustakaan yang berlandaskan berbagai sudut.

c. Interpretasi Ikonologikal

Interpretasi Ikonologikal merupakan makna intrinsik atau kandungan nilai-nilai simbolik yang terdapat pada karya seni visual yang melibatkan pendekatan psikologis dan pengamatan terhadap perkara yang berlaku diluar karya seni visual.