

JURNAL TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN INFOGRAFIS BERGERAK SEBAGAI MEDIA EDUKASI
SENI RUPA POSTMODERNISME DI INDONESIA
DI YOGYAKARTA**



PERANCANGAN

Maria Antonia Kusuma Wahyuningtyas

NIM 1112182024

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN DESAIN

FAKULTAS SENI RUPA

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2018

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

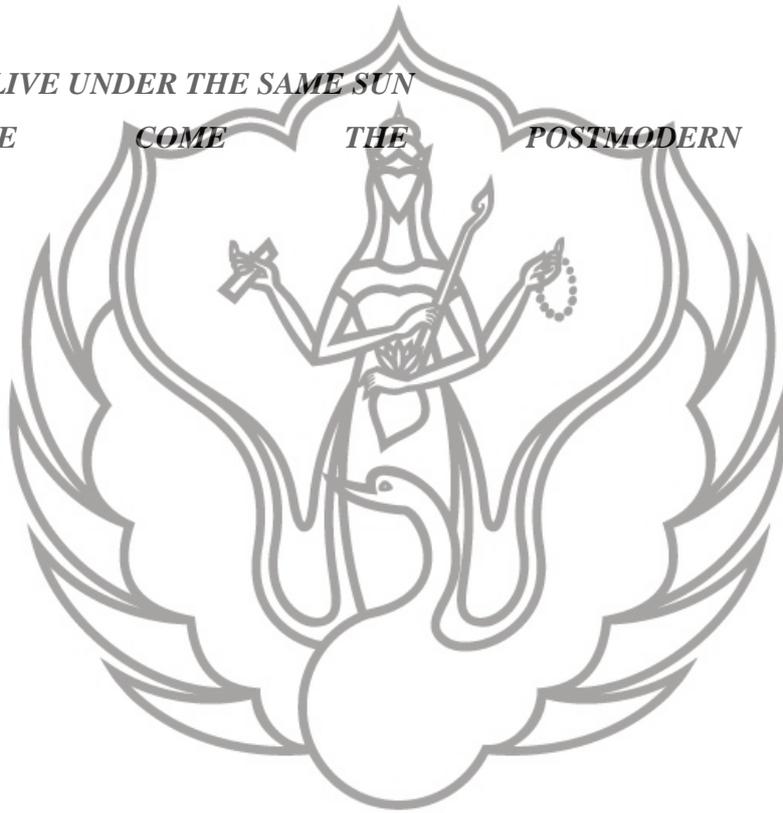
**PERANCANGAN INFOGRAFIS BERGERAK SEBAGAI MEDIA
EDUKASI SENI RUPA POSTMODERNISME DI INDONESIA**, diajukan oleh
Maria Antonia Kusuma Wahyuningtyas, NIM 111 2182 024, Program Studi
Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni
Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji Tugas
Akhir pada tanggal 13 Juli 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk
diterima.



Mengetahui,
Ketua Program Studi S-1
Desain Komunikasi Visual

Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
NIP: 19720909 200812 1 001

***WE LIVE UNDER THE SAME SUN
HERE COME THE POSTMODERN WORLD***



ABSTRAK

PERANCANGAN INFOGRAFIS BERGERAK SEBAGAI MEDIA EDUKASI SENI RUPA POSTMODERNISME DI INDONESIA

Oleh : Maria Antonia Kusuma Wahyuningtyas

NIM : 111 2182 024

Pokok permasalahan perancangan ini dimulai dari munculnya kegelisahan atas kehidupan manusia sekarang yang ditampilkan melalui pencitraan yang menarik atau bahkan lelucon yang dapat diterima sebagai sebuah realitas. Praktik tersebut disebut-sebut sebagai bagian dari seni rupa postmodernisme. Postmodernisme memiliki daya tarik yang positif sekaligus daya guna bagi analisis budaya populer. Objek-objek seni dalam masyarakat kebudayaan postmodern merupakan bagian dari kebudayaan materi budaya populer. Postmodernisme, konsumerisme dan objek-objek estetik didalam masyarakat konsumen adalah mata rantai yang tidak bisa dipisahkan. Postmodernisme memiliki lima idiom estetik, yaitu *pastiche*, parodi, *kitsch*, *camp* dan skizofrenia. Perancangan ini menggunakan infografis bergerak sebagai media edukasi penyampaian pesan kepada khalayak. Infografis bergerak tentu saja dapat menghidupkan konten infografis perancangan ini. Umumnya, jika ada suara latar belakang, orang dapat menikmati narasi yang disajikan dalam satu sajian yang menarik. Secara umum, infografis ini mempunyai peluang untuk didistribusikan seluas-luasnya secara *online*; masyarakat populer saat ini adalah masyarakat yang membagikan karya dan respon terbaik mereka di ajang *online*.

Kata kunci: postmodern, postmodernisme, *online*, *pastiche*, parodi, *kitsch*, *camp*, skizofrenia, budaya populer, infografis, infografis bergerak

ABSTRACT

DESIGNING MOTION INFOGRAPHIC AS EDUCATION MEDIA OF POSTMODERNISM ART IN INDONESIA

By : Maria Antonia Kusuma Wahyuningtyas

NIM : 111 2182 024

The subject matter of this designing problem starts from anxiety over human life today is full of fascinating imagery or even an acceptable joke as reality. The practice is referred to as part of the postmodernism art. Postmodernism has a positive appeal once the utility for the analysis of popular culture. Art objects in postmodern cultural society are part of popular cultural material culture. Postmodernism, Consumerism, and aesthetic objects in consumerism society is link that can not be separated. Postmodernism has five aesthetic idioms, that is pastiche, parody, kitsch, camp, and schizophrenia. This design using motion infographic as education media deliver messages to audiences. Motion Infographic of course can animate the infographic content on this design. Generally, if there is a background voice, audiences can enjoy the narration presented in an interesting look. This motion infographic has chance to distributed as widely as possible online: popular society today is society who share works and their best response online.

Keywords: postmodern, postmodernism, online, pastiche, parody, kitsch, camp, schizophrenia, popular culture, infographic, motion infographic.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia sekarang tidak jauh dengan yang disebut sebagai internet. Tidak bisa dipungkiri semakin hari internet berubah dengan cepat. Cara orang terhubung dengan internet berubah dengan sangat cepat. Teknologi hari ini membuat semua orang berkomunikasi tanpa bertatap muka. Orang dapat membuat komunitas, mengadakan rapat, transaksi jual beli, berbagi ilmu, mengujar kebencian, menghujat orang, membuat berita palsu, dan lain sebagainya tanpa bertatap muka secara langsung. Mulai dari pengguna internet yang positif hingga negatif semua dapat ditemui dalam satu portal. Franklin (1989) mengatakan pendapatnya mengenai teknologi sebagai suatu cara praktis yang menjelaskan mengenai cara kita semua sebagai manusia membuat segala sesuatu yang berada di sekitar sini.

Perancangan ini berawal dari pembahasan bahwa ketika kita mengunggah sesuatu sama dengan ketika mengunduh di internet. *Netizen* adalah salah satu contoh konkrit ketika internet sangat digunakan oleh manusia di bumi. *Netizen* sendiri adalah pengguna internet, atau juga disebut-sebut sebagai penghuni yang terlibat dalam komunitas online di internet. Aktivitas yang ditimbulkan *netizen* bisa bermacam-macam jenisnya, dari yang sekedar berkumpul sampai aktivisme yang menurut perubahan dunia maya maupun nyata.

Sebagai pengguna internet aktif, masyarakat seharusnya berhati-hati dalam menggunakan media ini. Tetapi pada kenyataannya, banyak pengguna internet yang terkadang kurang berhati-hati bagaimana internet menyebar dengan cepat dan tanpa batas. Terkadang *netizen* mengunggah apapun ke dalam media sosial yang ia inginkan seolah-olah yang mengakses akunnya hanyalah orang-orang yang ia kenal. Tingkah laku *netizen* tersebut membuat kericuhan yang cukup mempengaruhi masyarakat yang tidak menggunakan internet. Wacana-wacana yang dibuat *netizen* terkadang tidak sesuai dengan kenyataan. Kemudahan

internet membuat konten disalin dengan mudah, mentah, maupun penyaringan tertentu.

Begitu pula yang terjadi di Indonesia, terkadang orang mengunggah sesuatu di internet untuk menjadi sesuatu lelucon ataupun sindiran yang lucu, tetapi *netizen* terkadang menanggapi dengan serius bahkan terkadang terjadi kesalahpahaman yang menggelikan.

Media sosial misalnya, kini dengan mudah siapapun dapat berkomunikasi, berbagi informasi tanpa harus bertatap muka. Bahkan seniman dapat mencari ide-ide dan referensi mereka melalui media sosial. Seniman dapat mengunduh kemudian mengolah kembali hasil pencariannya menjadi karya baru. Semudah itulah jaman internet telah membuka mata kita lebar-lebar bahwa dunia ada di genggaman kita semua.

Beberapa waktu yang lalu, tepatnya pada bulan Maret 2017, kedatangan Raja Salman ke Indonesia sukses menjadi perbincangan masyarakat. Agan Harahap, seorang seniman fotografi sempat membuat foto lelucon yang memperlihatkan Raja Salman turun dari pesawat Lion Air ditemani Habib Rizieq. Rupanya, ada juga *netizen* yang menganggap pertemuan kedua tokoh ini adalah sungguhan. Fenomena ini adalah contoh kecil bagaimana fenomena potong dan tempel atau yang lebih populer dengan *cut and paste* dapat menjadi sebuah perbincangan yang menarik karena mengunduh dan mengunggah adalah sebuah kebiasaan manusia hari ini yang tidak bisa dipungkiri.

Berangkat dari kegemaran mendengarkan musik dan pengamatan pada sampul album grup musik yang memiliki kemiripan visual membuat bukti awal adanya kedekatan estetika postmodernisme dalam kehidupan sehari-hari masyarakat populer. Mufti Priyanka atau yang biasa dipanggil Amenkcoy, seorang disainer dan ilustrator asal Bandung ini diduga melakukan praktik peniruan pada gaya ilustrasinya. Ilustrasinya yang diduga mirip dengan ilustrator Raymond Pettibon, seorang ilustrator asal Amerika yang karya-karyanya banyak digunakan oleh grup musik internasional ber-*genre* punk. Belakangan ini karya-karya asli Amenkcoy

juga banyak diproduksi ulang oleh khalayak umum. Fenomena ini menjadi menarik karena ketika peniruan terus terjadi berulang-ulang secara tidak langsung pemilik karya asli mendapat sebuah “*self publishing*”.

Media mengambil bahan baku dari pengalaman dan mengemasnya dalam bentuk cerita; ia menceritakan kembali cerita itu kepada kita, dan kita menyebutnya realitas (Harper Collins, 1990: 127).

Melalui beberapa penelitian, perancangan ini mencari-cari dimana sumber keterlibatan seniman dengan era *cut & paste* ini. Bahwasannya sebelum internet ada, para seniman telah melakukan praktik peniruan, mengcopy, mengulang, dan meremixnya menjadi karya baru. Menurut Francois Burkhardt (1988: 149), para konsumen kini mencari sesuatu yang personal, bermain dan menyenangkan pada obyek-obyek yang mereka beli. Akibatnya, obyek harus dimuati kualitas sensual: selain dapat dimengerti, ia juga harus dapat dirasakan. Ketika internet menguasai dunia, segalanya menjadi mudah. Media massa terus-menerus menciptakan pasar baru yang menyerap teknologi tinggi. “Semua rahasia, ruang, dan tayangan luluh ke dalam informasi berdimensi tunggal” (Baudrillard, 1985: 130).

Pembahasan di atas adalah salah satu contoh fakta dari munculnya kegelisahan atas kehidupan manusia sekarang yang penuh dengan sebuah kepalsuan tetapi ditampilkan melalui pencitraan yang menarik, juga sebuah kepalsuan atau bahkan lelucon dapat diterima sebagai sebuah realitas.

Apa yang telah disinggung pada paragraf di atas disebut-sebut sebagai bagian dari seni postmodernisme. Postmodernisme sendiri adalah sebuah kecenderungan seni, sastra, arsitektur, media dan budaya pada umumnya, yang merupakan sebuah ruang tempat tumbuh subur serta membiaknya dengan tanpa batas (Piliang, 2003:60).

Postmodernisme merupakan kegiatan memuaskan keinginan yang pada akhirnya menimbulkan *needs vs wants*. Memudahkan manusia untuk memiliki identitasnya sendiri-sendiri, segala macam pemikiran yang dirasa benar menjadi relatif. Jika *cut and paste* ada dan fakta-faktanya

ramai diperbincangkan, maka perlu adanya edukasi kepada audience tentang adanya praktik seni postmodernisme yang dimana adalah cikal bakal praktik-praktik reproduksi karya dalam kebudayaan manusia hari ini.

Pembahasan ini dimulai dari perdebatan terkini tentang postmodernisme yang memiliki daya tarik positif sekaligus daya guna bagi analisis budaya populer. Dari segi prespektif filosofis, postmodern dilihat sebagai sebuah aliran berpikir. Filsafat postmodern (postmodernisme) muncul sebagai gagasan mendasar sekaligus kritik atas filsafat modern (modernisme).

Yang menjadi menarik pada pembahasan bab ini adalah tidak dapat disangkal lagi bahwa dalam interpretasi, setiap orang mempunyai sudut pandang dan perspektif sendiri-sendiri (berbeda-beda). Sehingga mengajak *audience* untuk memahami dasar-dasar seni postmodernisme dengan cara membawa beberapa fakta yang sedang hangat diperbincangkan bahkan menjadi panutan.

Objek-objek seni dalam kebudayaan postmodern merupakan bagian dari kebudayaan materi masyarakat global mutakhir. Sekali objek-objek tersebut diproduksi dan dikonsumsi, ia akan menjadi produk sosial dan masyarakat tersebut, yaitu produk yang digunakan untuk mengkomunikasikan, menyampaikan makna-makna, dan kepentingan-kepentingan sosial yang ada dibelakangnya (Yasraf Amir Piliang, 2003:63).

Yang menjadi hal terpenting pada bab ini, praktik-praktik seni yang dilakukan dengan cara kerja budaya postmodern adalah perkembangan yang dibuat oleh target audience dalam perancangan ini. Perkembangan ini telah mempengaruhi hubungan antara manusia dan objek-objek seni, dan bagaimana objek tersebut diciptakan.

Perancangan ini menggunakan infografis sebagai media edukasi. Perancangan ini menggunakan infografis editorial dengan teknik grafis bergerak atau yang biasa disebut grafis animasi. Menurut Jason Lankow, Josh Ritchie dan Ross Crooks dalam bukunya Infografis Kedasyatan Cara

Ber cerita Visual, infografis editorial adalah infografis yang menggunakan pendekatan naratif. Secara umum, infografis editorial mempunyai peluang untuk didistribusikan seluas-luasnya; orang sering membagikan karya terbaik mereka di ajang *online*, jadi mendatangkan *traffic*, tautan, sekaligus menyikap merek. Sedangkan mengenai grafis bergerak, tentu saja dapat menghidupkan konten infografis perancangan ini. Utamanya, jika ada suara latar belakang, orang dapat duduk untuk menikmati narasi yang disajikan kepada mereka dalam bentuk linier.

Jika dilihat dari cara infografis editorial bekerja, tentu saja sangat relevan pada konten-konten yang akan disajikan dalam perancangan ini. Pada pembahasan awal jika manusia sekarang hidup pada budaya yang mengacu pada internet, tentu saja infografis editorial akan sangat membantu menyajikan konten edukasi yang baik. Media-media publikasi gambar gerak yang berbasis online seperti Youtube atau Vimeo akan menjadi media publikasi perancangan ini. Youtube misalnya, semua orang saat ini bahkan mendengarkan lagu yang tidak ada visualnya pada media ini.

2. Tujuan Perancangan

Perancangan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada penggiat seni postmodernisme, *netizen* awal yang mulai mengulik tentang seni kontemporer, *netizen* dan media-media online yang merespon karya-karya seniman dengan pemahaman masing-masing tanpa melihat deskripsi yang tertera pada karya seniman, para apresiator seni khususnya seni rupa, lembaga-lembaga pengarsipan, komunitas-komunitas seni, seniman-seniman kontemporer yang terlibat dalam perancangan ini, dan seniman yang sadar maupun tidak terlibat dengan postmodernisme tentang cara kerja postmodernisme di era seni rupa kontemporer.

3. Teori Penciptaan

a. Sejarah Postmodernisme

Menurut Bambang Sugiharto dalam bukunya *Postmodernisme Tantangan Bagi Filsafat* (1996:26-27, 28-29), sejak akhir dekade 1970-an, istilah postmodernisme kian populer karena mulai memasuki ranah kajian yang lebih luas. Daniel Bell, Frederic Jameson dan Jean Baudrillard membawa kajian postmodernisme ke dalam analisis sosial dan ekonomi. Begitu pula halnya dengan diskursus postmodernisme dalam ranah filsafat, yang pertama kali dipopulerkan oleh Jean François Lyotard melalui karyanya *La Condition Postmoderne: Rapport sur le Savoir* (1979). Postmodernisme dalam filsafat dipahami sebagai kritik atas paradigma, gaya berpikir, ideologi dan gambaran dunia yang menjadi “semangat zaman” era modern, yang bermula sejak Renaisans, dikokohkan dalam Pencerahan lalu kian memuncak pada waktu-waktu setelahnya hingga awal abad XX.

b. Kode-Kode Estetik Postmodernisme

1) *Pastiche*

Menurut Yasraf Amir Piliang dalam bukunya *Hipersemiotika* (2003:188) teks *pastiche* mengimitasi teks-teks masa lalu, dalam rangka mengangkat dan mengapresiasikannya.

2) Parodi

Menurut Linda Hutcheon, parodi memang satu imitasi, tetapi bukan imitasi murni. Hutcheon (1985:6) mendefinisikan parodi sebagai satu bentuk imitasi, akan tetapi imitasi yang dicirikan oleh kecenderungan ironik.

3) *Kitsch*

Kitsch mengambil satu karya ke karya lainnya. *Kitsch* membawa seni tinggi ke hadapan massa melalui produksi massal" (Piliang:2003).

4) *Camp*

Menurut Susan Sontag, *camp* adalah satu model estetisme yaitu satu cara melihat dunia sebagai satu fenomena estetik, namun estetik bukan dalam pengertian keindahan atau keharmonisan, melainkan

dalam pengertian keartifisialan dan pengayaan (Susan Sontag, 1991:277).

5) Skizofrenia

Skizofrenia menurut pandangan Lacan, sebagaimana yang dijelaskan oleh Anthony Wilden, menganggap kata-kata sama seperti benda-benda sebagai refrensi, dengan pengertian, sebuah kata tidak lagi merepresentasikan sesuatu sebagai refrensi, melainkan refrensi itu tidak sendiri menjadi kata (Frederic Jameson, 1991:64).

c. Infografis

Perancangan ini menggunakan infografis editorial dengan teknik grafis bergerak atau yang biasa disebut grafis animasi. Menurut Jason Lankow, Josh Ritchie dan Ross Crooks dalam bukunya *Infografis Kedasyatan Cara Bercerita Visual*, infografis editorial adalah infografis yang menggunakan pendekatan naratif. Secara umum, infografis editorial mempunyai peluang untuk didistribusikan seluas-luasnya; orang sering membagikan karya terbaik mereka di ajang *online*, jadi mendatangkan *traffic*, tautan, sekaligus menyikap merk. Sedangkan mengenai grafis bergerak, tentu saja dapat menghidupkan konten infografis perancangan ini. Utamanya, jika ada suara latar belakang, orang dapat duduk untuk menikmati narasi yang disajikan kepada mereka dalam bentuk linier.

4. Metode Perancangan

Perancangan ini akan menggunakan metode dan beberapa tahapan sebagai berikut:

a. Mengumpulkan Data

1) Data Verbal

Data verbal yang dibutuhkan dalam proses perancangan ini adalah data yang berbentuk tulisan. Data ini berisi tentang data tulisan yang

diperoleh dari jurnal, buku dan artikel yang berhubungan dari tema perancangan, menelusuri internet atau media sosial dan dari observasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu mencari data pustaka, menelusuri internet, dan observasi.

2) Data Visual

Data visual adalah data yang dibutuhkan dalam proses perancangan yang berbentuk data visual seperti bentuk unduhan gambar dari internet tentang beberapa rekaman sejarah seni rupa postmodernisme, *screencapture* media sosial milik narasumber dan beberapa rekam dokumentasi karya narasumber.

b. Data Awal (Yang Dibutuhkan)

Data awal yang dibutuhkan dalam perancangan ini berupa data verbal yang bisa didapatkan dari wawancara narasumber, literatur yang ada ataupun internet, media sosial yang berhubungan dengan narasumber dan seni rupa postmodernisme. Dan data visual sebagai penunjang data verbal yang didapat melalui proses perekaman dalam bentuk foto maupun video. Gambar yang diambil merupakan dokumentasi sejarah perkembangan postmodernisme dan proses berkarya seniman berkaitan dengan tema perancangan.

c. Metode Pengumpulan Data

Sebagai langkah awal dalam perancangan ini nantinya dengan mengumpulkan data secukupnya melalui pengamatan media sosial, beberapa *review* tentang narasumber di internet, dan wawancara pada narasumber yang berkaitan seni rupa postmodernisme untuk merumuskan pesan yang akan disampaikan. Juga melalui studi pustaka tentang postmodernisme.

d. Instrumen/Alat

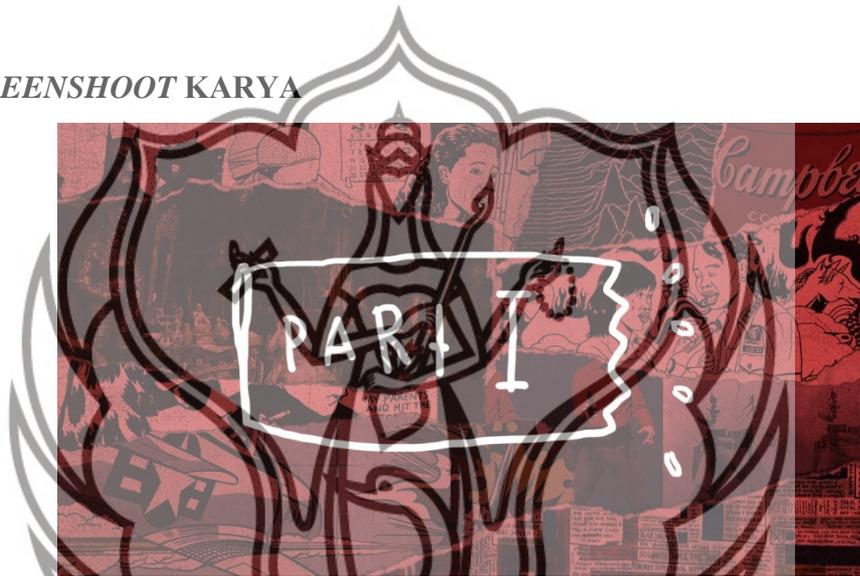
Alat yang digunakan dalam perancangan ini adalah alat fotografi, alat videografi dan unit komputer sebagai satu lini utama pembuatan perancangan ini.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

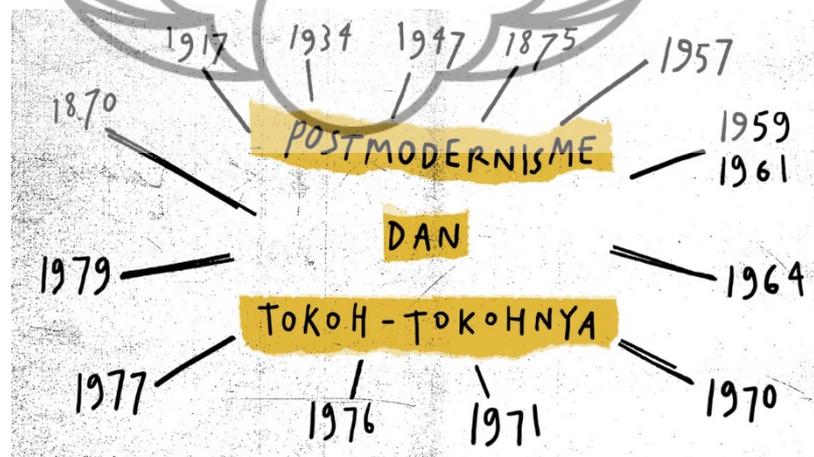
Abad duapuluh adalah abad nasionalisme, kelanjutan dari abad yang lampau sebagai abad ideologi yang menjadikan waktu dan kondisi simpang-siur, saling-silang sengkabut. Di kalangan kelas menengah di Indonesia, kesengkabut ini ditimpali oleh arus deras postmodern(isme) yang bisa membuat siapa saja jungkir-balik atas nama gugatan kepada kemapanan dari sisa-sisa ideologis masa lampau, dan atas nama pribadi (Halim, 12:2017).

Perancangan ini mengulas Seni Postmodernisme mulai dari sejarah, teori, dan praktik-praktik senimannya mulai dari Barat hingga Indonesia.

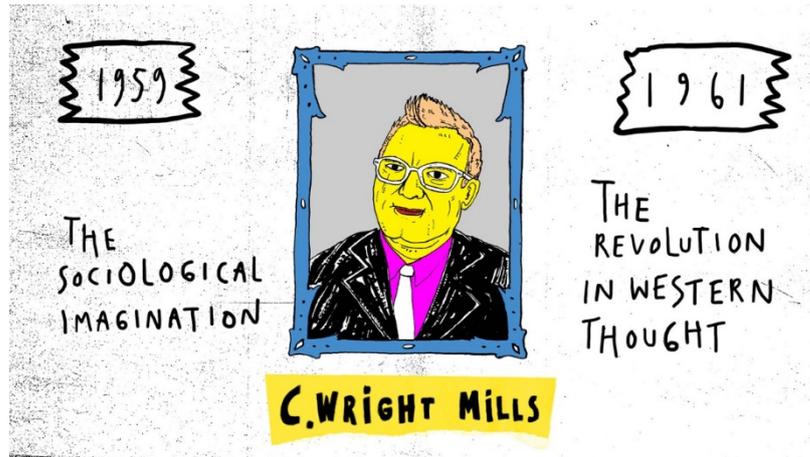
C. SCREENSHOOT KARYA



Gambar 1: Screenshot Karya
Grafis: Maria Antonia K



Gambar 2: Screenshot Karya
Grafis: Maria Antonia K



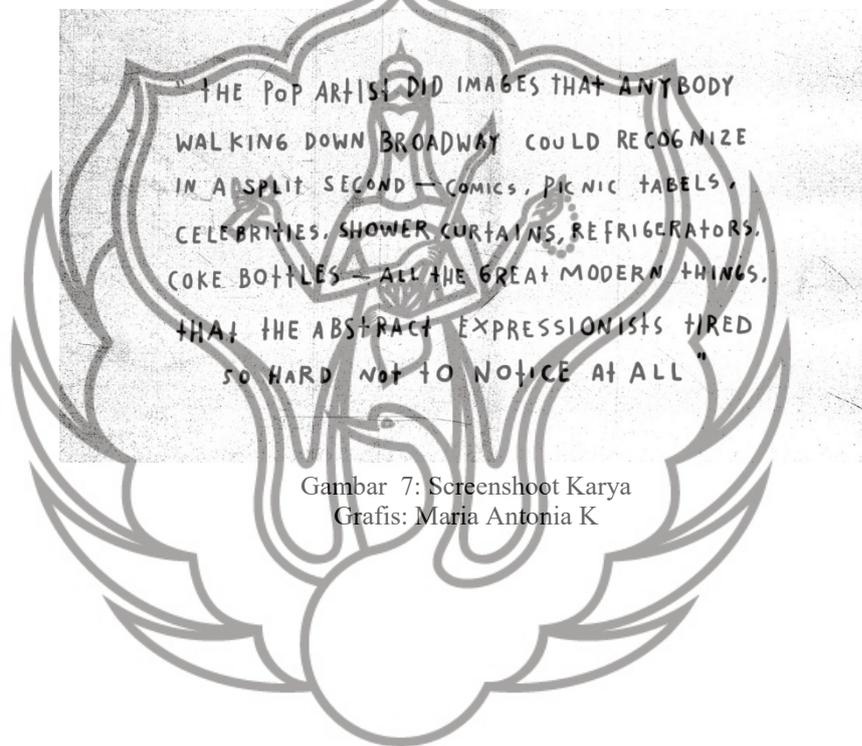
Gambar 3: Screenshoot Karya
Grafis: Maria Antonia K



Gambar 5: Screenshoot Karya
Grafis: Maria Antonia K



Gambar 6: Screenshoot Karya
Grafis: Maria Antonia K



Gambar 7: Screenshoot Karya
Grafis: Maria Antonia K

D. KESIMPULAN

Dekade 1960 hingga 1970an merupakan tahap awal istilah postmodernisme mulai digunakan. Sejumlah profesor, seniman, kritikus seni dan tokoh-tokohnya telah memberikan definisi yang tepat untuk postmodernisme. Karakteristik postmodernisme sendiri adalah menguatnya tendensi untuk mempromosikan budaya seni pop dan budaya massa, yang menjunjung tinggi peleburan gaya serta menggugat segala kecenderungan elitisme yang menonjol dalam seni modern. Postmodernisme dipahami

sebagai kritik atas gaya berpikir, ideologi dan gambaran dunia yang menjadi “semangat zaman” era modern.

Postmodernisme, konsumerisme dan objek-objek estetik di dalam masyarakat konsumen adalah mata rantai yang tidak bisa dipisahkan. Oleh karena itu, jika menyangkut tentang estetika dalam era postmodernisme tidak dapat dipisahkan dari konsumerisme itu sendiri.

Postmodern mengenal istilah pluralisme, yaitu kecenderungan atau pandangan yang memberikan penghormatan terhadap “sang lain” (*the others*) yang berbeda-beda dan beraneka warna yang membuka diri terhadap keyakinan-keyakinan berbeda.

Praktik seni rupa postmodernisme dapat dilihat dari seniman-senimannya. Melalui teknologi yang ada saat ini (digitalisasi), seniman postmodern membawa apa-apa yang telah ada menjadi sebuah karya seni yang dapat dinikmati massa. Melalui respon massa terhadap karya-karya seniman, terlihat bagaimana massa merespon media. Sejarah, teori dan praktik-praktik seni rupa postmodern dan respon massa inilah yang perlu diapresiasi dan diakui keberadaannya melalui edukasi yang baik kepada khalayak luas.

Edukasi merupakan sebuah bentuk penyampaian yang perlu diperhatikan. Karena perancangan ini menggunakan teknik infografis bergerak, gaya bahasa, teknik vokalisasi *voice over*, gaya visual ilustrasi, tipografi dan bentuk edukasinya adalah poin penting agar pesan tersampaikan ke khalayak luas. Data yang digunakan dalam perancangan infografis bergerak ini yaitu berdasarkan riset beberapa buku, media sosial seniman, penyaringan respon massa terhadap media-media dan seniman-seniman yang populer pada saat ini (terutama di Indonesia khususnya Yogyakarta), yang dirasa cocok untuk *audience*.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Gaut, Willy (2011). *Filsafat Postmodernisme Jean-François Lyotard*. Flores, NTT, Indonesia: Penerbit Ledaro.
- Lankow, Jason., Josh Ritchie, Ross Crooks (2014). *INFOGRAFIS: Kedasyatan Cara Bercerita Visual*. Jakarta, Indonesia: Penerbit PT Gramedia Utama.

Lessig, Lawrence (2011). *BUDAYA BEBAS: Bagaimana Media Besar Memakai Teknologi dan Hukum untuk Membatasi Budaya dan Mengontrol Kreativitas*. Yogyakarta, Indonesia: KUNCI Cultural Studies Center.

Piliang, Yasraf Amir (1999). *Hiper-Realitas Kebudayaan*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit LkiS.

Piliang, Yasraf Amir (2003). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta, Indonesia: LkiS.

Wijayanto, Eko (2013). *MEMETICS: Perspektif Evolusionis Membaca Kebudayaan*. Cimanggis, Jawa Barat, Indonesia: Penerbit Kepik.

