

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN



Tumbuh dan berkembangnya seni mural di Yogyakarta tidak bisa dilepaskan dari peran beberapa seniman yang tergabung dalam kelompok Apotik Komik. Kelompok seniman ini dibentuk pada tahun 1997 dengan anggota 5 orang yaitu: Samuel Indratma, Arie Diyanto, Bambang Wicaksono, (ketiganya adalah mahasiswa ISI Yogyakarta), Ade Tanesia (salah seorang pengelola media alternatif AIKON!), dan seorang seniman warga negara Belgia, Mie Cornoedus. Kelompok ini direncanakan akan difungsikan sebagai sebuah komunitas yang memfokuskan diri untuk menggarap seni di ruang publik sehingga dapat diakses oleh masyarakat luas. Para pendirinya berharap mampu membawa *low art* di ruang-ruang yang tidak terpikirkan seperti menjadikan museum, galeri dan membawa *high art* di ruang publik untuk dijadikan *low art*.¹ Proyek pertama Apotik Komik adalah membuat mural pada tembok berukuran 700 meter persegi di sebuah rumah di kampung Nitiprayan. Proyek yang berlangsung pada tahun 1997 tersebut diberi tema “melayang” dengan melibatkan 13 orang seniman yang berpartisipasi secara aktif. Apotik komik kemudian membuat semacam ‘*Alternatif Space*’ pada tahun 2000 dengan membuat galeri dinding di jalan Gamelan berukuran 12x4 meter. Dinding tersebut telah memberikan inspirasi bagi Samuel dan kawan-kawan untuk membuat galeri publik. Proyek tersebut pada

akhirnya mendapat respon positif dari masyarakat dengan mulai maraknya aktivitas pembuatan mural di beberapa tempat seperti yang terlihat di jembatan Lempuyangan, jalan Herman Yohanes, jalan Beskalan dan jalan Perwakilan.² Melihat skala pekerjaan yang mereka kerjakan, Apotik Komik berusaha untuk memperoleh dana yang lebih besar dengan menyelenggarakan malam pengumpulan dana. Dalam sebuah acara yang diselenggarakan di Tirtodipuran mereka berhasil mengumpulkan dana sebesar 12 juta rupiah yang kemudian digunakan untuk membeli cat, kuas rol, tangga dan berbagai keperluan lain. Adanya kenyataan tentang sempitnya ruang publik yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berkreasi telah mendorong tumbuhnya ide untuk membuat mural di kota Yogyakarta.³ Selama ini bisa dikatakan hampir seluruh ruang publik di Yogyakarta telah penuh oleh papan reklame, poster, maupun baliho yang dipasang untuk kepentingan periklanan industri komersial. Tata kota menjadi semrawut dan terkesan tidak ramah lingkungan. Minimnya keterlibatan masyarakat dalam penataan ruang publik yang semrawut telah membuat masyarakat menjadi terganggu dan merasa tidak nyaman.⁴ Apotik Komik terobsesi untuk mewarnai wajah kota Yogyakarta dengan membawa *public art* yang bisa membuat warga nyaman. Ide baru tentang Yogyakarta sebagai kota mural akhirnya membawa Apotik Komik dalam acara-acara *workshop* dan pelatihan praktis pengelolaan ruang publik sebagai media ekspresi.⁵ Ketika minat

¹ <http://www.gudeg.net/isi/profil/lihat.asp?id=23>

² *ibid.*

³ Budi Suwarna, *Gejolak Mural di Yogyakarta* (Harian Kompas, Selasa 16 September 2003), p.1.

⁴ *ibid.*

⁵ <http://www.gudeg.net/isi/profil/lihat.asp?id=23>

masyarakat terhadap mural mulai tumbuh, Apotik Komik mengajari warga membuat mural. Cara ini membuat mural semakin cepat menyebar di masyarakat. Sejumlah penduduk mulai berani membuat mural pada dinding rumah mereka. Gerakan mural ini berkembang dengan cepat dan luas di samping karena adanya partisipasi dari seniman lokal yang membimbing masyarakat dalam membuat mural, juga disebabkan adanya dukungan dari pemerintahan kota Yogyakarta. Keleluasaan yang diberikan oleh pemerintah kota juga berwujud pemberian subsidi dana yang mencapai 80 juta rupiah.⁶

Fenomena mural di Yogyakarta telah menarik perhatian seorang seniman San Francisco untuk menyelenggarakan pertukaran seniman mural antara Indonesia dan America. Megan Wilson adalah seorang *Co-Director* dari *Clarion Alley Mural Project* (CAMP) San Francisco. Pada musim panas 2001 dia bertemu dengan beberapa seniman di Yogyakarta untuk mempelajari suasana seni rupa kontemporer Indonesia dan pengaruh politik global budaya konsumerisme terhadap daerah.⁷ Pertemuan dengan Apotik Komik telah membuat Megan sadar bahwa hal yang dilakukan Apotik Komik dalam membawa seni ke ruang publik pada dasarnya sama halnya dengan yang dilakukan oleh seniman yang bekerja di CAMP. Setelah mempersiapkan diri selama 2 tahun, termasuk mengumpulkan dana, membangun hubungan rekanan dan pengurusan visa dan lain-lain, akhirnya proyek pertukaran tersebut terlaksana pada tahun 2003.⁸ 4 orang seniman dari Yogyakarta berangkat ke San Francisco untuk membuat beberapa karya mural di

⁶ Budi Suwarna, *Gejolak Mural di Yogyakarta*, (Harian Kompas, Selasa 16 September 2003), p.1

⁷ <http://samasama-yourewelcome.com/description/history.html>

⁸ *ibid.*

sana. Sementara itu 4 seniman dari San Francisco diberi kesempatan untuk membuat mural di Yogyakarta. Proyek ini diberi nama Program *Samasama / you're welcome*

Beberapa tahun yang lalu mural hanya bisa ditemukan di beberapa tempat saja di Yogyakarta. Hari ini mural telah menjadi barang yang populer di masyarakat. Mural akan dengan mudah ditemukan di tempat-tempat strategis di segenap penjuru kota, bahkan sampai di gang-gang di perkampungan penduduk. Mural tersebut bisa ditemukan di daerah Wirosaban, kampung Nitiprayan, Ketanggungan, SD Kotagede, SLTPN 5 Yogyakarta, SLTPN 9 Yogyakarta, jalan Ki Mangun Sarkoro, Kota Baru, kampung Badran, Demangan, jalan Munggur, SMAN 9 Yogyakarta, jalan Gajah Mada, kampung Soragan, Fakultas Teknik UGM, jalan Ireda, Pakualaman dan jalan Sosrowijayan. Obyek yang dilukis juga bervariasi mulai dari tembok lorong, dinding sekolah, rumah tinggal, wartel, toko kelontong, kios bensin di kaki lima, gardu listrik, tugu, gapura, hingga atap gedung bioskop. Obyek dari lukisan pun beraneka ragam mulai dari bunga sampai dengan masalah perang. Keanekaragaman tersebut bisa dijumpai mulai dari mural di jembatan layang Lempuyangan sampai dengan mural di Wirosaban. Di salah satu tiang jembatan tersebut terdapat gambar 3 sosok figur yang menggambarkan beberapa pemuda dari berbagai macam profesi. Dilukis dengan teknik blok dekoratif dan warna yang kontras cerah, pada pakaian yang mereka kenakan terdapat tulisan "*Ayo tetap giat bekerja. Prigel lan sumeh*". Mural di dinding SMAN 9 lebih variatif lagi. Meski secara artistik tidak sebagus mural yang dibuat Apotik Komik, mural yang dikerjakan sendiri oleh siswa SMAN 9 tersebut

bercerita banyak hal tentang keseharian anak SMU mulai dari soal obat-obatan (drugs), mabuk-mabukan, percintaan, dunia belajar, kematian teman mereka saat terjadi tawuran pelajar sampai dengan perang Iraq Amerika. Warna yang digunakan pun warna-warna yang kontras mencolok khas anak muda. Mural di daerah Wirosaban dan kampung Soragan mengandung pesan yang mengajak masyarakat untuk menjaga kesehatan dan kebersihan lingkungan. Pada mural di Wirosaban terlihat gambar orang yang sedang berolah raga disertai pesan tentang pentingnya menjaga kesehatan badan, sedangkan mural di Soragan berisi pesan untuk menjaga kesehatan lingkungan dan bahaya penyakit malaria disertai dengan gambar yang menganjurkan orang untuk melakukan 3M (membersihkan bak mandi, Menutup tempat penampungan air, dan mengubur barang bekas). Di jalan Munggur dan perempatan Jetis yang merupakan merupakan tempat mangkal anak jalanan juga terdapat mural yang menggambarkan kekerasan hidup. Di perempatan Jetis sebuah mural ditampilkan lewat gambar sosok-sosok manusia yang berjejal dengan tulisan “*urip saya susah*” (hidup semakin susah). Sedangkan di jalan Munggur mural dilukis dengan tulisan “selama ada feodalisme, di situ ada revolusi”. Pada sebuah gedung di dekat Balai Yasa PJKA Pengok, pada sebuah bangunan yang biasa digunakan mangkal oleh para gelandangan, sebuah mural yang dibuat oleh seniman San Francisco dalam Program *Samasama / you're welcome* bertuliskan “*Nobody's Home*”. Para pembuat mural mencoba untuk menggugah kesadaran publik dengan menjadikan mural sebagai media komunikasi alternatif. Seperti yang terdapat di tembok SD Negeri Tukangan 1

jalan Suryopranoto.⁹ Mural yang ada di pojok perempatan sebelah barat tersebut tidak hanya melakukan kampanye baca, melainkan juga melakukan pendekatan yang tepat kepada publik sasaran akan pentingnya membaca. Mural yang membentang di sepanjang tembok yang membatasi halaman SD tersebut bukanlah mural yang menggambarkan seseorang berkaca mata yang sedang membaca tumpukan buku di perpustakaan. Pembuat mural memilih gambar beberapa anak muda yang sedang bermain papan luncur untuk lebih mendekati pesan kepada publik. Pemilihan kata-katanya juga tidak bombastis dan berlebihan. Kalimat-kalimat pesan seperti “*open book open mind*”, “*maca buku agawe pinter lan migunani* (membaca buku membuat pintar dan berguna)” ditulis dengan latar belakang warna-warna biru cerah atau oranye. Warna yang akrab di kalangan anak muda. Dengan menggunakan pendekatan yang tepat seperti itu, pesan akan lebih mudah diterima oleh orang yang melihat mural tersebut.¹⁰

Pada perkembangannya ternyata mural di Yogyakarta telah menjadi lebih dari sekedar karya seni publik penghias wajah kota. Para pembuat mural telah menyisipkan pesan-pesan yang merupakan himbauan kepada suatu hal atau ekspresi dari isi hati mereka dalam bentuk gambar. Pesan-pesan yang diungkapkan pun terasa lebih membumi dan mewakili kondisi sosial politik, ekonomi, dan budaya di lingkungan tempat mereka tinggal.¹¹ Mural telah menjadi media komunikasi visual alternatif bagi penduduk kota Yogyakarta.

⁹ <http://www.vision.net.id/nemsdetail.php?var=2373>

¹⁰ *ibid.*

¹¹ Budi Suwarna, *Gejolak Mural di Yogyakarta*, (Harian Kompas, Selasa 16 September 2003), p. 1

A. Kesimpulan

Dari hasil pengamatan dan analisis terhadap 10 sampel dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator visual yang terdapat pada mural-mural di Yogyakarta yang dibuat dalam kurun waktu 2002 – 2004 meliputi 3 hal, yaitu: unsur ilustrasi, unsur tipografi, dan ditambah dengan penggunaan warna-warna cerah yang mencolok pandangan sehingga menarik perhatian. Ketiga unsur tersebut, pada sebagian besar sampel saling berhubungan erat dan memperkuat pesan yang terdapat pada unsur tipografi maupun ilustrasinya.

Secara teoritis bisa dikatakan bahwa unsur-unsur visual yang terdapat pada mural-mural tersebut adalah sama dengan unsur visual yang terdapat pada poster. Pada mural di Yogyakarta, unsur ilustrasinya selalu didukung oleh keberadaan unsur tipografi yang menyampaikan satu pesan verbal tertentu, bisa berupa informasi, himbauan, atau larangan terhadap suatu hal. Pesan-pesan tersebut terbentuk dan disampaikan secara sistematis oleh kombinasi unsur tipografi dan ilustrasinya. Tampilan visual mural yang memiliki kecenderungan kuat untuk menggunakan warna-warna yang mencolok mata, atau kontras semakin memperkuat kesan kemiripan unsur visual antara mural di Yogyakarta dengan poster. Dalam ilmu komunikasi visual, sebuah poster biasa terbentuk oleh kombinasi dari unsur ilustrasi yang mengandung pesan visual, dan unsur tipografi yang mengandung pesan verbal. Dua unsur tersebut bergabung membentuk sebuah pesan yang kemudian diperkuat dengan pemilihan warna-warna yang mencolok atau menarik pandangan mata. Karakter media yang sangat khas, yang terbentuk oleh 3 unsur sederhana tersebut telah membuat poster menjadi media

yang efektif dalam menyampaikan pesan tertentu kepada masyarakat. Pembuat mural di Yogyakarta tampaknya tahu pasti bahwa kesederhanaan pola ini bisa diterapkan pada mural. Mereka seolah mengadopsikannya ke dalam mural dengan membuat mural yang terbentuk dari 3 unsur yang sama dengan poster. Hal tersebut mengakibatkan mural-mural di Yogyakarta menjadi mural yang posteristik. Dalam hal ini istilah Mural Poster mungkin tepat untuk menyebut mural-mural tersebut. Di luar negeri, mural biasanya hanya merupakan sebuah lukisan murni yang tidak mengandung bahasa verbal atau tanpa tulisan sama sekali. Mural di sana berfungsi lebih sebagai media ekspresi visual atau penghias ruang kosong saja. Di Yogyakarta, mural tampil dengan format berbeda, dengan bahasa visual berupa lukisan murni yang ditambah dengan bahasa verbal atau tulisan-tulisan tertentu. Hal ini menyebabkan mural di Yogyakarta mampu berfungsi sebagai media ekspresi visual, penghias ruang kosong di tempat umum, sekaligus sebagai sebuah media komunikasi visual yang menyampaikan pesan-pesan verbal tertentu.

Pendapat masyarakat atas kehadiran mural di Yogyakarta pada umumnya bersifat positif. Sebagian besar warga masyarakat menganggap mural sangat bermanfaat untuk memperindah wajah kota. Sebagian lagi berpendapat bahwa mural mampu memperkuat kesan Yogyakarta sebagai kota budaya. Dampak positif lain yang dirasakan oleh masyarakat atas kehadiran mural ini adalah berkurangnya aksi corat-coret (graffiti) yang dahulu sangat marak dan membuat kotor lingkungan kota, selain itu, pesan-pesan dalam mural juga dirasakan bisa memberikan manfaat dalam memperluas pengetahuan masyarakat. Dengan

kehadiran mural, aksi-aksi vandalisme tersebut perlahan semakin berkurang meskipun tidak sampai hilang sama sekali. Di masa yang akan datang, masyarakat berharap agar mural bisa berkembang menjadi media yang bisa memberikan kontribusi positif bagi lingkungan di mana mural itu berada.

B. Saran

Kenyataan bahwa mural-mural di Yogyakarta bisa menjadi media komunikasi visual telah menumbuhkan harapan dan gagasan bahwa perlu diupayakan pengembangan yang lebih terarah dalam pembuatan mural-mural di Yogyakarta. Mural sudah saatnya dikembangkan menjadi media komunikasi untuk mengkampanyekan isu-isu yang berkaitan dengan kehidupan keseharian masyarakat seperti kebersihan lingkungan, pendidikan, maupun isu sosial penting yang lain di kota Yogyakarta dan sekitarnya. Selain digunakan dalam rangka pemberdayaan ruang publik, mural juga bisa dijadikan sebagai media dalam penciptaan galeri publik sebagai salah satu upaya dalam rangka memperkuat karakter kota Yogyakarta sebagai kota budaya. Pemerintah Kota Yogyakarta harus berperan lebih aktif lagi dalam memberdayakan peranserta masyarakat dalam proyek pengembangan mural ini. Setiap mural yang dibuat seyogyanya dibuat secara kolektif dengan perencanaan yang matang dari konsep pembuatan hingga eksekusi visualnya dengan melibatkan peranserta masyarakat yang ada di lingkungan di mana mural tersebut dibuat. Mural yang dibuat tersebut, pada akhirnya harus kontekstual dengan keseharian masyarakat, dan mampu

memberikan sumbangan yang positif bagi warga masyarakat khususnya di mana mural tersebut berada.



GLOSARIUM

MURAL adalah gambar yang dilukis pada permukaan dinding bangunan atau tembok atau gua. Sudah dibuat sejak zaman prasejarah, mural pertama yang diperkirakan dibuat pada tahun 13.500 SM ditemukan di Gua Altamira Spanyol. Beberapa ahli meyakini bahwa mural merupakan produk seni rupa tertua di dunia.

POSTER adalah media komunikasi yang umumnya berbentuk 2 dimensional. Biasa ditempel di tempat-tempat umum agar orang bisa melihatnya. Poster berisi informasi tentang even atau kegiatan, kampanye sosial atau politik, barang, jasa, dan lain sebagainya.

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL merupakan cabang dari seni yang sangat kompleks. Aspek utama dari bidang ini adalah komunikasi visual. Komunikasi visual merupakan metode hubungan informasi yang menggunakan bahasa visual. Unsur dasarnya adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan. Bahasa visual adalah kekuatan utama dari desain komunikasi visual dalam menyampaikan pesan.

TIPOGRAFI biasa disebut sebagai tata huruf, atau segala sesuatu yang berkaitan dengan seluk beluk huruf dan tata aksara.

ILUSTRASI adalah gambar yang berfungsi sebagai unsur penjelas atau penguat atau menerangkan suatu teks atau naskah.

PUBLIC WORKS OF ART PROJECT (PWAP) adalah proyek sosial pada masa presiden Franklin Delano Roosevelt yang bertujuan untuk mengurangi jumlah pengangguran di Amerika pada *masa Great Depression* sekaligus meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat. Program perbaikan ini meliputi beberapa hal seperti penggalian parit, pembuatan jembatan dan sejumlah proyek yang berhubungan dengan kesenian seperti pembuatan mural pada gedung-gedung pemerintah.

DIEGO RIVERA (1886-1957) & JOSE CLEMENTE OROZCO (1883-1949)

adalah dua seniman mural paling populer kelahiran Meksiko. Dua seniman tersebut telah menciptakan representasi mural terbaik dengan membuatnya menjadi bagian penting dalam Revolusi Meksiko (1910-1942). Mural-mural yang mereka ciptakan berhasil menunjukkan gaya hidup, semangat revolusi, dan kepercayaan semua pihak yang terlibat dalam revolusi yang berhasil menjatuhkan kediktatoran presiden Porfirio Diaz.

CODE HAMMURABI adalah bentuk poster paling tua di dunia yang berasal dari kerajaan Babilonia. Berbentuk batu diorit sepanjang 225 cm. Poster tersebut terdiri dari 21 kolom yang membujur ke bawah yang memuat Undang-Undang Pemerintahan Raja Hammurabi (2067-2025 SM) yang diterima dari Dewa Matahari.

TOULOUSE-LAUTREC adalah seniman Prancis yang pada era 1890-an telah berhasil membawa poster ke sebuah pengakuan baru yang menyebut poster sebagai karya seni.

APOTIK KOMIK adalah kelompok seniman dari Yogyakarta yang terobsesi untuk mewarnai wajah kota Yogyakarta dengan membawa *public art* yang bisa membuat warga nyaman. Ide baru tentang Yogyakarta sebagai kota mural akhirnya membawa Apotik Komik memprakarsai pembuatan mural di Yogyakarta pada awal 2002.



DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Maya, *Seluk Beluk Reklame dalam Dunia Perdagangan*, Penerbit Mutiara Jakarta, 1978.
- B. Meggs, Philip, & M. Dwi Marianto, (terj), *Sejarah Desain Grafis*, Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta, 1988.
- Biegeleisen, *The ABC Of Lettering*, Row and Hasper Publisher, New York, 1965.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Airlangga University Press. Surabaya, 2001.
- Encyclopedia Americana*, Vol. 22, Americana Corporation International Head Quarters, New York, 1976.
- Encyclopedia Britannica*, Vol.13. Encyclopedia Britannica, William Benton Publisher Chicago, Toronto, Geneve, 1947.
- Folgarait, Leonard, *Mural Painting and Social Revolution in Mexico:1920-1940 Art of the New Order* New York, Cambridge University Press, 1998.
- Jones, Sydney R., *Poster and Designer*, London: The Studio LTD, 1924.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Kedua, Depdikbud, Balai Pustaka, Jakarta, 1991.
- Kleppner, Otto, *Advertising Procedure*, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New York, 1959.
- Landa, Robin, *graphic Design Solutions*, Delmar Publisher, New York, 1996.
- Lasiman, *Materi Kuliah Desain Poster*, Program Studi Diskomvis, Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta, 2004.
- Leon, Bram L., *Funk and Wagnalls New Encyclopedi* New York, Funk & Wagnalls Vol. 17.
- Mawardi dan M. Nizar, *Saduran Basic Design*, Stensil SMUN II Yogyakarta, 1972.
- Nawawi, Prof.Dr. H. Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gadjah Mada University Press, Cetakan Ketujuh, 1995.
- Nesbitt, Alexander, *The History and Technique of Lettering*, Dover Publication, New York, 1957.
- Poerwadarminta , W.J.S, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* PN. Balai Pustaka, Jakarta, 1976.
- Reisner, Robert, *Graffiti, Two Thousand Years of Wall Writing*, New York, Cowles, 1971.

- S. Baldinger, Wallace , *The Visual Art*, Holt Rinehart and Winston Inc., New York, 1960.
- Salim, Peter, dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta: Modern English Press, 1991.
- Sastrosoediro, Margono, *Poster dan Sejarahnya*, Poster Layanan Masyarakat dan Generasi Muda, Buku Kenangan 13 Tahun Kerjasama Dinas P dan K Propinsi DIY dengan PS Diskomvis ISI Yogyakarta, 1997.
- Stanly, Thomas Blaine, *The Technique of Advertising Production* Prentice Hall, Inc., New York, 1940.
- Sudiana, Dendi, *Komunikasi Periklanan Cetak*, Remaja Karya, Bandung, 1986.
- Suptandar, Pamudji, *Teori Dasar Disain Komunikasi Visual*, Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Trisakti, Jakarta, 1997.
- Sutanto, T, *Desain Grafis dan Desain Komunikasi Visual*, Makalah Seminar, 6 November 1986.
- Suryabrata, Drs. Sumadia, *Metodologi Penenelitian*, Cetakan kelima, CV Rajawali, Jakarta, 1988.
- Suryabrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian*, Rajawali Press, 1990.
- The Compact Edition of Oxford English Dictionary*, Oxford University Press, 1974.
- Thorndike English Dictionary, The English University Press, London, 1949.
- Tim Leksikon Grafika, *Tata Letak dan Perwajahan*, Proyek Pendidikan dan Pembinaan Teknik Grafika, Jakarta, 1982.
- Webster's, *New Twentieth Century Dictionart*, The World Publishing Company, Cleveland and New York, 1960.
- Williamson, S., *Resistance Art in South Africa*, Cape Town Publishing, Johannesburg, 1989.
- Supriyanto, Enin, *Poster Polandia, Undangan untuk Para Seniman*, Harian Kompas, Senin 10 April 2000.
- Suwarna, Budi, *Gejolak Mural di Yogyakarta*, Harian Kompas, Selasa 16 September 2003.
- Kasmulyana, Satry, Makalah Seminar : *Intensif advertising*, Berita Buana dan PPPI., Mingguan Berita Buana, Jakarta, 1977.

euroweb.hu/tours/

euroweb.hu/tours/michelangelo/

<http://samasama-yourewelcome.com/>

plato.satnford.edu/entries/
webpages.marshall.edu/
www.artdesign.com/
www.askoxford.com/
www.britannica.com/
www.color-wheel-pro.com/
www.dictionary.cambridge.org/
www.diegorivera.com/
www.findarticles.com/
www.gudeg.net/
www.gurupavanapuri.com/
www.ibiblio.org/
www.indian-art-gallery.com/
www.interkriti.org/
www.internationalposter.com/
www.kompas.com/
www.lamurals.org/
www.metromurals.org/
www.muralista.org/
www.profiles.nim.nih.gov/
www.richeast.org/
www-sul.satnford.edu

