

PROSES KREATIF MUA (MAKE UP ARTIST) PEKALONGAN DALAM MENGHADAPI TANTANGAN DI ERA DIGITAL

Atmanurvita Prameswari Indrasmara¹, Muhammad Jazuli², Muh. Iban Syarif³

Universitas Negeri Semarang¹

Universitas Negeri Semarang²

Universitas Negeri Semarang³

vitabrennaf@students.unnes.ac.id¹

jazuli@mail.unnes.ac.id²

ibnan@mail.unnes.ac.id³

ABSTRACT

The arts industry is an industry that requires talent, creativity and innovation. Bridal make-up is an industry that must be equipped with these three elements. This is interesting to research because creativity must compete in the midst of the digital era, where a MUA (Make Up Artist) must be clever at brainstorming by continuing to be creative and innovative and have an adaptive attitude to adapt to challenges in the digital era in order to maintain its existence. This research aims to determine the creative process of a MUA (Make Up Artist) in Pekalongan and the challenges of a Pekalongan MUA (Make Up Artist) in facing challenges in the digital era. This research is a type of qualitative research. The research method used is the descriptive-analysis method. Data collection was carried out through observation, interviews, literature study and documentation study. The analysis used is data analysis starting from data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. This writing will begin with a description of (1) The creative process of MUA (Make Up Artist) in Pekalongan, (2) Challenges of MUA (Make Up Artist)) facing the digital era.

Keywords: *Creative, Innovative, Make Up*

ABSTRAK

Industri Seni merupakan suatu industri yang membutuhkan adanya suatu talenta atau bakat, kreativitas dan inovasi. Rias pengantin merupakan suatu industri yang harus dibekali oleh ketiga unsur tersebut. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti dikarenakan kreativitas harus berada di tengah era digital, yang mana seorang MUA (*Make Up Artist*) harus pandai memutar otak dengan terus berkreaitivitas dan berinovasi serta mempunyai sikap adaptif untuk menyesuaikan diri terhadap tantangan di era digital guna mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses kreatif seorang MUA (*Make Up Artist*) di Pekalongan dan Tantangan MUA (*Make Up Artist*) Pekalongan dalam menghadapi tantangan di era digital. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif-analisis. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan studi dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis data yang dimulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penulisan ini akan diawali dengan deskripsi (1) Proses kreatif MUA (*Make Up Artist*) di Pekalongan, (2) Tantangan MUA (*Make Up Artist*) menghadapi era digital.

Kata Kunci: Kreatif, Inovatif, Make Up

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sebuah hasil karya terlahir karena adanya ide-ide kreatif yang dimiliki oleh sebagian orang. Proses kreatif memiliki sejumlah pengaruh dalam menentukan keberlangsungan sebuah hasil karya. Make Up merupakan hasil karya yang memiliki nilai keindahan dan membutuhkan adanya kreativitas serta inovasi. Rias pengantin atau yang kini lebih dikenal dengan MUA (*Make Up Artist*) merupakan orang-orang yang terlahir dengan bakat dan *skill* yang terus diasah. Mereka bergerak mengikuti perkembangan zaman dimana ide dan gagasan harus dimunculkan dan dituangkan ke dalam suatu karya yang memiliki nilai estetis dan memiliki nilai jual.

Proses kreatif seorang MUA (*Make Up Artist*) menjadi menarik untuk diteliti, dikarenakan tidak semua MUA memiliki kemampuan tersebut. Proses kreatif MUA disini adalah dimulai dari menginput sumber-sumber ide yang terlintas di dalam pikirannya untuk kemudian diproses, dijalankan untuk melahirkan sebuah keluaran (*output*) tertentu.

Proses kreatif tentu harus ada tantangan berpikir (*challenge*). Menurut kebiasaan yang terjadi, jika tidak ada tantangan untuk berpikir, orang tidak mau berubah, terbuai dengan situasi dan kondisi yang ada, sudah merasa berada di zona nyaman (*comfort zone*) yang ini tentu saja sering melenakan. Sebuah zona yang membuat orang tidak berani keluar dari cara berpikir yang ada saat itu, tidak mau mencari alternatif dan inovasi, sehingga proses kreatif menjadi mandeg, bahkan mandul. Tantangan berpikir agar proses kreatif tidak mandeg, yakni: (1) berlaku sistematis dan bersikap jujur serta selalu bertujuan demi kebaikan; (2) bersedia menerima kritik dan masukan dengan tidak menganggap sebagai serangan; dan (3) selalu mencari ide-ide baru yang belum pernah ada sebelumnya (Susilo, 2011).

Kreativitas seorang MUA dipengaruhi oleh pengalaman empirisnya dalam berkarya dengan pengalaman yang berbeda-beda. Hal ini juga memperkaya pengetahuan para MUA untuk mengembangkan pola pikirnya. Menurut Awan Kostrad Diharto (2022 : 24) Kreativitas merupakan proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Akan tetapi, kemampuan ini berbeda antara satu orang dan orang lainnya. Kemampuan dan bakat merupakan dasarnya, tetapi pengetahuan dari lingkungannya dapat juga mempengaruhi kreativitas seseorang. Karena kreativitas merupakan cara pandang yang sering dilakukan secara tidak logis, proses ini melibatkan hubungan antar banyak hal yang kadang-kadang tidak terpikirkan oleh orang lain.

Rias pengantin konvensional memiliki bermacam-macam *moral values*, makna, *symbol* yang menarik untuk dikaji, dan sudah banyak yang mengkajinya. Tetapi MUA di era modern seperti sekarang ini memiliki proses kreatif yang dapat dilihat secara tekstual dan sangat menarik untuk dikaji karena ini merupakan suatu kebaruan di dalam dunia rias pengantin, serta proses kreatif MUA di era digital dapat dikatakan lebih kompleks daripada MUA Konvensional. Maka hal tersebut sangat bermanfaat apabila dijabarkan guna mengedukasi masyarakat terkait proses kreatif serta berbagai kiat-kiat yang dilakukan MUA dalam menghadapi tantangan zaman.

Metode Penelitian

Karya seni merupakan objek penelitian yang dapat dideskripsikan dan dapat dianalisis, oleh karenanya metode penelitian yang cocok untuk melakukan penelitian ini adalah dengan metode deskriptif-analisis. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan studi dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis data yang dimulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Tugas utama peneliti seni dalam penelitian kualitatif, adalah menjelaskan secara teliti cara-cara orang yang berada dalam latar tertentu, karya-karya atau hasil dari tindakannya, sehingga dapat memahami, memperkirakan, mengambil, langkah-langkah, yang diperlukan. Dengan kata lain, peneliti harus mengelola situasi mereka sendiri dari hari ke hari (Rohidi, Tjetjep Rohendi 2011: 48). Ikut serta dalam situasi penelitian perlu dilakukan dalam penelitian ini, dikarenakan partisipan obsever akan lebih membaur dengan objek penelitian, sehingga dapat merasakan secara langsung fenomena-fenomena yang akan dikaji.

PEMBAHASAN

Bidang usaha di dunia *Wedding Organizer* kini marak digandrungi oleh banyak orang. Di Pekalongan. Mulai dari dekorasi, make up, catering, parcel seserahan, dsb. Bisnis ini merupakan usaha yang cukup menggiurkan, dan banyak orang-orang menjalankannya berdasarkan *passion* sehingga tidak merasa adanya tekanan dalam mengerjakannya. Dunia MUA (*Make Up Artist*) juga populasinya kian bertambah sehingga persaingan di dalamnya tidak dapat terelakkan. Rias pengantin di era modern telah mengalami berbagai percampuran baik dari segi budaya, tehnik make up, cara promosi, dsb. Menurut Tetania Maulidia (2022:77) tata rias modifikasi adalah tata rias

yang mengubah tata rias standar namun tetap memiliki unsur tradisional, yang kedua adalah tata rias pakem yakni tata rias yang digunakan dengan menggunakan gaya dan tradisi yang berbeda di setiap daerah.

Terdapat berbagai gaya make up yang dimiliki oleh berbagai MUA di Pekalongan. Hal ini juga berkaitan dengan selera dan minat masing-masing individu dalam menilai suatu hasil karya make up. Gaya make up yang lebih kompleks ini dipengaruhi oleh kebebasan MUA dalam mengeksplorasi gaya make up. Tidak seperti MUA konvensional yang cenderung memiliki pakem-pakem tertentu dalam merias wajah. Kini make up yang dimodifikasi dengan unsur modern lebih banyak diterima di masyarakat khususnya golongan muda.

Pada mulanya untuk menjadi seorang MUA (*Make Up Artist*) di Pekalongan harus mengikuti sejumlah pelatihan-pelatihan dan ujian kenaikan tingkat tertentu pada sebuah BLK (Balai Latihan Kerja) di Kajen-Kabupaten Pekalongan. Kini untuk menjadi seorang MUA (*Make Up Artist*) tidak diharuskan mengikuti pelatihan dan ujian-ujian tersebut. Banyak MUA muda yang bermunculan secara otodidak saja. Mereka hanya bekal ilmu yang didapatkan dari hasil proses belajar melalui berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, Facebook, maupun Tiktok.

Menurut Deti Rostini : (2019: 265) Kompetensi profesi dapat dimaknai sebagai keterampilan pendidik dalam menyampaikan materi tata rias pengantin kepada peserta didik yang dihadapinya. terlihat jika dapat menciptakan pembelajaran yang efektif, efisien, menyenangkan. Ditunjang dengan metode yang relevan dengan materi tata rias pengantin, serta penyampaian pembelajaran yang tidak membosankan. Pendidik profesional yang terpenting dapat memotivasi peserta didik untuk bergairah dalam belajar. Hal ini menjadi penting karena kompetensi profesi erat kaitannya dengan perencanaan dan pelaksanaan pembelajaran dalam kegiatan belajar mengajar.

Proses belajar kini tidak hanya didapatkan dari lembaga formal atau informal, terjun langsung ke masyarakat merupakan salah satu bentuk pendidikan yang didapatkan berbasis masyarakat melalui pengalaman dan pembelajaran-pembelajaran yang didapatkan para MUA di setiap lokasi saat mereka bekerja. Begitu pula sebaliknya, masyarakat awam yang tidak begitu memahami mengenai make up, mereka akan mendapatkan sejumlah edukasi yang didapatkan oleh para MUA. Mengedukasi make up kepada masyarakat khususnya usia 40 tahun ke atas bukanlah hal yang mudah. Hal ini dikarenakan cara pandang, wawasan, serta pendidikan yang berbeda-beda. Maka tak jarang ditemukan dalam sebuah pernikahan terjadi kontroversi antara pengantin dan keluarga pengantin golongan tua, dimana para golongan tua menganggap bahwa warna

lipstick harus berwarna merah. Sedangkan golongan muda beranggapan bahwa make up di era modern yang sedang trend adalah menggunakan lipstick berwarna *soft*. Mengedukasi masyarakat golongan tua di daerah Pekalongan tentu harus menggunakan unggah-ungguh yang baik. Menggunakan Bahasa Jawa yang lembut, krama inggil agar dapat diterima dan tidak menyinggung perasaan orang.

Mengedukasi masyarakat terkait make up tidak hanya pada tata rias dan busana saja, melainkan MUA juga harus mampu menjelaskan berbagai istilah-istilah asing yang ada di dalam sebuah paketan *Price List* make up yang dibuatnya yang belum tentu semua orang dapat memahaminya dengan mudah.

Proses pembelajaran kini dapat dilakukan secara online, dengan menonton tutorial make up yang ada di internet. Para konten kreator yang rajin membagikan tutorial make up, dan tips-tips dalam dunia kecantikan tidak serta merta mereka lakukan secara cuma-cuma. Mereka akan mendapatkan *feed back* dari konten-konten yang dihasilkan, sehingga di era digital seperti sekarang ini banyak orang yang berlomba-lomba dalam mengunggah konten-konten seputar dunia kecantikan.



Gambar 01
Konten Tutorial Tips Kecantikan

Menurut Genep Sukendro (2020: 26) Secara etimologis, istilah digital tersebut berasal dari bahasa Yunani, yakni Digitus yang artinya jari jemari tangan atau juga kaki manusia yang jumlah itu 10.

Ide dan gagasan manusia dewasa ini dituangkan melalui jari-jemari yang ditunjang dengan kemajuan teknologi sehingga terciptalah karya-karya di era digital seperti sekarang ini. Mereka saling berlomba-lomba dalam menampilkan kreativitasnya agar konten yang dihasilkan dapat viral atau FYP (*For You Page*), melalui konten-konten yang FYP maka sang konten kreator dapat dikenal lebih luas di Indonesia.

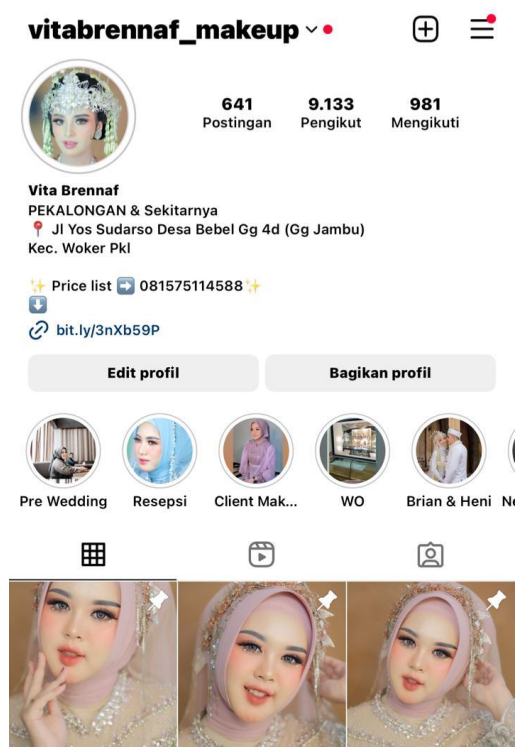


Gambar 02
Konten Make Up Viral (FYP)

Membuat konten merupakan hal yang diharuskan oleh para MUA guna bersaing secara sehat. Maka tak jarang pula MUA yang membuka lowongan kerja untuk membutuhkan konten kreator sosial media. *Make Up Artist* (MUA) yang tidak mempunyai keahlian dan waktu untuk membuat konten mensiasatinya dengan hal tersebut. Mereka rela mengalokasikan dana untuk membayar konten kreator. Hal ini bertujuan agar MUA tetap eksis, dapat mengikuti dinamika perkembangan zaman. Semakin eksis MUA, maka akan semakin mudah untuk dapat dikenal di masyarakat.

Hal ini juga berkaitan dengan strategi pemasaran dalam jasa rias pengantin. Untuk mampu menembus pasar, sebuah produk/jasa harus terlebih dulu sering didengar oleh masyarakat. Ketika masyarakat sudah mengenalnya, maka mereka akan mencari lebih dalam terkait produk/jasa yang ditawarkan. Menurut Onny Fitriana Sitorus (2017:4) Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian/penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Pada mulanya orang-orang menawarkan jasa mereka dari mulut ke mulut. Proses promosi MUA konvensional biasanya berawal dari saudara atau kerabat yang mengenakan hasil make up nya, dan kemudian orang-orang terdekat dari saudara-kerabatnya tersebut mulai mengenal MUA tersebut, meminta kontak person yang dapat dihubungi dan menanyakan alamat MUA nya. Masyarakat yang ingin mencari jas rias pengantin pada mulanya hanya dapat melihat hasil make up MUA secara langsung saat menghadiri acara pernikahan saja. Kini sosial media memiliki peranan penting dalam menawarkan jasa termasuk jasa make up.



Gambar 03
Profil MUA dalam Sosisal Media

Menurut Leon A. Abdillah (2022: 17) Pada prinsipnya kegiatan marketing menggunakan media sosial merupakan transformasi dari kegiatan marketing secara konvensional.

Kemajuan zaman memudahkan orang-orang untuk melihat hasil karya para MUA hanya dari *gadget* saja, sehingga mereka dapat dengan mudah memilih *signature* make up yang cocok untuk dipakai di hari spesialnya.

Era digital kini banyak mempermudah pekerjaan manusia menjadi lebih efisien. Melalui berbagai *platform* digital seorang MUA kini lebih mudah untuk dikenal di masyarakat melalui karya-karyanya. Untuk dapat dikenal secara luas oleh masyarakat, MUA juga mempunyai kiat-kiat tersendiri dalam mencapainya. Adapun cara-cara mereka bertahan dalam menghadapi tantangan di era digital adalah sebagai berikut:

1. Menampilkan hasil karya melalui berbagai platform digital seperti facebook, Instagram, Tiktok, youTube, dsb.
2. Konsisten dalam mengupload berbagai konten di sosial media agar jangkauan akun nya lebih meluas.
3. Memberikan sejumlah tips dan trik maupun hiburan dalam bentuk video maupun foto yang diunggah dalam sosial media.

4. Memiliki *tools* (alat) yang memadai untuk membuat konten seputar make up seperti: *Gadget*, kamera digital, *lighting*, *reflector*, tripod, dll yang dapat menunjang konten.
5. Mampu mengedit video sendiri untuk menuangkan ide-ide dan gagasan dalam bentuk konten yang akan diunggah di sosial media
6. Membuat strategi pemasaran yang menarik melalui sosial media
7. Harus mengikuti trend atau perkembangan zaman meliputi *style* make up, upgrade peralatan make up dan busana
8. Membayar iklan sponsor yang ada di Instagram
9. Menyebarkan brosur pada wedding expo dan memamerkan hasil make up nya
10. Mampu menyesuaikan kebutuhan dan permintaan masing-masing calon pengantinnya
11. Membangun galeri make up demi terciptanya MUA professional yang menyediakan tempat dan fasilitas agar client nyaman saat datang untuk konsultasi dan *fitting* baju.

Beberapa point di atas merupakan hal-hal yang kini banyak dilakukan oleh para MUA di era digital. Tantangan zaman memaksa mereka untuk mengikuti pergerakan ke arah yang bersifat konstruktif. Rias pengantin yang tidak bisa mengikuti sejumlah kiat-kiat tersebut kini namanya mulai hilang dari dunia rias pengantin di Pekalongan. Rias pengantin yang tidak memiliki akun media sosial, hanya melakukan promosi secara konvensional kini mulai tergantikan oleh para MUA muda yang kreatif dan inovatif.

Namun ada beberapa kekurangan yang terdapat pada MUA muda masa kini yang dapat dibilang terbentuk secara instan, bukan dari hasil pelatihan dan ujian-ujian. Perias pengantin konvensional yang lebih akrab dikenal sebagai Dukun Manten atau perias pengantin sejatinya memiliki skill yang lebih mumpuni. Mereka bisa melakukan proses rias dari ujung kepala hingga ujung kaki. Perias konvensional dapat memakaikan sanggul, jarik, dan tentu saja make up. Sedangkan perias pengantin masa kini atau yang lebih dikenal sebagai MUA (*Make Up Artist*) rata-rata hanya bisa merias wajah saja, belum tentu dapat memakaikan sanggul, jarik, dll. Perias pengantin konvensional yang serba bisa kini eksistensinya mulai pudar, tergeser MUA yang walaupun hanya bisa merias wajah saja tetapi eksis karena mampu menghadapi tantangan zaman di era digital.

Menghadapi tantangan tidak hanya diharuskan kreatif, karena kreatif saja makan belum menjadi MUA yang mempunyai keunikan tersendiri. Apabila ingin menjadi MUA yang memiliki ciri khas tersendiri sebagai suatu identitas make up nya, maka perlu

melakukan inovasi yang belum terfikirkan oleh MUA lain. Menjadi *trendsetter*, bukan pengikut dan atau bahkan plagiator. Menurut Jannati Aliyah (2023 :364) Inovasi dan modernisasi merupakan perubahan sosial, di mana perubahan sosial adalah perubahan yang terjadi dalam lembaga masyarakat yang berhubungan dengan nilai, sikap, sosial dan pola perilaku yang dipengaruhi oleh kebudayaan baik secara material maupun *immaterial*.

Dewasa ini sebuah pernikahan tidak lagi berdiri sendiri sebagai sesuatu yang sakral semata, melainkan fungsi profan juga dapat kita jumpai dari berbagai rangkaian acara pesta pernikahan (resepsi) yang mengedepankan hiburan. Kini MUA dan calon pengantin tidak harus melakukan sejumlah ritual-ritual khusus menjelang pernikahan. Sekat yang membagi kedua model pengalaman sakral dan profan akan jelas kelihatan ketika kita sampai pada deskripsi mengenai ruang sakral dan ritual yang membangun kebiasaan manusia (Eliade Mircea, 2002:7).

Inovasi yang dilakukan para MUA di Pekalongan dewasa ini memadukan antara tekstual dan kontekstual, dimana unsur modern dalam sebuah acara pernikahan juga mengaitkan unsur-unsur yang berkaitan dengan kearifan lokal. Seperti halnya rangkaian acara pelepasan balon dalam acara pernikahan merupakan suatu bentuk pembaharuan yang tidak ditemukan pada acara pernikahan terdahulu di daerah Pekalongan. Walaupun kini banyak penambahan rangkaian acara di dalam pesta-pesta pernikahan seperti pelepasan balon, kirab saxophone, *wedding kiss*, *flashmob*, dsb, namun masyarakat Pekalongan tetap mengadakan rangkaian acara Tamplek Ponjen sesuai akad nikah dilangsungkan.



Gambar 04
Pelepasan balon dalam rangkaian acara pernikahan



Gambar 05
Kirab Saxophone dalam rangkaian acara pernikahan



Gambar 06
Flashmob (menari bersama)

Iniilah yang membuat MUA di Pekalongan harus bersikap adaptif, mampu merangkai berbagai acara di pernikahan menjadi lebih kompleks, dengan memadukan unsur modern dan tradisional.

KESIMPULAN

Sebuah hasil karya yang didasari oleh proses kreatif apabila tidak dilanjutkan dengan adanya inovasi, maka tidak mampu bertahan menghadapi dinamika industri yang dituntut untuk terus berkembang melahirkan ide-ide baru yang menarik pasar. Sebagai MUA juga tidak boleh terlalu idealis, harus mengikuti apa yang sedang digemari oleh masyarakat. Bertambahnya populasi MUA yang kian hari kian bertambah mengharuskan para MUA untuk lebih gencar dalam melakukan promosi. Promosi bertujuan untuk memperkenalkan terlebih dahulu identitas make up yang dimiliki oleh setiap MUA untuk kemudian menjadi daya Tarik tersendiri bagi peminatnya.

Tampilan Make Up (*look*) kini lebih bervariasi, mulai dari *make up look* yang halus (*soft*) hingga *make up look* yang tebal (*bold*). Tampilan tersebut bersifat subjektif berdasarkan selera dan minat masing-masing pandangan masyarakat.

Sebagai SDM (Sumber Daya Manusia) yang hidup di era modern, kita harus memiliki pemikiran *open minded* untuk menerima sejumlah budaya yang masuk dan mempengaruhi kebudayaan kita. Sejumlah rangkaian acara dalam pesta pernikahan juga merupakan hasil dari sebuah akulturasi budaya. Contohnya adalah kirab saxophone, dimana pengantin dan keluarga inti berjalan diiringi oleh alat musik saxophone untuk dilihat para tamu undangan. Hal ini menunjukkan bahwa dunia rias pengantin mengalami sebuah akulturasi budaya yang tidak dapat dihindarkan, sehingga proses kreatif seorang MUA harus terus dimunculkan untuk dapat menghadapi tantangan zaman.

Make Up juga bersifat dinamis, terus mengikuti perkembangan zaman, maka untuk mensosialisasi serta mengedukasi masyarakat diperlukan sejumlah cara yang baik agar ilmu yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA:

- Onny. Fitriana Sitorus & Utami Novelia. 2017 . Strategi Promosi Pemasaran. Jakarta : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
- Abdillah. Leon A. 2022. Peranan Media Sosial Modern. Palembang : Bening media Publishing
- Kostrad Diharto. Awan. 2022. Manajemen Inovasi dan Kreativitas. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara
- Genep Sukendro. Greg,dkk. 2020. Manajemen Iklan. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
- Maulidia Andriani. Tetania. 2022. Modifikasi tata rias wajah dan hijab pada pengantin muslim adat bojonegoro kebesaran. Surabaya : Fakultas Teknik Universitas Negeri Surabaya
- Rostini Deti. 2019. Manajemen pimpinan lembaga kursus dalam pembinaan kualitas pendidik tata rias pengantin. Bandung: Universitas Islam Nusantara
- Sumaryadi Dkk. 2019. Proses Kreatif Dalam Seni Pertunjukan-Drama-Tari- Musik. Yogyakarta: CV. New Transmedia

Aliyah. Jannati. 2023. Konsep dasar inovasi pendidikan dan globalisasi. Palembang:
UIN Raden Fatah

Rohidi. Tjetjep Rohendi. 2011. Metodologi Penelitian Seni. Semarang: Cipta Prima
Nusantara

Eliade Mircea. 2002. Sakral dan Profan. Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru..