

## **KAJIAN SEMIOTIKA DESAIN PRODUK “HUG SALT AND PEPPER SHAKER”, KARYA DESAINER ALBERTO MANTILLA**

**Royke Vincentius F**

Staff Pengajar Program Studi Desain Produk, Jurusan Desain  
Politeknik Negeri Samarinda  
e-mail: rvincentius@gmail.com

### ***Abstrak***

*Koentjaraningrat (2002) melihat bahwa kebudayaan memiliki wujud sebagai 1) ide atau gagasan, 2) sebagai aktivitas atau tindakan, dan 3) sebagai benda hasil karya manusia. Hal tersebut berarti suatu artefak sebagai wujud benda dari kebudayaan dapat mencerminkan berbagai aspek tak benda yang berada disekitar lingkungan penciptaan artefak tersebut. Desain Produk “Hug Salt and Pepper Shaker” karya desainer Alberto Mantilla menarik untuk dikaji karena menampilkan ciri-ciri visual simbol-simbol ideologi Timur padahal kebangsaan desainer dan lokus penciptaannya berada di dunia Barat. Dalam tulisan ini akan dikaji makna produk tersebut melalui intrepertasi semiotis menggunakan kombinasi metode dan teori yang dikembangkan oleh Roland Barthes, Mongin-Ferdinand de Saussure dan Charles Sanders Peirce. Tahapan analisa akan dimulai dengan melakukan klasifikasi tanda berikut intrepertasi maknanya, yang selanjutnya akan digali pula makna dalam relasi antar tandanya.*

*Melalui serangkaian kajian terebut dapat disimpulkan bahwa produk itu secara visual memiliki makna konotatif mengenai persahabatan, keharmonisan hubungan antar individu, kesetaraan dan penerimaan satu sama lain; dan ada mitos yang dipercayai oleh sang desainer bahwa ideologi Taoisme (Yin & Yang) adalah ideologi yang tepat untuk mewujudkan hal tersebut.*

**Kata kunci :** *Semiotika, Salt & Pepper, Yin & Yang, Taoisme*

### ***Abstract***

*Koentjaraningrat (2002) suggested that cultures can be seen as 1) ideas, 2) activities, and 3) artefacts. It is can be concluded that artefacts as tangible aspects of cultures can be used to predict a lot of intangible aspects of cultures that surrounds a community on which the cultures grow. The “Hug Salt and Pepper Shaker” designed Alberto Mantilla is quite interesting to be analyzed. The product shows visual traits of ancient Eastern Ideology symbol, while the desainer grew in the western culture.*

*The paper are going to do series of analysis using a combination of semiotic method and theory that is propossed by Roland Barthes, Mongin-Ferdinand de Saussure dan Charles Sanders Peirce. Started with doing several sign classification and its meaning, followed by analysis on the meaning of the relations that is formed between the signs.*

*Through the analysis can be concluded that visual traits on the product has conotative meaning of friendship, harmony, equality and acceptance. On the second level of meanings it can be seen that the designer believed on mith, that Taoism is the most suitable ideology to make those condition comes true.*

**Keywords :** *Semiotic, Salt & Pepper, Yin & Yang, Taoism*

## I. Pendahuluan

Kebudayaan dianggap telah muncul sejak adanya manusia. Koentjaraningrat (2002) melihat bahwa kebudayaan memiliki wujud sebagai 1) ide atau gagasan, 2) sebagai aktivitas atau tindakan, dan 3) sebagai benda hasil karya manusia. Jika suatu ide atau gagasan dianggap sangat penting maka ia akan dinyatakan melalui tindakan dan diwujudkan sebagai benda. Berdasarkan pendapat Koentjaraningrat tersebut, suatu artefak sebagai wujud benda dari kebudayaan dapat mencerminkan berbagai aspek tak benda yang berada disekitar lingkungan penciptaan artefak tersebut. Demikian pula dengan desain produk yang akan dikaji dalam tulisan ini. Desain Produk "Hug Salt and Pepper Shaker" karya desainer Alberto Mantilla menarik untuk dikaji karena menampilkan ciri-ciri visual simbol-simbol ideologi Timur padahal kebangsaan desainer dan lokus penciptaannya berada di dunia Barat.

Alberto Mantilla merupakan seorang desainer yang berasal dari New York, Amerika Serikat. Merupakan founder biro konsultan desain Curve ID. Bersama Scott Henderson yang juga adalah seorang desainer ia mendirikan Mint Inc, yang merupakan outlet untuk produk-produk kreatif yang mereka buat.

Kajian terhadap makna desain produk ini mungkin dapat menjadi salah satu cara melihat nilai apa yang coba di-metaforakan sang desainer melalui tampilan visual desainnya. Selain itu akan coba juga dikuak aspek mitos apa yang diyakini sang desainer, yang kemudian ditunjukkannya melalui karya desain Salt & Pepper shaker tersebut.

## II. Metode Kajian

Produk ini diberi judul "Hug Salt and Pepper Shaker" oleh desainer Alberto Mantilla. Penulis akan mengkaji makna yang muncul dari intepertasi semiotis terhadap produk wadah garam dan merica yang didesain oleh desainer Alberto Mantilla.

Penulis akan mengkaji makna dalam desain produk ini dengan menggunakan kombinasi metode dan teori yang dikembangkan oleh Roland Barthes, Mongin-Ferdinand de Saussure dan Charles Sanders Peirce. Tahapan analisa akan dimulai dengan melakukan klasifikasi tanda berikut intepretasi maknanya, yang selanjutnya akan digali pula makna dalam relasi antar tandanya.

## III. Analisa

### III.1. Klasifikasi tanda

Saussure melihat bahwa tanda adalah sebuah struktur yang memiliki dua komponen, yaitu komponen fisik dan komponen konseptual (Danesi, 2007). Substansi yang bersifat material dan sering berupa hal nampak secara visual atau ter-inaera disebutnya sebagai Signifier, sementara aspek mental dari tanda-tanda tersebut, yang sering tak ter-inaera atau bisa juga disebut sebagai konsep disebutnya dengan istilah Signified (Budiman, 1999 ). Berdasar pandangan strukturalis mengenai semantic versi Saussure, makna adalah nilai dari sebuah konsep dalam seluruh sistem semiologikal (Noth, 1995). Segala sesuatu yang ada di dalam bahasa didasarkan atas relasi-relasi, dalam hal ini adalah kata-kata sebagai tanda yang saling berasosiasi dalam sebuah sistem tanda untuk menghasilkan makna (Budiman, 1999). Oleh karena itu sangat penting dalam kajian semiotika struktural untuk mengetahui dan mengklasifikasikan tanda.

Dalam mengkaji Desain Hug Salt and Pepper Shaker ini penulis memilah produk tersebut menjadi 4 buah tanda pada tataran makna pertama, yaitu pada tataran benda sebagai obyek, berupa tanda-tanda yang dapat kita lihat (wujud fisik). Obyek memiliki tanda-tanda yang saling terhubung sebagai suatu relasi syntagmatic, dimana relasi tanda-tanda tersebut saling berasosiasi sehingga menghasilkan suatu makna tertentu. Tanda-tanda dalam Obyek yaitu produk Hug Salt and Pepper Shaker itu sendiri dapat dipilah menjadi 4 yaitu :

- a. Figur Manusia dan perbandingan ukuran antar kedua figur tersebut.
- b. Gestur, yaitu gestur yang dapat dilihat antara dua figur manusia.
- c. Jarak antar kedua wadah yang ditampilkan dalam bentuk figur manusia.
- d. Warna, dimana warna hitam dan putih digunakan untuk masing-masing wadah.

Makna pada tataran kedua dapat ditemukan dengan jalan melihat dua tanda yang lainnya, yang akan menghasilkan makna konotasi dan mitos, yaitu:

1. Konsep relasi Garam dan Merica di meja makan ala Barat.
2. Visualisasi simbol Yin dan Yang pada pandangan tampak atas dari produk.

### III.1.1. Objek Desain

Secara visual dalam objek desain produk salt & pepper shaker ini dapat dilihat empat (4) tanda yang menarik dan diduga mewakili makna tertentu. Keempat hal tersebut yaitu perbandingan ukuran antar dua figur manusia, gestur, warna dan proxemic (keberjarakan) antara wadah garam dengan wadah merica dalam komposisi produk tersebut secara utuh. Berikut adalah makna tataran pertama dari keempat tanda tersebut :

#### *a. Figur Manusia dan Perbandingan Ukuran Diantara Keduanya*

Secara visual nampak bahwa masing-masing wadah memiliki bentuk yang sama persis. Wadah tersebut dipersonifikasi sehingga dapat dilihat sebagai ikon manusia dimana terdapat kepala, mata, tangan, tubuh dan kaki (gambar 1). Melalui fitur visual yang seolah mewakili kepala, mata, tangan, tubuh dan kaki; dapat disimpulkan bahwa bentuk tersebut merupakan metafora dari figur manusia. Melalui bentuk yang menyerupai manusia dan jumlah yang bukan hanya satu melainkan dua (dalam tiap set-nya) tersebut, desainer produk Hug salt & pepper shaker mencoba mengkaitkan as-

pek hubungan sosial antar manusia dengan konsep hubungan antara garam dan merica yang akan dijelaskan kemudian.

Kedua wadah tersebut didesain memiliki kesamaan yang hampir identikal antara yang satu dengan yang lain; dari mulai bentuk, gestur, ukuran, bahkan fitur yang mungkin lebih bersifat fungsional yaitu posisi, bentuk dan jumlah lubang pada kepala.

Hubungan antara dua benda dalam satu tampilan dapat ditentukan melalui posisi dan proporsi antar satu objek dengan yang lainnya (Leborg, 2004). Keidentikan antar dua objek tersebut (wadah garam dan wadah merica) dapat dilihat sebagai kesetaraan. Jika dikaji menggunakan menggunakan prinsip binary oposition; maka jika ukuran suatu objek tidak sama maka tidak terlihat lagi konsep kesetaraan tersebut; dimana objek yang lebih besar akan terlihat menjadi superior terhadap yang lain, ada yang nampak sebagai tokoh utama ada yang nampak sebagai tokoh pendukung saja. Maka dapat disimpulkan bahwa jenis hubungan sosial yang coba ditampilkan adalah kebersamaan. Dan jenis kebersamaan tersebut adalah kebersamaan yang setara dimana kedua tokoh memiliki kedudukan dan status yang sama, setara, sama kuat ;bukan dalam sebuah bentuk hubungan yang hirarkis, dimana ada tokoh yang posisinya secara status lebih tinggi dari tokoh yang lainnya.

#### *b. Gestur*

Gestur yang ditunjukkan dapat digambarkan seperti dua orang yang saling mengulurkan tangan (gambar 2). Menurut Saussure makna juga dicari melalui prinsip binary opposition (Danesi, 2007). Hubungan yang tidak harmonis dapat dilihat jika jarak diantara keduanya jauh atau harmonis jika jarak keduanya dekat. Namun kita harus meyakinkan diri bahwa gestur tersebut memang gestur memeluk. Jika gestur tersebut dilihat seperti orang yang sedang bergulat, berkelahi dan saling mencengkeram; gestur tersebut dapat dibaca sebagai jenis hubungan yang tidak harmonis. Makna gestur

memeluk akan diperkuat lagi ketika desain produk tersebut dikaitkan dengan lambang Yin dan Yang ala Taoisme, yang akan dibahas kemudian. Judul dari produk itu dapat digunakan sebagai penjangkaran / anchor agar makna tidak meluas kemana-mana; yaitu "hug" atau "pelukan", sehingga maknanya dapat dipersempit dan disimpulkan bahwa gestur tersebut menandakan sebuah hubungan yang harmonis, yaitu sebuah gestur memeluk.

### *c. Warna*

Warna yang digunakan dalam produk Hug Salt & Pepper Shaker ini adalah warna hitam dan putih. Dalam konsep binary opposition, warna hitam sering dioposisikan dengan warna putih. Sangat menarik jika kemudian dua warna yang bersifat saling bertentangan dimunculkan dalam sebuah teks secara bersama-sama dalam suatu relasi yang setara seperti telah dijelaskan sebelumnya. Dalam beberapa kebudayaan warna hitam sering memiliki makna negatif dan diasosiasikan sebagai "evil" atau "darkness" sementara warna putih sering memiliki makna positif atau baik dan diasosiasikan sebagai "good" atau "light" (Dharmaprawira W.A. 2002). Konsep tersebut memiliki makna ada yang superior dibanding yang lain, atau dapat juga dimaknani yang satu lebih baik dari yang lain; namun tidak demikian nampaknya makna pemakaian warna hitam dan putih pada produk ini. Citra tampak atas dari produk ini dapat dijadikan penjangkar atas makna dari penggunaan warna hitam dan putih tersebut, maka dapat kita lihat ciri visual dari simbol Yin and Yang (gambar 3). Melalui ciri visual tersebut, secara konotatif maknanya dapat dikaitkan dengan simbol Yin dan Yang.

### *d. Proxemic Dalam Gestur Memeluk*

Seperti yang diungkapkan oleh Hall (1969), tiap manusia memiliki semacam teritori tak terlihat yang dirupakan lapisan-lapisan kulit bawang. Lapisan tersebut adalah teritori yang berlaku terhadap orang-

orang berbeda dengan tingkatan hubungan keintiman yang berbeda terhadap si pemilik teritori. Gestur memeluk artinya terdapat jarak sebesar 0' antara satu orang dengan orang lain. Hall (1969) mengungkapkan bahwa jarak 0' adalah menyatakan bahwa orang yang satu dengan orang yang lain memiliki hubungan yang sangat intim.

Dalam desain produk Hug Salt and Pepper Shaker tersebut, terdapat dua tokoh (makna konotatif) atau dua wadah (makna denotatif) yang sengaja dibuat terpisah, padahal bisa saja wadah semacam ini bisa saja dibuat menjadi satu dengan sekat ditengah dan lubang berbeda. Tetapi alih-alih memilih opsi menyatu tersebut, sang desainer tetap mempertahankan bentuk terpisah tersebut. Hanya saja dua figur tersebut dibuat dengan gestur memeluk agar dapat tergambar bahwa ada dua tokoh yang dapat saling memeluk untuk membuat suatu kesan visual menyatu (gambar 4 dan 5). Dengan demikian dapat disimpulkan secara proxemic bahwa dalam gestur memeluk tersebut terdapat suatu jenis hubungan yang intim atau dekat diantara dua tokoh tersebut.

### **III.1.2. Konsep "Salt and Pepper" atau "Garam dan Merica"**

Kehadiran dua wadah dari dua produk berbeda sebagai satu seri ini tidak dapat dilepaskan dari adanya budaya dalam dunia penataan meja makan di dunia barat mengenai Salt and Pepper atau Garam dan Merica. Danesi memaparkan bahwa mencari tahu apa arti dari sesuatu dalam konteks budaya tertentu berarti menyelidiki suatu makna yang bersifat konotatif (Danesi, 2007). Dalam budaya Barat, garam dan merica dianggap sebagai bumbu dasar utama. Penambahannya dalam masakan tidak memerlukan perlakuan khusus, bahkan dapat dilakukan saat masakan sudah dihidangkan diatas meja. Karena itu garam dan merica biasa selalu ada di meja makan (gambar 6A, 6B dan 6C). Ketika garam hadir diatas sebuah meja makan, merica juga biasanya tersedia, den-

gan penempatan yang biasanya berdekatan. Hal itulah yang kemudian memunculkan frasa dalam bahasa Inggris “Salt and Pepper”, yang menunjukkan bahwa salt adalah pasangan pepper, sebagai konsep keberpasangan.

Namun secara hirarkis, hubungan antara keduanya dalam makna frasa “salt and pepper” tersebut bukan merupakan sebuah hubungan hirarkis yang memiliki tingkatan status seperti misalnya frasa yang digunakan pada tokoh Batman & Robin atau Lone Ranger & Tonto, dimana yang seorang merupakan tokoh utama sedang yang lainnya adalah tokoh pendukung atau pembantu. Salt and Pepper lebih bersifat setara dimana ketika muncul bersama-sama keduanya berkolaborasi menghasilkan rasa yang lezat.

### III.1.3. Simbol Yin and Yang

Prinsip fundamental dalam simbol Yin and Yang (gambar 7) adalah keseimbangan dan keberpasangan; dimana terdapat kekuatan alam yang saling berlawanan namun saling melengkapi dan mengimbangi, bukan bertentangan (Parinder, 2005). Kedua komponen tersebut dapat menciptakan sebuah kondisi yang stabil dan seimbang jika ada harmony antara keduanya (Valentine-Marshall & Walker dalam Durlabhji, 2004).

Dalam simbol Yin and Yang, alih-alih membuat pembagian tepat ditengah pada sebuah lingkaran, simbol ini membuat semacam liukan yang dinamis seolah-olah masing-masing bagian hitam dan putih bergerak dalam satu putaran, seperti dijelaskan dalam gambar 8. Gerakan dan gestur dinamis tersebut dapat dimaknai bahwa keadaan harmonis bukan tercipta melalui keberdamaian diri melainkan melalui suatu tindakan aktif. Berarti untuk mencapai suatu kondisi harmonis dibutuhkan usaha. Yang kedua, bentuk dinamis tersebut seolah-olah menggambarkan bahwa yang satu saling membiarkan yang lainnya masuk kedalam teritorinya sebagai sebuah kepercayaan bahwa yang satu tidak akan membahayakan

yang lain, dan menggambarkan penerimaan elemen yang satu akan kehadiran yang lain.

## III.2. Relasi Antar Tanda dalam Sistem Tanda

Sebagaimana telah dijelaskan diatas bahwa penulis mengkaji produk ini dengan membagi teks dalam produk tersebut menjadi tiga tanda, dengan demikian akan terdapat juga 3 buah relasi antar tanda.

### III.2.1. Konsep “Salt and Pepper” dan Produk

Dalam hubungan antar dua tanda tersebut dapat kita lihat suatu relasi metafora, dimana hubungan yang harmonis antar manusia sebagai makna konotatif dari tampilan fisik/visual produk direlasikan secara metaforik dengan konsep kebersamaan salt and pepper diatas meja makan dalam budaya barat.

### III.2.2. Konsep “Salt and Pepper” dan Visualisasi Simbol Yin and Yang

Disini juga dapat dilihat suatu relasi metafora, dimana konsep kebersamaan salt and pepper di relasikan atau disetarakan atau dianggap sama dengan konsep Yin and Yang dalam filsafat Taoisme.

### III.2.3. Produk dan Visualisasi Simbol Yin and Yang

Dalam hubungan antara dua tanda ini justru terdapat dua jenis relasi jika dikaitkan dengan maknanya dimana gestur berpelukan, ukuran yang sama, dan makna yang dapat dilihat mengenai suatu keharmonisan dalam keberbedaan, dengan simbol Yin and Yang makna terdapat suatu relasi metafora. Sedangkan jika Gestur Liukan memeluk, penampilan tampak atas dan warna hitam putih direlasikan dengan simbol Yin and Yang maka dapat dilihat suatu relasi metonimi.

#### IV. Kesimpulan & Saran

##### IV.1. Kesimpulan Makna Teks

Konsep salt and pepper di meja makan ala barat yang memiliki makna konotatif mengenai konsep kebersamaan, keberpasangan atau saling melengkapi satu sama lain. Produk itu sendiri dimana secara visual didapatkan suatu makna konotatif mengenai persahabatan, keharmonisan hubungan antar individu, kesetaraan dan penerimaan satu sama lain. Dan visualisasi simbol Yin and Yang yang secara filosofis juga bermakna keharmonisan dalam keberbedaan.

Menurut Peirce, metafora adalah tanda yang "merekpresentasikan suatu karakter representatif dari representamen dgn cara merepresentasikannya dengan sesuatu yang lain secara paralel" (Johansen & Larsen, 2002). Teks tersebut dapat kita tafsirkan sebagai gambaran hubungan manusia yang harmonis dalam kesetaraan dalam keberbedaan tanpa ada diskriminasi. Hubungan manusia direlasikan secara metafora seperti konsep salt and pepper dan berjalan sebagaimana konsep Yin and Yang yang melihat harmoni sebagai hasil dari keberadaan dan keseimbangan dari dua hal yang sangat berbeda bahkan bertolak belakang.

Menurut Barthes, mitos bekerja dengan cara membalik sesuatu sesuatu yang kultural atau historis menjadi alamiah (Budiman, 1999). Sementara mitos modern adalah merupakan sistem semiotika tataran kedua yang dibangun berdasarkan prinsip konotatif.

Dalam teks ini juga dapat kita lihat dua buah mitos, yaitu:

1. Ada suatu cara pandang yang negatif akan keberbedaan. Manusia diciptakan dengan berbagai perbedaan ras, suku, warna kulit, agama, keyakinan dll; namun pada hakikatnya semua manusia adalah spesies yang sama dan setara. Manusia yang satu melihat manusia lain yang memiliki perbedaan ras, agama, keyakinan, suku dll seolah-olah adalah "spesies" yang berbeda dengan mereka. Sehingga mereka mulai saling mencoba

membuat hirarki; siapa yang lebih tinggi, siapa yang lebih benar, siapa yang lebih beradab dsb. Saat menampilkan spesies manusiapun, mereka membawa-bawa perbedaan itu, seperti menampilkan dengan warna hitam dan putih pada produk ini. Padahal jika kita melihat manusia sebagai spesies yang sama sebenarnya tidak perlu menampilkan perbedaan tersebut.

2. Yin and Yang (Taoisme) sebagai ideologi yang dianggap paling ideal, dapat mengakomodasi (mengajarkan) tata cara hidup yang harmonis menuju keseimbangan dan keharmonisan kehidupan dunia.

##### IV.2. Saran

Fokus kajian dalam tulisan ini lebih banyak menekankan pada produk atau artefak sebagai objek, sehingga masih terbuka peluang untuk melakukan pengkajian terhadap desainer sebagai subjek pembuat karya tersebut. Kajian yang dapat dilakukan termasuk tentang kondisi lingkungan tempatnya tumbuh dan berkarya, dan bagaimana sikapnya terhadap ideologi yang berkembang disekitarnya sebagai lokus penciptaan karya desainnya.

---

**Daftar Pustaka**

- Budiman, Kris. 1999. Kosa Semiotika. Yogyakarta :LKiS.
- Danesi, Marcel. 2007. The Quest For Meaning: A Guide To Semiotic Theory And Practice. Toronto: University of Toronto Press.
- Darmaprawira W. A, Sulasmi. 2002. Warna, Teori dan Kreativitas Penggunaannya. Bandung : Penerbit ITB.
- Durlabhji, Subhash. 2004. The Tao of Organization Behaviour. Journal of Business Ethics, Vol 52. Netherlands: Kluwer Academic Publishers. (diunduh dari [www.springerlink.com](http://www.springerlink.com), 8 Maret 2011).
- Johansen, Jorgen Dines & Larsen, Sven Erik. 2002. Signs In Use. London: Routledge.
- Koentjaraningrat. 1976. Manusia dan Kebudayaan di Indonesia. Jakarta : Penerbit Djambatan.
- Leborg, Christian. 2004. Visual Grammar. New York: Princeton Architectural Press.
- Noth, Winfried. 1995. Handbook of Semiotics. Bloomington: Indiana University Press.
- Parrinder, Geoffrey. 2005. Teologi Seksual. Yogyakarta : LKiS.

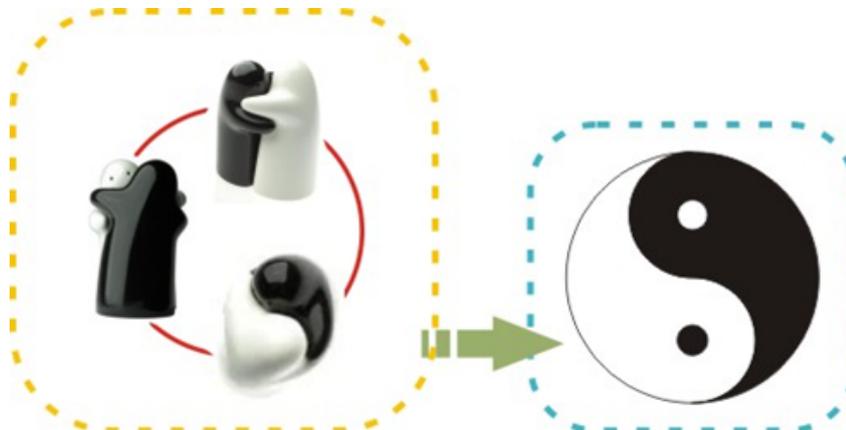
Lampiran Gambar :



Gambar 1  
Wadah Salt and Pepper yang meminjam figur manusia.  
Sumber : [www.marketplace.apartmenttherapy.com](http://www.marketplace.apartmenttherapy.com)



Gambar 2  
Gestur Memeluk yang Ditunjukkan dengan Mengulurkan Kedua Tangan.  
Sumber : [www.themuseumofmodernesign.com](http://www.themuseumofmodernesign.com)



Gambar 3  
Warna Hitam dan Putih, Identik dengan Warna Simbol Yin & Yang  
Sumber : dokumen pribadi kompilasi dari berbagai sumber



Gambar 3A. Tampilan tampak atas Hug Salt & Pepper Shaker  
Sumber : [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)



Gambar 6A. Garam dan Merica Pada Setting Meja Makan Budaya Barat  
Sumber : [www.etiquettescholar.com](http://www.etiquettescholar.com)



Gambar 4. Gestur Tidak memeluk.  
sumber : [www.amazon.co.uk](http://www.amazon.co.uk).



Gambar 6B. Garam dan Merica Pada Setting Meja Makan Budaya Barat  
Sumber : [www.etiquettescholar.com](http://www.etiquettescholar.com)



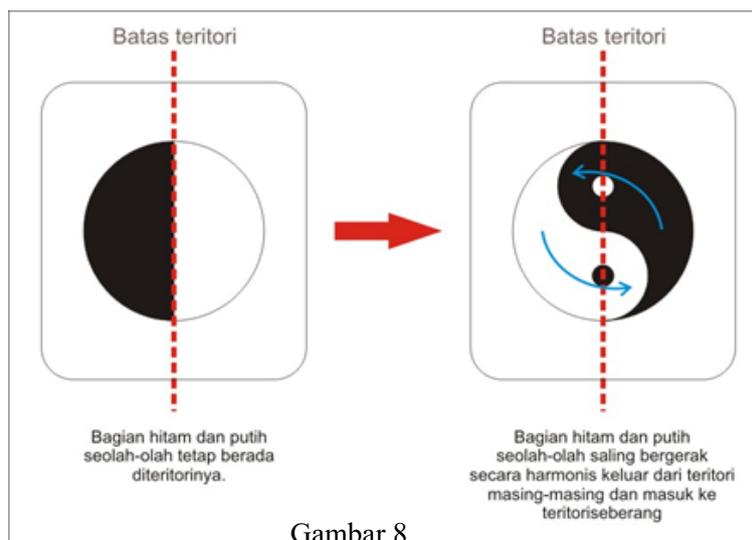
Gambar 5. Gestur Memeluk  
Sumber : [www.amazon.co.uk](http://www.amazon.co.uk).



Gambar 6C  
Garam dan Merica Pada Setting Meja Makan Budaya Barat  
Sumber : [www.etiquettescholar.com](http://www.etiquettescholar.com)



Gambar 7  
Simbol Yin&Yang  
Sumber : dokumen pribadi



Gambar 8  
Kesan Kebergerakan dalam Simbol Yin & Yang  
Sumber : dokumen pribadi