

**MITOS KULTURAL DALAM OBJEK DESAIN :
Analisis Terhadap Karakter Antropomorfis**

Anggar Erdhina Adi

Mahasiswa Program Magister Desain, Sekolah Pascasarjana ITB Bandung

J. Ganesha 10 Bandung, Jawa Barat

E-mail: anggarerdhina@gmail.com

ABSTRACT

Culture is always evolving and changing to follow the society development. The result always leaves footprint in the form of value or artifacts. The character design in the past was a manifestation of the people culture as expression value in the form of artifacts, one of the forms is anthropomorphic characters. Meanwhile, in the modern era the realization comes in many forms; for instance movies, comics, and novels with a variety of designs. This embodiment cannot be separated from the cultural values as a constituent. The object is understood as a truth because it becomes a cultural myth. This paper attempts to interpret the phenomenon of design objects in the form of character anthropomorphic as a design object.

Keywords: antropomorfism, myth, design, and cultural

PENDAHULUAN

Sebagai makhluk hidup manusia adalah makhluk berfikir, oleh karena itu manusia melahirkan kebudayaan. Manifestasi kebudayaan tersebut lahir dari proses kehidupan sehari-hari yang dimaknai dan dipahami secara terus menerus. Menurut Van Peursen (1988) dalam proses berkebudayaan manusia harus melewati tiga tahap, yaitu: mitis, ontologis, dan fungsional. Tiga tahapan ini selalu dilewati oleh manusia dalam proses berkebudayaan. Untuk menjalankan

tahap tersebut, khususnya pada tahap ketiga yaitu fungsional, diperlukan strategi-strategi agar kebudayaan yang dijalankan atau kebudayaan ke depan bisa berjalan dengan matang.

Salah satu perwujudannya yaitu muncul melalui budaya material/artefak. Pada zaman dahulu wujudnya berupa tulisan, lukisan, dan patung yang biasanya muncul di candi-candi. Artefak ini memuat gagasan dari budaya pada masa itu untuk diterima sebagai wujud manifestasi. Hasil dari budaya tersebut umumnya menunjukkan hubungan antara manusia dan kekuasaan-

kekuasaan di sekitarnya yang saling mempengaruhi. Faktor yang paling mempengaruhi dalam lahirnya artefak-artefak budaya pada masa lalu lebih banyak didominasi oleh kepercayaan. Kepercayaan dan tingkah laku merupakan bagian dari kebudayaan, wujudnya bisa muncul dalam beraneka macam bentuk.

Salah satu wujud dari budaya material tersebut adalah patung antropomorfis. Menurut bahasa Yunani antropomorfis berasal dari kata *anthropos* (manusia) dan *morphe* (bentuk). Dalam definisi yang lain, antropomorfis merupakan penggabungan ideasional antara manusia dengan karakteristik mental/fisik di luar manusia, biasanya hewan atau objek lain. Menurut Horowitz (2007), antropomorfis adalah memasang karakteristik manusia ke suatu objek benda atau hewan yang bukan manusia. Bentuk antropomorfis lahir dari perwujudan kepercayaan. Masyarakat jaman dahulu biasanya menuangkan kepercayaan agar menjadi sebuah tuntunan ataupun panutan, sehingga mereka mempercayainya sebagai nilai kebenaran. Pada umumnya nilai-nilai yang dimasukkan antara lain, keberanian, kelembutan, kebajikan, dan lain sebagainya.

Wujud karakter antropomorfis tidak hanya ada pada jaman dahulu saja, akan tetapi juga pada masa kini yaitu pada tokoh-tokoh animasi. Karakter ini diterima dan diyakini oleh penonton sebagai sebuah karakter yang ada dan hidup meskipun secara fantasi. Hal ini

menurut pandangan Barthes (2007) disebut sebagai mitos, karena telah menjadi tipe wicara (*type of speech*). Desain dengan perwujudan seperti ini merupakan peminjaman dari gagasan ideasional yang menarik untuk divisualisasikan kedalam wujud desain.

Menurut Peursen (1988) manusia selalu menciptakan bentuk-bentuk baru dan berlainan yang memperluas kekuasaan manusia terhadap dunia sekitarnya. Jika pada masa dahulu manifestasi kebudayaan lahir dan tumbuh di lingkungan pusat peradaban (candi dan kerajaan), kini hal itu muncul dan tersebar melalui film. Upaya perluasan kekuasaan ini menyebar begitu cepat, sehingga untuk mengenalinya tidaklah susah. Melalui film, tokoh-tokoh karakter ini bisa dengan mudah ditemui sebut saja *Mickey Mouse*, *Donal Duck*, *Guffy* dan lain sebagainya. Melalui film tokoh-tokoh karakter ini diterima sebagai sesuatu yang nyata dan benar, artinya tokoh-tokoh ini secara alami diterima sebagai kebenaran. Namun, jika ditelusuri lebih jauh, tokoh-tokoh karakter ini merupakan objek mitos yang selalu dikondisikan untuk diterima.

Sebagai sebuah teks, karakter antropomorfis memiliki peluang untuk dianalisis sehingga didapatkan penemuan makna baru. Melalui metode hermeneutika teks dipahami sebagai objek kajian. Metode hermeneutika dalam hal ini digunakan untuk memahami makna keberadaan objek melalui interpretasi (penafsiran). Hal ini dilakukan untuk

membuka kemungkinan makna diluar dari makna yang telah ada. Pembukaan kemungkinan ini adalah relasi sirkuler yang terjadi antara peneliti dan objek (teks) seperti yang diungkapkan Piliang dalam Walker (2010).

PEMBAHASAN

Antropomorfis sebagai Objek Desain

Karakter animasi sebagai objek desain merupakan hasil dari produk desain, dimana dalam proses mencipta desain haruslah muncul produk. Meminjam analogi Heskett (2004) desain selalu menghasilkan produk dari prosesnya. Dengan kata lain, proses mendesain ini memerlukan sebuah proses, artinya ada peminjaman gagasan-gagasan lain untuk dituangkan dalam produk desain. Desain merupakan sebuah ilmu dengan berbagai macam disiplin, sehingga bersifat multidisiplin. Dengan keragaman pengetahuan maka kemungkinan muncul objek-objek desain yang didasarkan pada pengetahuan diluarnya menjadi sangat mungkin terjadi.

Antropomorfis sebagai objek desain merupakan penggabungan pemahaman lain terhadap objek yang memiliki potensi untuk diwujudkan dalam sebuah desain, dalam hal ini karakter. Sebagai sebuah desain karakter tentu memiliki ciri karakteristik adalah mutlak diperlukan, hal ini dikarenakan diperlukan adanya sebuah pembedaan. Jika desain karakter semua sama maka yang terjadi adalah duplikasi. Dengan

begitu maka tidak ada unsur kreatifitas. Menurut Bryan Lawson (2007) kreatif adalah kemampuan berfikir secara bercabang, artinya terdapat pemikiran menyimpang dari sesuatu yang umum. Desain memiliki tugas yang menantang dikarenakan dibutuhkannya keseimbangan yang sangat tepat antara dua perangkat keahlian mental.

Desain karakter antropomorfis bisa dikatakan sebagai sebuah produk kreatif dari desain. Dengan melakukan peminjaman gagasan-gagasan ide masa lalu, objek ini bertransformasi dalam sebuah wujud karakter/tokoh. Dalam perspektif film animasi misalnya, kebakuan karakter karena bentuk-bentuk yang monoton akan menyebabkan penonton bosan. Memasuki dunia animasi berarti juga memasuki dunia fantasi dan simulasi. Dimana ilusi menjadi tidak lagi nihil, sehingga kekayaan eksploratif menjadi keniscayaan. Dengan begitu kemungkinan terbentuknya karakter-karakter diluar sesuatu yang ada pada umumnya sangat mungkin terjadi. Untuk mewujudkannya tentu diperlukan sentuhan rasional, artinya objek tersebut mampu dipahami pada umumnya.

Wujud karakter antropomorfis mereduksi gagasan untuk bisa dituangkan ke dalam bentuk objek. Misalnya karakter manusia berkepala Singa, maka secara konotatif karakter tersebut akan dikenali sebagai sosok yang pemberani, pemimpin, ditakuti banyak lawan dan lain sebagainya. Dalam beberapa pengetahuan, Singa selalu diidentikkan sebagai raja hutan atau

bisa juga disebut raja dari segala hewan. Secara khusus konotasi ciri mental yang dimiliki Singa ditambahkan dalam diri manusia untuk mendapatkan makna tertentu. Dengan begitu, karakter dianggap memiliki kelebihan lain dari yang ada pada umumnya. Visualisasi paling sederhana dari penggabungan keduanya adalah menggabungkan keduanya secara fisik dalam wujud visual. Jika kebanyakan menggabungkan kepala hewan dengan tubuh manusia, hal ini merupakan penggambaran paling ideal. Secara fisik ciri yang ditampakkan lebih mudah diterima, karena lebih menyerupai manusia. Hal ini akan berbeda ketika kepala yang digunakan manusia akan tetapi bertubuh hewan.

Namun dalam beberapa contoh lain juga bisa terjadi sebaliknya, yaitu kepala manusia dan bertubuh hewan. Dalam beberapa contoh mitos kuno Yunani muncul karakter semacam Centaur/Centaurica, yang memiliki wujud sebaliknya, karena dominasi ciri fisik lebih banyak hewan. Dengan wujud setengah kuda dan sebagian lain manusia karakter ini merupakan manifestasi dari kekuatan dan kejantanan. Tubuhnya adalah kuda, sementara bagian lain dari leher ke atas adalah manusia. Dalam beberapa film tokoh ini seringkali juga muncul, tokoh yang juga menonjol ada dalam film Narnia yaitu Glenstorm (lihat gb. 1). Perannya sebagai panglima perang di kerajaan Narnia ingin diperlihatkan sebagai karakter pemberani dalam memimpin peperangan. Karakter Centaur juga selalu

berperan dalam mitos yang sama di beberapa film lainnya.



Gambar 1. Glenstorm the Centaur
Sumber : narnia.wikia.com

Mitos tentang karakter/tokoh seperti yang telah disebutkan adalah wujud dari manifestasi kebudayaan yang dicerap dan diwujudkan dalam bentuk desain. Sebagai sebuah objek desain, karakter antropomorfis mengadopsi nilai-nilai diluar dirinya untuk kemudian bisa muncul sebagai sebuah desain. Objek ini memperlihatkan bagaimana bentuk budaya dan makna dikomunikasikan dan diubah melalui wujud desain karakter untuk diterima.

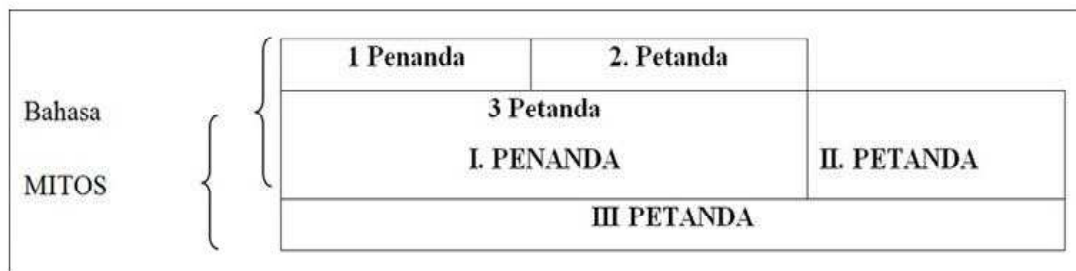
Mitos dalam Budaya Masyarakat

Dalam konteks mitologi lama mitos merupakan berhubungan erat dengan

sejarah dan bentukan masyarakat pada masanya. Bahkan seringkali masyarakat kita mempercayai sesuatu berdasarkan mitos, sehingga menjadi sebuah aturan yang harus dipatuhi. Beberapa mitos tersebut misalnya dilarang berenang di pantai dengan menggunakan baju kuning karena penunggu laut akan marah dan menenggelamkannya. Maka kemudian mitos ini dipercayai masyarakatnya dengan cara menghindarinya dan kemudian itu menjadi peraturan/ ketentuan meskipun oral. Wujud dari mitos ini dituturkan dari satu orang kepada orang lain sehingga disebutlah dengan mitos. Namun Roland Barthes (2007) memandangnya dengan cara berbeda, mitos tidak hanya sebuah tuturan oral saja akan tetapi juga dapat berbentuk

film, patung tulisan fotografi dan lain sebagainya.

Mitos adalah suatu bentuk pesan atau tuturan yang harus diyakini kebenarannya tetapi tidak dapat dibuktikan. Menurut Barthes mitos merupakan sebuah tipe pembicaraan atau wicara (*a type of speech*). Bukan hanya konsep atau ide, akan tetapi mitos merupakan suatu cara memberikan makna terhadap sesuatu. Mitos hadir seolah-olah menggeser sistem pertandaan yang pertama dan kemudian berlanjut secara terus menerus hingga tanda tidak bisa mapan. Analogi tersebut digambarkan Barthes sebagai dua sistem semiologis, salah satu diantaranya diatur berkaitan dengan sistem yang lain.



Sistem semiologis Mitos menurut Roland Barthes

Secara etimologis, mitos merupakan suatu jenis tuturan, namun bukan sembarang tuturan. Hal yang harus diperhatikan bahwa mitos adalah suatu sistem komunikasi, yakni suatu pesan (*message*). Tetapi mitos tidak didefinisikan oleh objek pesan melainkan dengan cara

menuturkan pesan tersebut, misalnya dalam karakter antropomorfis dalam film. Secara langsung karakter yang muncul ini tidak serta merta dipercaya sebagai wujud asli namun karakter mental yang dimilikinya akan dipercaya dan melekat bersamanya. Pesan inilah yang kemudian

menjadi mitos. Penonton diajak untuk menerima konsep mentalnya, kemudian menuturkannya dengan cara apapun kemudian menjadi sebuah keniscayaan. Proses penuturannya tidak hanya melalui film saja, bisa juga melalui mainan, game, dan segala sesuatu yang berwujud karakter yang sama sehingga disaat yang sama pengguna objek itu menerima konsep mental yang dimiliki karakter tersebut.

Dalam perspektif mitos lama, penulis berpendapat bahwa analogi dari nilai-nilai dituturkan dengan cara yang sama akan tetapi perlakuan terhadap objeknya yang berbeda. Manifestasi keyakinan terhadap dewa-dewa misalnya diwujudkan dalam bentuk patung antropomorfis. Bentuk karakter ini bisa dikatakan aneh karena secara indeksial tidak pernah menyentuh tataran rasional manusia, sebut saja Ganesha atau Garuda Wisnu Kencana. Secara rasional, bahkan keilmuan saintis manapun tidak akan bisa mendefinisikan jenis makhluk apa mereka ini, karena yang ada adalah mitos. Ungkapan ini merupakan analisis diluar masalah keyakinan dan agama, karena saya menempatkan karakter tersebut sebagai sebuah objek desain. Terlepas bagaimana masyarakat memandangnya, kedua karakter yang menjadi contoh tersebut adalah sebuah kumpulan nilai yang kemudian diwujudkan dalam bentuk desain karakter.

Garuda Wisnu Kencana adalah tokoh karakter dalam mitologi Hindu, dimana ia adalah kendaraan dewa Wisnu.

Beberapa kisah menyebutkan bahwa Garuda adalah raja dari para burung dengan tubuh manusia berkepala burung dan memiliki sayap pada bentangan kedua tangannya. Dalam ajaran agama Hindu Dewa Wisnu adalah dewa pemelihara dan pelindung alam semesta yang dipandang sebagai roh suci sekaligus dewa tertinggi dari 3 dewa utama (Tri Murti). Secara struktur terlihat bahwa Dewa dan kendaraanya akan menempati posisi yang tertinggi, karena Dewa Wisnu memilih Garuda sebagai tunggangannya. Dengan pembentangan ini terlihat bahwa Garuda adalah tokoh yang dimuliakan karena menjadi tunggangan setia dari segala Dewa (lihat gb. 2).



Gambar 2. Garuda Wisnu Kencana

Sumber : *google image*

Menurut Sedyawati (2007:205) tampilan dewata sangat penting sebagai sosok dalam pemujaan, baik untuk

membangun citra mental didalam diri pemujanya maupun wujud visualnya. Secara simbolik nilai-nilai yang dimiliki oleh Garuda dimunculkan dengan bentuk-bentuk yang membawa ciri mental yang ada. Dengan tubuh yang gagah perkasa ia dicirikan sebagai tunggangan yang sangat kuat, sehingga ditakuti musuh dan dihormati kawan maupun lawan. Bentangan sayapnya memberikan kesan yang kuat dan berani menantang bahaya, dengan begitu desain visualnya nampak memberikan citra sesungguhnya dari Garuda.

Seperti banyak disebutkan bahwa mitos Garuda memiliki kesetiaan dan keberanian yang sangat luar biasa. Secara bergantian tipe wicara ini diturunkan, disebarkan kemudian dikomunikasikan dengan berbagai medium yang kemudian menjadi sebuah mitos. Hal ini terjadi karena dipaksa menerima sebagai sebuah nilai kultural. Penanaman mitos semacam ini hadir karena penerima pesan cenderung lebih menyerap nilai, bukan objeknya sendiri. Tidak hanya itu, wujud karakter secara visual juga merupakan mitos karena kebenarannya tidak pernah mapan.

Fenomena nilai kultural pada masyarakatnya juga terjadi pada masa sekarang, yaitu melalui film. Jika masyarakat dahulu menerima mitos melalui dongeng, artefak candi, dan tuturan, maka masyarakat sekarang menerimanya melalui media yang berbeda sebut saja film, game, mainan dan lain sebagainya. Secara kultural

masyarakat tersebut berkomunikasi dengan objek budaya dengan ruang budaya masing-masing. Nilai mitos juga terserap dalam masyarakatnya sesuai dengan konteks budayanya.

Dalam dongeng modern film animasi secara kultural oleh masyarakat penontonnya memiliki nilai mitos masing-masing. Hal ini dicirikan dengan pemahaman penonton terhadap karakter animasi. Terkadang kita akan melihat berbagai fenomena melihat anak kecil bermain dan menirukan adegan yang tidak rasional, misalnya anak kecil mengimajinasikan dirinya dapat berubah menjadi pendekar Harimau setelah selesai melihat film Lima Pendekar Harimau (1991). Dengan cara seperti itu modus dari mitos bekerja untuk mempengaruhi penontonnya terhadap nilai tersembunyi dibalikinya.

Pendekatan makna dan fungsi ini merujuk pada pendekatan arkeologi seperti yang diungkapkan oleh Sedyawati (2007:160) dimana untuk menemukan makna dan fungsi artefak budaya diperlukan perbandingan untuk bisa 'didekati'. Perbandingan ini digunakan untuk membaca sebuah teks agar dapat menemukan dugaan atau rekonstruksi atas makna dan fungsi.

Transformasi Nilai

Seperti yang telah dikutip sebelumnya dari Van Peursen, bahwa manusia menyesuaikan dunia dengan dirinya, sehingga menciptakan bentuk-bentuk baru dan berlainan dalam

memperluas kekuasaan manusia terhadap dunia sekitarnya. Bentuk kekuasaan tersebut tertuang dalam manifes kebudayaan, bentuknya adalah produk budaya. Dalam produk budaya tersebut muncullah sebuah transformasi nilai dari konsep mental menjadi nilai material. Transformasi nilai menjadi wacana dalam desain karena mengarah pada proses pengalihannya. Mengutip Umar Kayam dalam Sachari (2001) transformasi dapat didefinisikan sebagai proses pengalihan total dari suatu bentuk kepada bentuk baru, dimana ia akan mapan dan dapat pula diandaikan sebagai tahap akhir suatu proses perubahan itu sendiri. Dalam ranah desain, bentuk-bentuk karakter animasi yang bersumber dari mitos akan berkembang menjadi sebuah bentuk mapan dari mitos itu sendiri, meskipun kemudian suatu ketika akan menjadi mitos lagi. Perumpamaan ini jelas terlihat dalam wujud karakter antropomorfis. Jika dahulu orang sering menyebut karakter-karakter antropomorfis adalah mitos yang tidak berwujud maka dalam animasi wujud itu menjadi sebuah simulasi nyata.

Wacana transformasi nilai yang membentuk sebuah budaya baru dinilai membawa budaya berbeda. Jika dahulu pengetahuan kebudayaan lebih banyak dilakukan dengan budaya oral dan beberapa artefak, kini muncul dengan media baru. Hal ini ini bukan berarti membawa kepada perubahan nilai lebih tinggi atau rendah, karena sifatnya kontekstual. Dalam perspektif baru transformasi ini selalu saling

bersinggungan, artinya dalam unsur transformasi baru pastilah terdapat unsur-unsur lamanya. Ciri kepahlawanan dengan kekuatan yang berbeda dan tidak dimiliki manusia terlihat dalam karakter antropomorfis modern, nilai-nilai lebih yang dimiliki binatang kemudian diadopsikan ke dalam bentuk desain antropomorfis. Zaman dahulu transformasi nilai pada karakter antropomorfis lebih dimaknai sebagai pengalihan simbol dan nilai-nilai luhur yang tercatat dalam kepercayaan atau agama sehingga dominasi budaya berwujud pada kepercayaan dan pegangan hidup. Namun dalam perspektif modern hal itu menjadi ritus lain, karena telah menjadi sebuah pengalihan untuk dominasi budaya.

Jika kita menelaah lebih jauh, Mickey Mouse adalah bentuk dominasi yang dilakukan melalui wujud karakter animasi. Merujuk pada karakter ini pasti tidak akan lupa menyebut asalnya, yaitu dari Amerika. Dengan begitu nilai-nilai kultural yang ada pada masyarakat tertentu dipaksa nilai kultural masyarakat lain melalui bermacam saluran. Nilai tidak lagi dituturkan secara oral, akan tetapi pemahaman nilai yang tertuang dalam film akan menjadi dominan. Melalui sebuah teks naratif nilai mental ini dimasukkan menjadi mitos masyarakat penerimanya, dalam hal ini penonton film dan medium lainnya. Mitos kultural kini memasuki berbagai saluran dengan wujud produk budaya beraneka

macam, salah satunya adalah karakter antropomorfis.



Gambar 3. Mickey Mouse
Sumber : www.waltdisney.org

dengan begitu ia akan menemukan mitos baru dalam masyarakat budayanya.



Gambar 4. Anoman Karya Jemendo
Sumber : deviantart.com

Pada masa sekarang karya desain komikus Indonesia bisa dikatakan mulai mengadopsi nilai-nilai yang berkembang dalam masyarakat tradisi. Salah satunya adalah karya komikus Jemendo. Melalui pemahaman mitos kultural, desain mengenai karakter anoman divisualisasikan dalam bentuk komik baru (lihat gb. 4). Transformasi nilai ke dalam bentuk baru ini merupakan sebuah jawaban dari transformasi nilai, dimana bentuk harus menyesuaikan ruang dan waktu. Medium grafis tentu akan sangat berbeda dengan medium wayang ataupun candi yang dinilai bukan lagi masanya. Jadi ketika mentransformasikan ke dalam media baru bentuknya pun akan berbeda, begitu juga visualisasinya. Adaptasi bentuk memperlihatkan sebuah transformasi nilai dari ruang tradisi ke dalam medium baru harus menyesuaikan konteksnya maka

Menurut analogi Barthes terdapat dua lapisan logika mitologi, pertama pesan dibaca sebagai isi pesan tentang sikap dan budaya, yang kedua yaitu terdapat sebuah keinginan tertentu untuk menyembunyikan identitas yang sangat eksploitatif dengan mengungkapkan struktur lain yang terpendam. Jika dikaitkan dengan objek desain maka struktur pesan yang lain disembunyikan melalui bentuk-bentuk adaptif, artinya dibalik sebuah objek karakter tersebut tersimpan sebuah pesan lain yang bisa menjadi tipe wicara yang kemudian menjadi mitos.

SIMPULAN

Mitos kultural yang hadir dalam berbagai objek desain bisa dikatakan sebagai manifestasi dari kebudayaan, dimana produk budaya dikontekstualisasikan ke

dalam wujud karya desain. Secara tekstual konteks nilai mental divisualisasikan ke dalam wujud objek desain melalui pemahaman kultural masyarakatnya. Nilai yang ditawarkan ke dalam masyarakat kultural ini menjadi mitos dan menjadi sesuatu yang sangat dipercaya meskipun tanpa merujuk pada kebenarannya. Jika pada zaman dahulu mitos lebih sering dipertukarkan secara oral dan turun temurun, hal itu tidak lagi pada masa kini. Melalui berbagai jenis tipe wicara, nilai ini hadir melahirkan mitos baru dan kemudian akan digeser mitos lainnya. Hal itu dikarenakan mitos tidak pernah memiliki ketetapan dalam setiap tipe wicara karena akan terus menerus berputar.

Dalam berbagai modus mitos kultural hadir menghiasi keseharian kita, tanpa memperlihatkan bentuk aslinya. Melalui format hiburan atau karya visual mitos kultural menjamur dalam ranah masing-masing. Fenomena ini merupakan jawaban dari sebuah karya desain dalam menjawab sebuah tantangan. Sebagai sebuah ilmu dengan multidisiplin, desain menggabungkan berbagai macam basis keilmuan sebagai acuan pendukungnya. Tanpa menepikan nilai filosofis dan nilai kepercayaan, sebuah karakter antropomorfis dapat dinilai sebagai produk desain kultural.

Sebagai sebuah teks Karakter antropomorfis memiliki peluang untuk

dimaknai sebagai mitos. Nilai-nilai kultural yang melekat akan memungkinkan direduksi dan menjadi mitos. Melalui mitos desain menjadi sebuah proses kreatif yang juga terus menemukan kesesuaian untuk bisa diterima pada ruangnya. Ruang tersebut adalah konteks ruang kultural, media maupun pengguna produk desain tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Sachari & Yan Yan Sunarya. 2001. *Wacana Transformasi Budaya*. Bandung: Penerbit ITB.
- Barthes, Roland. 1972. *Membedah Mitos: Mitos Budaya Massa (terj. Mythologies)*. Yogyakarta: Jlasutra
- Horowitz A. 2007. *Anthropomorphism*. In M. Bekoff, ed, *Encyclopedia of Human-Animal Relationships*, pp 60-66. Westport, CT: Greenwood Publishing Group.
- Imam Buchori Z. 2010. *Wacana Desain; Karya & Pemikiran Imam Bukhori Zainuddin*. Bandung: Penerbit ITB.
- Lawson, Bryan. 1980. *Bagaimana Cara Berpikir Desainer*. Yogyakarta: Jlasutra
- Peursen, C.A Van. 1988. *Strategi Kebudayaan*, ter. Dick Hartoko, Yogyakarta: Kanisius.
- Sedyawati, Edi. 2007. *Budaya Indonesia; Kajian Arkeologi, Seni dan Sejarah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Walker, Jon. 1989. *Desain, Sejarah, Budaya; Sebuah Pengantar Komprehensif (terj.)*. Yogyakarta: Jlasutra.