



EON Inspirasi
Edisi Dr. Nor'aishah Abu Shah

Rahsia Lebah
Sains vs Alquran

Warisan Semulajadi Geologi
Hubungan dengan Flora dan Fauna

Basic Navigation in Forest
Tips and tricks

ISSN 2773-5869



9 772773 586005

Makalah Akademia

FLORA DAN FAUNA DALAM KOMUNIKASI VISUAL

Oleh

Shahrnizam bin Sulaiman
Kolej Pengajian Seni Kreatif, UiTM Cawangan
Perak, Kampus Seri Iskandar,
32610 Seri Iskandar, Perak, Sembilan

shahrnizam@uitm.edu.my

EDITOR: DR. NOR'AISHAH ABU SHAH

Kehidupan manusia telah lama terjalin dengan persekitaran terutama sekali flora dan fauna yang terdapat di dalam alam semulajadi. Alam semulajadi anugerah Tuhan ini mengandungi nilai yang amat berharga dan tinggi nilainya, baik dari segi perubatan, bahan, kegunaan, malah fungsi alami yang boleh diterjemahkan sebagai nilai estetika yang cukup halus dan tinggi nilainya. Hubungan rapat antara tradisi dan ekosistem semulajadi, adalah sangat jelas, dengan menginterpretasikan flora dan fauna asli. Keharmonian utuh yang wujud pada dasarnya telah berkembang sebagai khazanah yang amat tidak ternilai. Keharmonian ini mencakupi bukan setakat produk fizikal dan gaya kehidupan, malah telah melangkaui integrasi prinsip-prinsip didalam falsafah seni dan rekaan tradisional tempatan.

Sejak zaman berzaman, masyarakat nusantara sangat terkenal dalam menterjemahkan alam semulajadi sebagai satu metafora seni dan kehidupan sejagat, samada dalam seni visual, tekstil, tembikar, ukiran, malah senibina dan pertukangan. Didalam flora dan fauna yang terdapat didalam alam semulajadi ini, terdapat beberapa kategori yang boleh diterjemahkan kedalam bentuk komunikasi visual. Alam semulajadi yang terdiri dari, tumbuh-tumbuhan yang terdiri dari akar, daun, batang ranting, pucuk, bunga mengandungi rupa, bentuk, garisan, warna, corak dan bahan. Serangga dan haiwan juga merangkumi bentuk, garisan, tekstur, warna, struktur dan sebagainya.

Semua ini memiliki banyak kegunaan dari segi struktur, material, warna, corak dan rekabentuk.

Komunikasi visual merupakan satu proses komunikasi tanpa lisan (non-verbal communication), di mana ianya mengandungi aspek imej, simbol, piktogram, muka taip, warna dan ilustrasi. Kehadiran unsur flora dan fauna amatlah signifikan di dalam rekaan komunikasi visual seperti, simbol dan logo sebagai satu identiti visual korporat, ikon, dan sebagainya. Malah penggunaan flora dan fauna sangatlah signifikan didalam penjenamaan sesebuah negara dan organisasi.

Setiap negara di dunia ini mempunyai simbol yang melambangkan identiti atau imej nasional, sekali gus menjadi satu nilai perlambangan nasional. Terdapat negara-negara di dunia yang menggunakan haiwan sebagai simbol bagi mewakili negara berkenaan. Berdasarkan nilai estetika tradisi yang diwarisi, haiwan tersebut juga dipilih berdasarkan aspek ekologi, mitologi, dan aspirasi setempat yang berjaya menggambarkan falsafah budaya negara tersebut.

Negara kita Malaysia juga tidak terkecuali dan terkenal dalam menggunakan binatang harimau belang sebagai simbol di dalam banyak aspek komunikasi visual. Antaranya adalah pada jata negara, lambang pasukan bolasepak negara yang diberi gelaran 'Harimau Malaya'. Selain dari itu, bank nasional tempatan Maybank, yang dahulunya dikenali sebagai Malayan Banking Berhad, juga menggunakan harimau sebagai logo korporat bank berkenaan. Harimau belang juga turut digunakan sebagai logo kereta nasional, Proton. Satu lagi contoh penggunaan haiwan dalam rekaan logo syarikat korporat nasional adalah penggunaan haiwan kanggaru, bagi syarikat penerbangan nasional Australia, iaitu Qantas Australia. Penggunaan haiwan kanggaru didapati sangat sinonim dengan negara Australia yang mana haiwan tersebut amat terkenal terdapat di negara berkenaan.

Tumbuh-tumbuhan juga banyak digunakan sebagai simbol bagi melambangkan identiti sesebuah negara. New Zealand, sebuah negara yang terkenal dengan alam semulajadi yang asli dan segar menggunakan daun paku-pakis (fern) sebagai simbol mewakili negaranya. Simbol ini terdapat pada jata negara mereka, dan digunakan sebagai logo syarikat penerbangan nasional Air New Zealand. Simbol pucuk paku yang dikenali sebagai 'koru' dalam bahasa orang asli Maori New Zealand, adalah karya seni alam semula jadi yang indah. Walaupun ia kelihatan rapuh, namun dalam situasi yang paling mencabar, ia mampu tumbuh semula. Malah kebanyakan tanda atau logo yang mewakili negara New Zealand, seperti Imigrasi New Zealand, juga menggunakan daun paku-pakis ini. Contoh lain adalah pasukan Ragbi New Zealand yang digeruni juga malah menggunakan daun paku-pakis sebagai simbol identiti pasukan ragbi New Zealand *All Blacks* mereka.

Warna juga mempunyai peranan dalam komunikasi visual. Warna mempunyai kesan secara langsung terhadap tingkah laku dan naluri manusia. Mata dan otak manusia mentafsir warna secara mental dan emosi, dan hasilnya memberi maksud kepada warna yang tersendiri. Warna juga ditegaskan mampu mempengaruhi pengguna dalam membuat pilihan dan produk yang mereka beli. Boleh dijelaskan juga bahawa warna sering melambangkan penyatuan budaya dan pendapat. Dalam menyampaikan maksud yang tepat kepada warna yang digunakan melambangkan kaitan terhadap maksud dan fungsi berkaitan. Contohnya, warna hijau sangat berkait rapat dengan tumbuh-tumbuhan dalam alam semulajadi. Tumbuh-tumbuhan dan alam semula jadi boleh dikaitkan dengan alami (natural) dan organik. Malah produk-produk kesihatan, alami, dan asli akan menggunakan warna hijau didalam logo, dan dalam rekaan pembungkusan mereka.

Penggunaan warna berdasarkan flora dan fauna dari alam semulajadi juga digunakan dalam melambangkan bahan kandungan utama, rasa, perisa produk-produk kosmetik, makanan, minuman dan lain-lain. Adalah amat penting untuk memastikan warna yang digunakan adalah tepat agar ianya melambangkan bahan produk yang dijual dan berkeupayaan mempengaruhi pelanggan secara langsung apabila melihat produk atau pembungkusan produk tersebut. Jika sesebuah produk kosmetik tersebut menggunakan buah anggur sebagai bahan asas atau bahan utama, warna yang digunakan bagi rekaan logo produk, jenama produk dan pembungkusan akan menggunakan warna ungu yang melambangkan buah anggur. Begitu juga dengan bahan kandungan bagi bahan-bahan lain, warna yang digunakan haruslah melambangkan bahan tersebut, seperti merah strawberi, kuning lemon dan sebagainya.



Gambar 1: Logo Maybank.

(Sumber: <https://1000logos.net/maybank-logo/>)



Gambar 2: Logo penerbangan Qantas Australia.

(Sumber: <https://1000logos.net/qantas-logo/>)



Gambar 3: Logo Penerbangan Nasional Air New Zealand.

(Sumber: <https://companieslogo.com/air-new-zealand/logo/>)

Pada keseluruhannya, terdapat elemen-elemen lain yang berkaitan dalam komunikasi visual iaitu, muka taip, bentuk, garisan, jalinan, imej dan ilustrasi. Setiap elemen ini memainkan peranan penting dalam memastikan idea yang ingin disampaikan melalui komunikasi visual berkesan selari dengan maksud dan konsep yang berkaitan. Semua ini dapat memastikan komunikasi visual lebih efektif dan berkesan berdasarkan unsur perlambangan yang berkaitan.