

**CITRA BUDAYA KONSUMTIF SEBAGAI TEMA
PENCIPTAAN KARYA SENI KRIYA KAYU**

Singgih Prio Wicaksono

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa Dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
Perio.neh666@gmail.com

Drs. Sulbi, M.Pd.

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa Dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

ABSTRAK

Budaya konsumtif merupakan sebuah gejala sosial tentang pergeseran konsep – konsep konsumsi dan gaya hidup dalam ruang lingkup masyarakat modern. Budaya konsumtif berubah menjadi semacam ideologi bagi masyarakat dan menstimulasi hasrat manusia untuk terus mengkonsumsi. Lebih dalam mengenai budaya konsumtif, terdapat satu poin penting yang menjadi inti permasalahan dan merupakan jantung dari budaya konsumtif, yaitu “konsumsi tanda”. Konsep ini meliputi bagaimana tanda berperan aktif merubah pola pikir masyarakat untuk mengkonsumsi berdasarkan hasrat akan nilai prestise dari barang tertentu. Konsep yang mempengaruhi gaya hidup masyarakat konsumen, gaya hidup hedonis dan penuh pencitraan.

Konsep ini kemudian divisualkan ke dalam karya seni tiga dimensional dengan idiom – idiom konsumsi, meliputi subyek konsumsi yaitu manusia, obyek konsumsi yaitu kemasan dan produk konsumsi, serta jargon – jargon dalam relasi konsumsi. Proses penciptaan karya meliputi pembuatan desain, pemilihan bahan dan perwujudan karya. Media yang digunakan dalam pembuatan karya ini adalah kayu mahoni dengan kombinasi media lain seperti polyresin, cat duco dan melamin. proses perwujudan terbagi menjadi dua tahapan, tahap pertama adalah pembentukan karya dengan teknik pahat dan tahap kedua adalah finishing. Terdapat tiga karya yang diciptakan, Karya pertama mengusung konsep tentang *fanatisme* atau kecintaan yang berlebihan terhadap barang – barang konsumsi. Karya kedua mengusung konsep tentang hasrat yang berlebihan hanya untuk mengkonsumsi nilai *prestise* dari suatu barang. Karya ketiga mengusung konsep tentang bagaimana masyarakat konsumen mengekspresikan diri lewat kegiatan konsumsi.

Kata Kunci : Seni, Kriya, Budaya, konsumtif.

ABSTRACT

Consumptive culture is a social phenomenon in which the concepts of consumption and life style in the scope of modern society are shifting. Consumptive culture nowadays turns into a kind of ideology for society and stimulates human desire to consume goods continually. Talking about consumptive culture further, there is an important point which becomes the main problem and be like ‘the heart’ of consumptive culture, “symbol consumption”. This concept includes how a symbol plays an active role in changing the mindset of society to consume goods just based on their desire to get prestige from certain goods. The concept that influence the lifestyles consumer societies, become hedonic lifestyles and full imaging.

This concept then visualized into three-dimensional artwork with consumption idioms, including subject consumption who is human, object consumption which is packaging and products consumption, also jargons in the relation consumption. The process of creating this work will include designing, material selection, and work realization. The medium used in this work production is Mahogany wood and combination of other media like polyresin, Duco paint, and melamine. The realization process is divided into two stages in which the first stage is work formation with chisel technique, while the second stage is finishing. There are three works created, the first work’s concept is about fanaticism or excessive love toward goods consumption. The second work’s concept is about the excessive desire to consume the prestige of a certain good. The third work’s concept is about how the consumptive society expresses themselves through consumption activities.

Key Words : Art, Craft, Consumptive, Culture.

PENDAHULUAN

Seni adalah sebuah media untuk mengutarakan gagasan atau konsepsi seorang seniman kepada khalayak dalam bentuk karya seni. Apa yang diutarakan oleh seorang seniman adalah ekspresi diri atas apa yang dirasakan olehnya. Hal ini menyangkut empati seorang seniman terhadap suatu realita yang dialami atau dilihat oleh seniman baik berupa pengalaman pribadi maupun berupa tanggapan terhadap sebuah realita.

Dalam realita sosial yang kita kenal dan kita praktekan dalam berbagai aspek kehidupan hari ini, maka kita akan begitu lekat dengan kata “*konsumsi*”. konsumsi secara sederhana bisa diartikan sebagai sebuah kegiatan menggunakan nilai guna dari suatu obyek atas dasar kebutuhan manusia, baik primer, sekunder maupun tersier. Proses konsumsi didasarkan pada pemenuhan kebutuhan oleh manusia yang nantinya memberikan kepuasan atau status tertentu. Di masa lampau kegiatan konsumsi hanya sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan – kebutuhan primer semata. Namun sejalan perkembangan kebudayaan, hakikat dari kegiatan konsumsi mulai berubah. Kegiatan konsumsi kini bukan sekedar konsumsi nilai guna semata, akan tetapi merupakan konsumsi nilai tanda yang mempengaruhi status sosial dan gaya hidup seseorang.

Peter N. Stearns dalam Nurist (2010 : 5) mengungkapkan bahwa Konsumerisme, pada masa sekarang telah menjadi ideologi baru. Ideologi tersebut secara aktif memberi makna tentang hidup melalui mengkonsumsi material. Ideologi yang mendasari rasionalitas masyarakat sekarang sehingga segala sesuatu yang selalu diukur dengan perhitungan material. Konsumerisme mendorong masyarakat melakukan kegiatan konsumsi bukan untuk memenuhi kebutuhan hidup akan tetapi untuk mencapai gaya hidup. Kegiatan konsumsi bukan hanya berbicara tentang nilai guna akan tetapi tentang simbol status sosial, hal inilah yang mendorong orang untuk terus larut dalam *euforia* konsumerisme. Bagi masyarakat masa kini, konsumsi adalah sebuah gaya hidup dan cara hidup. Di satu sisi, kegiatan konsumsi dipandang sebagai sebuah indikator peningkatan taraf hidup seseorang atau suatu kelompok, semakin tinggi tingkat konsumsi maka dianggap semakin tinggi pula taraf hidupnya. Namun di sisi lain, kegiatan konsumsi yang berlebihan telah mengkonstruksi pola pikir masyarakat menjadi masyarakat yang tidak memiliki kepedulian sosial dan lingkungan.

Penulis mencoba membaca wacana budaya konsumsi berdasarkan perspektif sosial dan humanisme. Perspektif sosial dan humanisme membahas isu – isu pada masyarakat konsumer, meliputi simtem pertandaan yang mengkonstruksi status sosial dan gaya hidup masyarakat konsumer. Dua masalah tersebut menurut penulis adalah

sebuah mata rantai dalam wacana budaya konsumsi. Relasi inilah yang menurut penulis memiliki kekuatan pesan dan layak untuk dibingkai dalam bentuk karya seni rupa sebagai sebuah kritik sosial. Seni kriya kayu adalah format karya yang diciptakan. Di samping media kayu, penulis mencoba mencampurkan media lain, yaitu resin dan cat minyak dengan variasi dimensi. Wacana budaya konsumsi dibingkai dengan idiom benda - benda yang identik dengan konsumsi seperti kemasan, tas belanja, label merek dan sebagainya. Dengan demikian judul skripsi yang diangkat adalah “**Citra Budaya Konsumtif Sebagai Tema Penciptaan Karya Seni Kriya Kayu**”

KONSEP PENCIPTAAN

Kajian Penciptaan



Karya patung Willy Verginer
(www.verginer.com)



Karya patung Gerhard Demetz
(www.geharddemetz.com)

Kajian Teori

Seni

Seni adalah suatu hal yang dinamis, Seni masuk dan tersemat dalam berbagai aspek kehidupan, sering diberi label *universal* karena memiliki cakupan makna yang luas tergantung dalam hal apa seni didefinisikan. Seni menyatu dengan kebudayaan atau era sebagai penanda atas kebudayaan tersebut. Seni tidak juga harus berupa karya seni, sebagaimana yang diungkapkan oleh Herbert (1959 : 2), Seni adalah suatu usaha untuk menciptakan bentuk – bentuk yang menyenangkan. Dengan demikian seni bisa saja berupa proses atau keadaan yang mengandung unsur – unsur menyenangkan atau keindahan.

Seni Kriya

Fungsi merupakan faktor pembentuk genre dalam ruang lingkup seni rupa. Seni kriya adalah salah satu sebutan yang disematkan pada bentuk – bentuk seni yang memiliki fungsi terapan di samping fungsi keindahan. Disamping fungsi, faktor pembentuk genre yang lain adalah medium dan teknik pembuatan

Sedangkan menurut Timbul Raharjo, seni kriya secara harfiah diartikan sebagai seni kerajinan atau dalam bahasa Inggris adalah *craftmanship*. Seni kriya menekankan keterampilan tangan dalam proses berkarya yang memberikan karakter tersendiri pada karya – karya seni kriya. (Timbul Raharjo, 2001:16).

Budaya

Stuart Hall menyatakan kebudayaan adalah lingkungan aktual untuk berbagai praktik, representasi, bahasa dan adat – istiadat masyarakat tertentu. Yang dimaksud adalah berbagai bentuk akal sehat yang saling kontradiktif yang berakar dalam, dan membantu membentuk kehidupan banyak orang. (Chris Barker diterjemahkan oleh Nurhadi 2004:8).

Pemahaman kebudayaan secara sederhana bisa diartikan semacam cara hidup keseluruhan yang meliputi tradisi dan reproduksi sosial dan merupakan soal kreativitas dan perubahan. Konsumsi telah berubah menjadi suatu bentuk kebudayaan yang ditandai dengan kebiasaan konsumtif pada sekelompok masyarakat.

Konsumsi

Yasraf Amir Piliang dalam bukunya Dunia Yang Dilipat (2004:180), Konsumsi adalah sebuah proses objektifikasi, yaitu proses eksternalisasi atau internalisasi diri lewat objek-objek sebagai medianya. Maksudnya, bagaimana kita memahami dan mengkonseptualisasikan diri maupun realitas di sekitar kita melalui objek-objek material. Di sini terjadi proses menciptakan nilai-nilai melalui objek-

objek dan kemudian memberikan pengakuan serta penginternalisasian nilai-nilai tersebut

Dengan demikian, sederhananya konsumsi adalah usaha manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kepuasan semata berupa penggunaan barang maupun jasa secara terus – menerus atau habis sekali pakai.

Budaya Konsumtif

Banyak ahli berpendapat budaya konsumsi muncul pada dasawarsa 1980-an. 1980-an menjadi periode ketika *landscape* sosial dan fisik lama mengalami transformasi. Dasawarsa teknologi komputer yang mampu mengirim informasi ke seluruh dunia secepat cahaya, dasawarsa ketika gambar dan citra memperoleh kedudukan yang tidak pernah terkirakan sebelumnya, masa kelahiran masyarakat pascakapitalis dan masyarakat pelahap waktu luang (*leisure society*). Dan jantung dari semua perkembangan ini adalah konsumsi. (Martin J. Lee, 1993:5,6,7).

Kelompok masyarakat yang mempunyai budaya konsumsi berlebihan seperti kaum selebritis, remaja menengah ke atas atau kelompok tertentu. Mereka terjebak dalam ekstasi konsumsi, dimana logika yang mendasarinya bukan lagi logika kebutuhan (*need*) melainkan logika hasrat (*desire*). (Yasraf Amir Piliang, 2003:150).

Konsumsi Tanda

Tanda (*sign*) mempunyai dua unsur, yaitu penanda (*signifier*), berisi citraan atau kesan mental dari sesuatu yang bersifat verbal atau visual, Dan petanda (*signified*) yang berisi konsep abstrak atau makna yang dihasilkan oleh tanda. kemudian Pertandaan (*signification*), hubungan antara penanda dan petanda. (Yasraf Amir Piliang, 2003:21).

Konsumerisme adalah budaya yang berisi dusta, ilusi, halusinasi, mimpi, kesemuan, artifisial yang dikemas dalam hipersemiotika dan imagologi dalam konstruksi sosial lewat komunikasi ekonomi (iklan, show dan sebagainya). (Yasraf Amir Piliang, 2003:60).

Perubahan rasionalitas masyarakat konsumer dalam emenuhan kebutuhan tidak lagi didasarkan atas pemenuhan nilai guna, melainkan pemenuhan hasrat semata. Simbol pada suatu barang membentuk citraan tersendiri, sebuah citra eksklusif dan pembeda.

Gaya Hidup Konsumtif

Ruang sosial masyarakat *konsumer* diisi oleh kombinasi antara media, citra, dan tempat belanja (*mall*), yang secara bersama – sama membentuk Gaya hidup Konsumerisme. Ruang konsumsi dicirikan oleh pengkombinasian elemen – elemen gaya hidup dengan cara yang baru, yang di dalamnya disatukan berbagai kegiatan waktu senggang, kesenangan, hiburan dan konsumsi. (Yasraf Amir Piliang, 2003:290).

Konsep Perwujudan

Idiom Bentuk

Konsep “konsumsi tanda” dalam relasi budaya konsumtif kemudian disubstitusikan kedalam idiom – idiom visual berkaitan dengan konsumsi, meliputi :

- Subyek konsumsi yaitu manusia
- Obyek konsumsi yaitu kemasan dan produk
- Jargon – jargon dalam relasi konsumsi
- Warna – warna identik dalam relasi konsumsi

Gaya Ungkapan Personal

Secara visual, gaya yang menonjol dalam karya – karya penulis adalah realistik imajinatif, dengan bumbu unsur dramatis dan parodi. Kemudian secara tematik, yang ditampilkan kebanyakan mengacu pada ruang lingkup budaya populer dengan penggambaran interaksi manusia dengan produk – produk kebudayaan.

Landasan Penciptaan

Gagasan dan konsepsi terkait dengan kritik budaya konsumsi merupakan landasan bagi penulis dalam proses penciptaan karya. Permasalahan – permasalahan yang telah digali terkait budaya konsumsi kemudian direpresentasikan dalam bentuk karya seni rupa dengan keteknikan kriya kayu.

Riwayat Berkarya



Karya - karya terdahulu penulis
(dok. Penulis, 2017)

METODE PENCIPTAAN

Eksplorasi

Eksplorasi adalah kegiatan mencari dan mengeluarkan berbagai informasi mengenai kajian tertentu. Digunakan untuk mengamati fenomena atau kejadian berbagai pengalaman individu terhadap suatu objek dalam merepresentasikan gagasan ke dalam karya. Bereksplorasi tidak selalu berkuat dalam ranah teoritis, eksplorasi juga sebagai kegiatan yang bersifat motorik atau keterampilan tangan. Maka dari itu dalam penciptaan karya ini, penulis melalui empat jenis eksplorasi, yaitu :

- Eksplorasi konsep
- Eksplorasi visual
- Eksplorasi media dan teknik
- Eksplorasi estetik

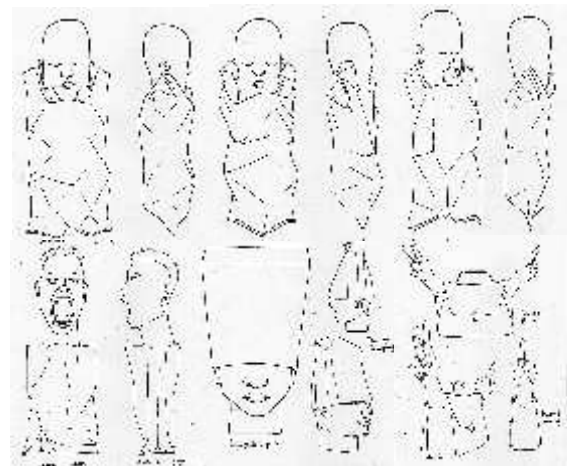
Proses Kreatif

Proses kreatif meliputi kegiatan berkreasi dan berfikir untuk menciptakan atau mengkreasi sesuatu dengan kemampuan yang dimiliki. Dalam proses penciptaan karya pada dasarnya dilandasi dua elemen utama, elemen pertama adalah ide dan gagasan sebagai pendorong munculnya keinginan berkarya. Sedangkan elemen kedua adalah keterampilan motorik sebagai modal untuk mewujudkan ide dan gagasan.

Improvisasi

Improvisasi dalam penciptaan karya diartikan sebagai kegiatan menggabungkan kesemua unsur eksplorasi menjadi sebuah perpaduan yang baik. Improvisasi dilakukan secara spontan dengan mengandalkan kepekaan rasa dan cita rasa estetika. Improvisasi bukan sebuah proses tertulis, namun jelas dilakukan kala sedang berfikir merumuskan sesuatu, begitu pula dalam penciptaan karya seni.

Tahap Pendesainan



Desain karya
(dok. Penulis, 2017)

Pemilihan Bahan dan Alat

Dalam kegiatan penciptaan karya seni, pemahaman tentang media menjadi salah satu unsur yang sangat penting. Dengan memahami karakter suatu bahan diharapkan seorang perupa dapat menjaga kualitas sebuah karya seni, serta untuk mempermudah proses pembuatan karya itu sendiri.



Kayu Mahoni dan Melamin
(dok. Penulis, 2017)



Palu dan Pahat
(dok. Penulis, 2017)

Perwujudan Karya

Proses perwujudan karya merupakan kumpulan tahapan utama dalam kegiatan penciptaan karya kriya kayu. Terdapat dua tahapan utama dalam proses perwujudan karya.

- Pembentukan karya, meliputi pengglobalan karya dan pendetailan karya.
- Finishing, meliputi proses penghalusan karya, pewarnaan dan coating.



Proses Pengglobalan
(dok. Penulis, 2017)



Proses Pendetailan
(dok. Penulis, 2017)



Proses Finishing
(dok. Penulis, 2017)

ANALISIS KARYA

Analisis Umum

Karya yang diciptakan secara formal merupakan karya trimatra atau karya patung dengan pendekatan penciptaan kriya kayu. Konsep karya mengusung tema tentang citra atau gambaran isu budaya konsumtif. Visual yang ditampilkan sebagai simbol dari wacana tersebut pertama adalah gestur – gestur tubuh manusia, yaitu kepala, bayi dan tangan. kedua adalah kemasan produk konsumsi seperti kantong plastik dan *paperbag*. Ketiga adalah jargon – jargon yang beroperasi dalam relasi konsumsi seperti halnya kalimat iklan atau tagline suatu produk ternama.

Deskripsi Karya



Karya Pertama
(dok. Penulis, 2017)

Judul : *The Sense of Belonging*
Medium : Teknik Pahat, Kayu Mahoni,
Cat Duco, Melamin
Ukuran : 20 x 15 x 50 cm x 3 Piece
Tahun : 2017

Menggambarkan fanatisme atau kecintaan yang berlebihan terhadap sebuah barang konsumsi. Fanatisme ini dipahami oleh semua orang dan tertanam dalam benak setiap orang sejak dini lewat pesan – pesan yang berkembang dalam masyarakat pada kurun waktu yang lama, menjadi sebuah tanda yang memiliki unsur *prestise* dan diakui atau dipahami secara luas oleh masyarakat.

Figur bayi merupakan representasi masyarakat konsumen, kantong plastik adalah representasi kegiatan konsumsi. Warna kantong plastik adalah identitas setiap produk, termasuk kalimat yang tertera (*tagline* pada *brand* ternama).



Karya Kedua
(dok. Penulis, 2017)

Judul : *Lose Yourself*
Medium : Teknik Pahat, Kayu Mahoni,
Cat Duco, Melamin
Ukuran : 20 x 25 x 50 cm x 2 Piece
Tahun : 2017

Konsumsi bukan cara untuk memenuhi kebutuhan namun hanya hasrat untuk mendapatkan citraan atau tanda tertentu dalam masyarakat konsumen. Yang dibeli dari sebuah produk eksklusif sejatinya bukanlah nilai gunanya melainkan hanya nilai *prestise* atau tandanya.

Figur kepala menggambarkan subyek konsumsi (masyarakat konsumen). Kemudian *paper bag* merupakan representasi dari kegiatan konsumsi. warna *paper bag* adalah warna – warna cerah khas periklanan yang mengundang daya tarik, begitu juga dengan kalimat “Big Sale” dan “diskon 50 %” adalah kalimat yang sangat umum dalam periklanan untuk mengajak orang untuk berbelanja.



Karya Ketiga
(dok. Penulis, 2017)

Judul	: <i>It's In Me</i>
Medium	: Teknik Pahat, Kayu Mahoni, Resin, Cat Duco, Melamin
Ukuran	: 50 x 15 x 25 cm
Tahun	: 2017

Menggambarkan konsumsi sebagai cara untuk memperkenalkan dan mengekspresikan diri lewat barang – barang konsumsi. Barang konsumsi dinilai memiliki kemampuan untuk mewujudkan citra tertentu pada masyarakat.

Gestur tangan adalah simbol dari cara masyarakat kosumer mengekspresikan diri lewat berkonsumsi. Isyarat “*peace*” atau V menggambarkan bahwa berkonsumsi adalah wujud kemenangan dan kebebasan. Isyarat jari telunjuk menggambarkan bahwa berkonsumsi adalah cara masyarakat kosumer mengekspresikan dan menunjukkan diri. Kemudian obyek tas wanita adalah representasi dari kegiatan konsumsi.

PENUTUP

Kesimpulan

Seni adalah bahasa yang unik dan memiliki daya tarik tersendiri, Seni adalah cara untuk menyampaikan sebuah perasaan, dan seni sesungguhnya tidak terbatas pada keindahan – keindahan visual semata, namun lebih jauh lagi seni adalah keindahan dalam ungkapan dan pesan di dalamnya. Inilah yang mendorong penulis untuk berkarya berdasarkan cara untuk mengungkapkan gagasan, dan salah satunya diwujudkan dalam skripsi penciptaan seni kriya kayu dengan judul “**Citra Budaya Konsumtif Sebagai Tema Penciptaan Karya Seni Kriya Kayu**”

Karya – karya yang diciptakan mengusung satu tema utama yaitu citra atau gambaran tentang isu – isu budaya konsumtif. Visual yang ditampilkan berfokus pada unsur – unsur budaya konsumtif itu sendiri.

Secara formal, karya yang diciptakan merupakan karya trimatra atau karya patung. Dengan pendekatan kriya kayu, yaitu dengan teknik pahat atau teknik ukir pada media kayu mahoni dengan beberapa kombinasi media seperti polyresin, cat duco dan coating melamin. Proses perwujudan karya dibagi dalam dua proses yaitu pembentukan dan finishing.

Karya yang diciptakan secara keseluruhan berjumlah 6 buah dengan rincian yaitu karya pertama terdiri dari 3 buah, karya kedua terdiri dari 2 buah dan karya ketiga 1 buah.

Saran

Di dalam medan seni rupa saat ini, konsep – konsep estetika sedikit banyak terasa mulai berbeda dengan estetika lama. Hal inilah yang harusnya mendorong para perupa muda untuk menggali dan mengkaji kembali gejala tersebut, bukan berarti harus meninggalkan estetika lama, namun justru belajar pada estetika lama dan tidak terburu – buru menelan mentah – mentah estetika baru tanpa berfikir panjang.

Secara khusus diharapkan kepada para seniman kriya untuk memperluas wacana dan ide – ide dalam berkarya sehingga karya – karya yang diciptakan mampu bersaing dalam medan seni rupa saat ini.

Kemudian secara umum kepada para perupa diharapkan untuk terus berkarya sesuai hati nurani dan terus menggali kreatifitas baik dalam pencarian media dan gaya visual baru maupun dalam konsep – konsep baru yang lebih menarik.

Kepada seluruh penikmat dan pemerhati seni diharapkan untuk selalu menghargai karya – karya yang lahir dari tangan para perupa muda. Mengapresiasi dan memberi saran yang membangun Serta menghilangkan praktik – praktik yang tidak benar dalam medan seni atau komoditas seni.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir Piliang, Yasraf. *Dunia yang dilipat : Tamasya Melampaui Batas - Batas Kebudayaan*. 2004. Bandung : Jalasutra
- Amir Piliang, Yasraf. *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*. 2004. Yogyakarta : Jalasutra
- Amir Piliang, Yasraf. *Hipersemiotika : Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. 2004. Yogyakarta : Jalasutra
- Bastomi, Suwaji. *Seni Kriya Seni*. 2003. Semarang : UPT UNNES PRESS
- Barker, Chris. diterjemahkan oleh Nurhadi. *Cultural Studies, Teori dan Makna*. 2004. Yogyakarta: Kreasi Wacana

Kahn, Joel S. diterjemahkan oleh Muhammad Muhibbuddin. *Kultural, Multikultural, Postkultural*. 2016. Yogyakarta: Institute of National Development Studies (INDeS)

Lee, Martin J. diterjemahkan oleh Nurhadi. *Kebudayaan Konsumsi dan Komoditas*. 2015. Yogyakarta: Kreasi Wacana

Nurist, Surayya. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. 2010. E-Journal Undip (internet). (<http://eprints.undip.ac.id/9820/>, diakses 25 November 2017)

Raharjo Timbul. *Seni Kriya & Kerajinan*. 2011. Yogyakarta: Program Pascasarjana.

Strinati, Dominic. diterjemahkan oleh Abdul Mukhid. *Popular Culture, Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. 2016. Yogyakarta: Narasi & Pustaka Prometheus

Susanto, Mikke. 2011. *Diksi rupa* : Yogyakarta, Dicti Art Lab.

Tim Penyusun KBBI. 2005. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Pusat Bahasa.

Tim Skripsi Jurusan Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Surabaya. 2014. Pedoman Layout Skripsi A5. Surabaya

Walker, John A. Diterjemahkan oleh Laili Rahmawati. *Desain, Sejarah, Budaya ; Sebuah Pengantar Komprehensif*. 2010. Yogyakarta : Jalasutra

Website :

<http://www.verginer.com/eng/index.php>

<http://www.geharddemetz.com/>

<http://thefacesofindonesia.blogspot.co.id/2011/06/se-katen-ceremony-in-solo.html>

<http://rimbakita.blogspot.co.id/2012/11/kayumahoni.html>