

KAJIAN KONSTRUKSI HIPERREALITAS DALAM VLOG (Studi Kasus: Bajindul Vlog Youtube 2017)

Alfian Candra Ayuswantana

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
alfianayuswantana.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Fenomena vlog atau video blog marak dalam kanal-kanal Youtube. Youtube sebagai media kontemporer yang menawarkan pilihan beragam hiburan yang tidak ditawarkan oleh media televisi. Vlog memiliki kekhasan tersendiri dalam menawarkan realitas keseharian subyek atau vlogger yang seakan ditampilkan secara natural tanpa rekayasa. Kanal Youtube Gokil Abis periode 2017 menawarkan tayangan vlog keseharian Tenaga Kerja Indonesia (TKI) yang bekerja di negara Korea Selatan. Menarik untuk diteliti lebih lanjut mengenai cara kerja visual vlog Gokil Abis dalam membangun kedekatan visual dengan penontonnya. Melalui metode grounded theory analisis visual akan disandingkan dengan beberapa teori hiperealitas. Bangunan hiperealitas vlog Gokil Abis dalam rangka membangun kedekatan dengan penontonnya dilakukan dengan cara simulasi-simulasi visual dengan permainan sudut pandang dan pemilihan bahasa pembicaraan yang khas. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, mampu memberikan pengayaan terkait wacana hiperrealitas dalam studi media visual dan budaya.

Kata Kunci : *vlog, youtube, hiperealitas, Gokil Abis*

ABSTRACT

The phenomenon of vlogs or blog videos is rife on Youtube channels. Youtube as a contemporary media offers a variety of entertainment options that are not offered by television media. Vlogs have their own uniqueness in offering the daily reality of the subject or vlogger that seems to be displayed naturally without engineering. The 2017 Abis Gokil Youtube channel offers daily vlogs of Indonesian Workers (TKI) who work in South Korea. It is interesting to research further about how the visual vlog Gokil Abis works in building visual closeness with the audience. Through the grounded theory method, visual analysis will be juxtaposed with several theories of hyperreality. The hyperreality building of the Gokil Abis vlog in order to build closeness to the audience is carried out by means of visual simulations with point-of-view games and the selection of a distinctive language of conversation. It is hoped that this research will be able to provide enrichment related to the discourse of hyperreality in the study of visual media and culture.

Keywords: *vlog, youtube, hyperreality, Gokil Abis*

PENDAHULUAN

Teknologi membawa peranan besar dalam perubahan peradaban manusia. Penemuan teknologi-teknologi baru bahkan mampu merubah kebiasaan-kebiasaan lama yang telah ada sebelumnya. Salah satu bentuk teknologi yang mampu merubah kebiasaan-kebiasaan manusia adalah dengan ditemukan dan berkembangnya internet di peradaban manusia. Internet menciptakan sebuah media alternatif komunikasi baru yang selama ini didominasi oleh televisi, radio dan media massa lainnya. McLuhan (dalam Danesi, 2002) pernah berpendapat bahwa penemuan teknologi akan mengubah arah peradaban manusia, penemuan mesin cetak membawa peradaban manusia ke era ‘Galaksi Gutenberg dimana seluruh komunikasi massa berlandaskan cetak-mencetak. McLuhan kemudian menjelaskan mengenai penemuan berbagai perabot elektronik yang membawa arah peradaban manusia ke dalam era ‘Galaksi Elektronik’, hingga pada saat ini manusia telah mengalami apa yang dikemukakan oleh McLuhan sebagai ‘Galaksi Digital’ dimana poros dari galaksi tersebut adalah pesatnya teknologi yang berbasis internet.

Bertahun-tahun lamanya televisi sebagai tontonan mendominasi sebagai sumber hiburan yang paling mudah didapatkan di tengah-tengah keluarga. Televisi telah menjadi bagian dari keluarga dengan menyajikan aneka acara langsung ke ruang-ruang tamu atau ruang tidur, tempat paling pribadi bagi semua keluarga (River dkk : 2003). Selama bertahun-tahun daya tarik televisi tetap tidak tergantikan karena menawarkan daya tarik film dengan gambar bergerak yang lebih hidup serta menarik daripada artikel majalah, koran ataupun radio. Televisi melibatkan indra lebih banyak sehingga mampu membuat penontonnya untuk merasa menjadi bagian dari apa yang ditayangkan oleh televisi (McLuhan dalam River : 2003), dengan demikian nampak bahwa citra komunikasi yang disampaikan oleh televisi sangatlah kuat dan meresap daripada media lainnya.

Televisi pada umumnya digemari oleh mereka yang berpendidikan menengah, televisi digemari karena banyak fungsi sosial di dalamnya, kontak sosial, sebagai rujukan sehari-hari, sebagai sumber hiburan dikala bosan dan lain-lain. Tidak kalah pentingnya televisi menyediakan tayangan hiburan yang mudah dijangkau yang mewakili kehidupan para penontonnya, tidak jarang acara-acara televisi menawarkan nilai-nilai nasihat atau rujukan sehari-hari. televisi sebagai sebuah media turut memainkan peranan penting dalam merombak tatanan sosial menjadi masyarakat yang serba massal, pengalaman primer telah tergantikan oleh komunikasi sekunder (Mills dalam River: 2003). Media tak hanya menyaring pengalaman eksternal manusia namun bahkan membentuk pengalaman manusia.

Disisi-Lain televisi, terdapat sisi negatif dari televisi dan radio dalam menghadirkan pilihan hiburan, televisi dan radio memiliki kecenderungan selalu berusaha meraih penonton seluas mungkin, hal ini dikarenakan motif ekonomi yang melatarbelakanginya. Televisi sebagai bentuk bisnis media massa senantiasa melandaskan dirinya untuk dapat menghasilkan keuntungan sebanyak-banyaknya (Biagi, 2010 hal 14). Televisi bekerja atas dorongan untuk mencari iklan, program-program siaran yang disukai dan populer di masyarakat akan selalu dipertahankan bahkan di tambah jam tayangnya. Pemaksaan pilihan alternatif ini menyebabkan hiburan-hiburan yang muncul dimasyarakat menjadi kurang beragam bahkan menjadi tidak bermutu. Stasiun-stasiun televisi menjadi objek konsumerisme dari iklan, dan mulai kehilangan identitas daya tariknya dimasyarakat. Seperti yang dikemukakan Danesi (2002, 134), stasiun-stasiun televisi besar lebih memilih untuk untuk mengadopsi dan mendaur ulang sebuah tren daripada menawarkan inovasi-inovasi program televisi karya mereka sendiri. Pemilik stasiun televisi dan pengelolanya sangat memberi peran besar untuk menentukan nasib tayangannya, sebatas mana mereka berpihak kepada kepentingan publik, turut mencerdaskan publik (Saidi, 2017 hal 82). Televisi kini hanya akan membantu kita untuk mencapai kebudayaan-kebudayaan materialistik dan kedangkalan makna, program-program televisi akan hanya menimbulkan 'racun psikologis' kedalam diri kita (Key dalam Danesi, 2002). Pendapat akan televisi tersebut nampaknya masih sangat relevan saat ini, pemikiran yang sama banyak dikemukakan oleh masyarakat muda yang berpendidikan lebih tinggi terutama yang hidup di daerah perkotaan. Disamping itu, televisi juga tidak akan pernah berbicara mengenai narasi-narasi kecil dimasyarakat, televisi selalu melirik dan memusatkan perhatian pada tren besar yang terjadi dimasyarakat. Kondisi diatas membuat program-program yang ditayangkan oleh stasiun-stasiun televisi cenderung mengalami kesamaan topik antara satu dengan yang lain yang hanya dibalut dengan kemasan yang berbeda. Televisi saat ini menurut Danesi (2002, 139), hanya akan menjadi cerminan dari masyarakatnya, memantulkan tren-tren yang terjadi dan membentuk mereka pula.

Berkembangnya internet menawarkan pilihan alternatif hiburan tontonan di masyarakat, internet menyediakan pilihan tontonan yang lepas dari dominasi kendali perusahaan atau negara (Lovink: 2002). Kemunculan Youtube sebagai akses hiburan di masyarakat yang dapat di jangkau menarik untuk di bahas, Youtube dan sejenisnya tidak hanya menawarkan tontonan searah ke pengguna, namun juga menawarkan pilihan ke pengguna untuk membuat tontonannya sendiri. Youtube sebagai sosial media, menyediakan ruang berinteraksi antar penggunanya di dalam sebuah hiburan tontonan. Youtube juga memberi kesempatan tontonan-tontonan yang tidak populer (narasi kecil) untuk ada dan muncul ke permukaan yang sama dengan tontonan-tontonan populer, hal ini kini tidak dimiliki oleh televisi yang hanyut tak berdaya di tengah arus popularitas di masyarakat.

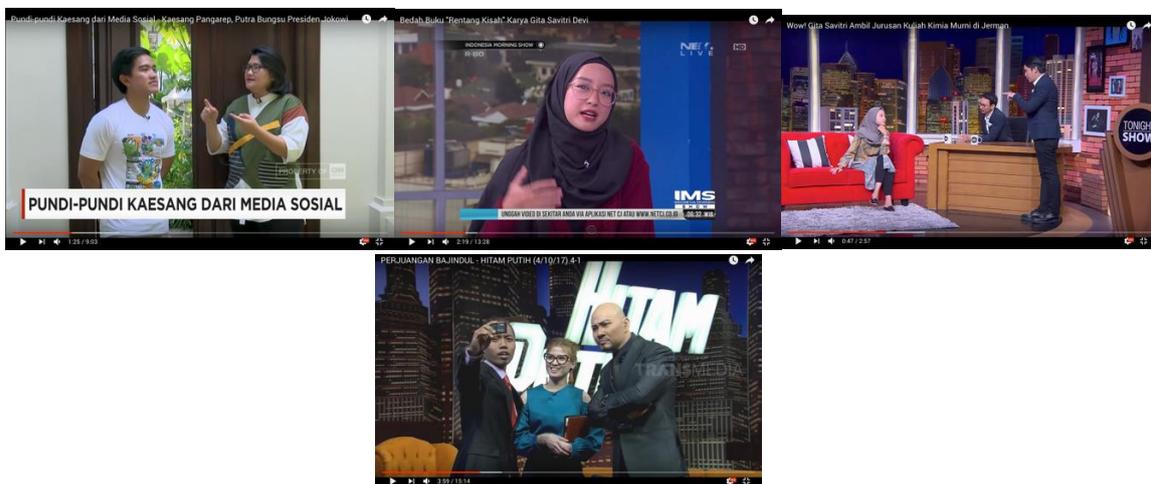
METODE

Penelitian menggunakan metode Grounded Theory untuk menemukan konsep atau skema cara kerja suatu fenomena desain dengan teori-teori terkait (Creswell, 1988). Fenomena vlog yang dipilih difokuskan pada karya Parindra periode 2017 yang di publikasikan pada kanal Youtube Gokil Abis. Beberapa vlog pada periode tersebut menarasikan kondisi kehidupan Parindra saat bekerja di Korea Selatan sebagai Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Vlog tersebut dianalisis disandingkan dengan beberapa teori Hiperealitas dari Baudrillard.

PEMBAHASAN

Youtube sebagai user generated content mampu menyajikan konten-konten yang menarik kepada penggunanya, identitas-identitas tontonan yang unik selalu bermunculan. User/pengguna, pembuat konten Youtube berlomba-lomba menyajikan keunikan tontonannya dengan menghadirkan identitas-identitas tontonan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Tidak jarang kemunculan selebritis/artis yang populer di Youtube mampu mengalahkan popularitas artis-artis media mainstream seperti televisi dan radio. Youtube juga menawarkan imbal hasil materi yang dapat dikatakan lebih dari cukup jika di perlakukan sebagai ladang pekerjaan ataupun bisnis. Atas dasar itulah banyak anak muda berlomba-lomba membuat konten di dalam Youtube. Youtube menawarkan sebuah kesenangan yang sekaligus mampu menghasilkan pendapatan.

Kemunculan artis-artis youtube yang mampu menarik perhatian stasiun-stasiun televisi nasional, menjadi menarik untuk dikaji lebih dalam. Jika televisi memiliki kecenderungan untuk menangkap dan menayangkan tren-tren dimasyarakat yang kekinian, Youtube dengan variasi kontennya justru membuka peluang sebesar-besarnya untuk lahirnya tren-tren baru dimasyarakat. Seperti yang terjadi baru-baru ini beberapa pembuat konten di chanel Youtube berhasil meraih perhatian publik pertelevisian Indonesia dengan karya digital yang mereka buat, seperti Kaesang Pangarep, Gita Safitri atau bahkan siapa kini yang tidak mengenal kepopuleran Parindra 'Bajindul' dengan chanel Gokil Abis nya tersebut.



Gambar 1. Kaesang, Gita, Parindra 'Bajindul' diundang TV Nasional dalam beberapa kesempatan. (Sumber: www. Youtube.com, akses 10 Okt 2017)

Ketiga contoh diatas merupakan pembuat konten tayangan Youtube yang berhasil meraih kepopuleritasan dengan caranya masing-masing. Kaesang berlatarbelakang anak seorang presiden republik Indonesia menghadirkan konten-konten yang dekat dengan keseharian seorang kepala negara, Gita Safitri seorang mahasiswa Indonesia yang sedang menempuh pendidikan di negara Jerman menghadirkan konten-konten tayangan seputar hal-hal yang berhubungan dengan edukasi dan ke'Jerman'an. Sementara Parindra 'Bajindul' berlatarbelakang seorang tenaga kerja Indonesia (TKI)

yang bekerja dan bermukim di Korea Selatan memuat konten tentang kesehariannya sebagai seorang TKI di Korea. Ketiga anak muda pembuat konten tersebut memiliki kesamaan dalam menghadirkan tayangan di kanal Youtube mereka, mereka menghadirkan tanyangan dengan format Video Blogs atau yang umum diketahui sebagai Vlog.

Karya-karya Parindra 'Bajindul' dengan kanal Youtube Gokil Abis menarik untuk dikaji lebih dalam, bagaimana karya-karya ringan dan dalam bentuk vlog tersebut dapat menjadi tontonan populer dikalangan tertentu. Format tayangan Vlog menekankan pada keterhubungan dan perbincangan antara pembuat konten dan penonton yang membangun kedekatan hubungan keduanya. Vlog adalah tentang individu, berbagi, dan komunitas akar-rumput. Mereka mengekspresikan sudut pandang asli dan tanpa filter apapun ke dalam bentuk cacatan video. Konten yang umumnya diangkat dalam format ini adalah konten-konten seputar serpihan keseharian kehidupan pembuatnya. Dalam penyajiannya pembuat konten akan senantiasa berbincang secara monolog kearah kamera yang dibawanya sendiri, seakan-akan berbincang dengan penontonnya.



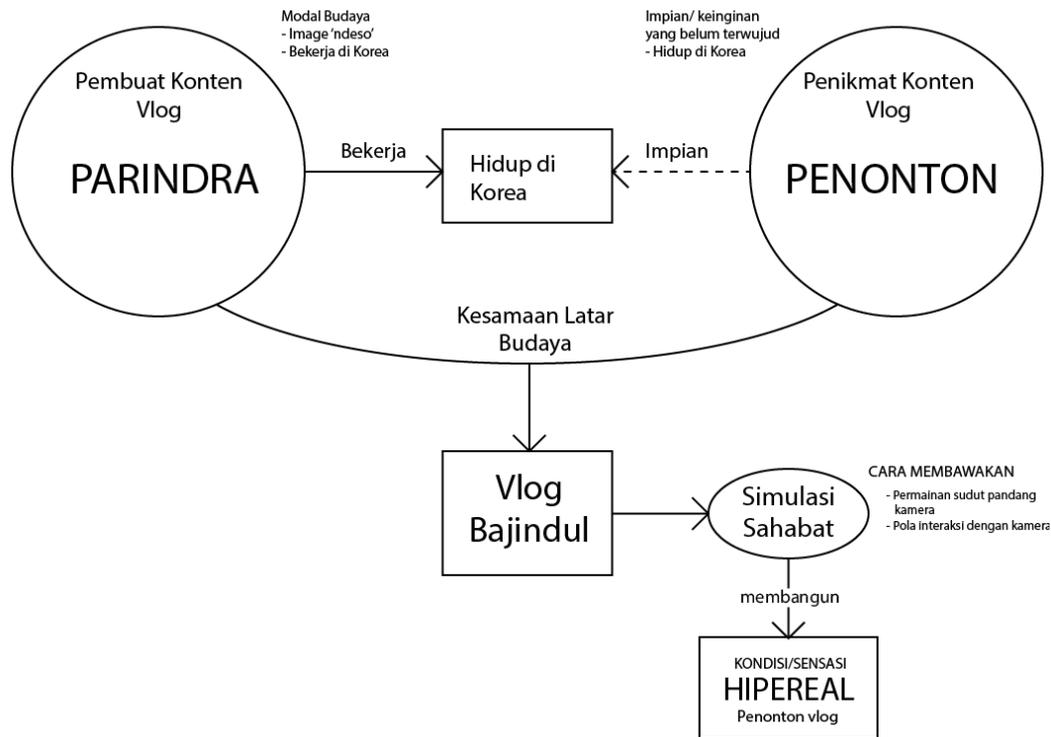
Gambar 2. Vlog Parindra 'Bajindul' dalam kanal Youtube dengan nama Gokil Abis, yang menghadirkan keseruan keseharian sang pembuat konten.
(Sumber: [www. Youtube.com](http://www.Youtube.com), akses 10 Okt 2017)

Vlog tidak lain merupakan wujud media yang merepresentasikan sesuatu, namun representasi tersebut dikemas seolah-olah tanpa rekayasa. Vlog Bajindul menawarkan representasi kehidupan Parindra, seorang TKI sederhana yang sedang berjuang menyambut rezeki di negeri orang. Narasi kecil tentang kehidupan yang ringan dan terasa mendalam disajikan kedalam fragmen-fragmen video berdurasi kurang dari 20 menit. Parindra mengajak penonton untuk menyelami kehidupannya sebagai TKI sederhana, menyusuri keseharian Parindra yang 'ndeso' namun dekat dengan kehidupan penonton Indonesia terutama di Jawa. Penonton dapat melihat interaksi kebudayaan didalam diri dan keseharian Parindra, bagaimana basic knowledge grassroot Jawa Timur yang 'ndeso' dibawanya menghadapi dunia kebudayaan Korea yang asing bagi dirinya. Tidak jarang kita menjumpai sosok Bajindul menjelaskan suatu fenomena dalam kebudayaan Korea Selatan yang belum begitu dipahaminya dengan pemahaman Jawa Timuran sebagai basic knowledge yang dimilikinya. Kedekatan kehidupan seorang Bajindul dengan penontonnya dibangun oleh Bajindul dengan cara menyampaikan kondisi-kondisi kesehariannya di Korea yang tidak jauh berbeda dengan kondisi di Jawa. Hal tersebut dapat dilihat dalam topik-topik yang diangkat di vlog miliknya, bagaimana Bajindul mengangkat narasi sebagai seorang sopir, sebagai seorang kuli angkut, sebagai seorang buruh kasar, sebagai seorang pekerja serabutan dikala senggang, Bajindul mencari ikan disungai, Bajindul bertani di Korea dan lain sebagainya.

Kondisi kehidupan Parindra tersebut memiliki daya Tarik tersendiri, Parindra menawarkan tontonan pengalaman kepada penontonya dengan jembatan latar budaya yang sama (konteks etnis Jawa). Impian untuk hidup di luar negeri, terutama di Korea Selatan dengan segala gemerlap buaian K-Pop tentunya menjadi sebuah impian bagi sebagian orang dan tidak semua impian tersebut dapat dicapai terutama bagi masyarakat yang memiliki strata ekonomi menengah ke bawah. Modal kesamaan budaya menjadi daya tarik tersendiri dalam diri Parindra, gestur dan logat yang disajikan oleh Parindra dalam vlognya menjadi sebuah penanda tentang latar belakang budaya yang dimilikinya. Imaji 'Ndeso' tentunya menjadi sebuah oposisi biner yang berlawanan dengan pengalaman hidup di Korea Selatan yang identik dikepala kita adalah imaji 'orang kaya', sementara imaji 'ndeso' senantiasa melekat pada kesederhanaan, kemiskinan dan kurang mampu secara ekonomi.

Dalam buku Sejarah Nasionalisme (2009), Steven Grosby mengemukakan pendapatnya mengenai tendensi manusia untuk senantiasa berkumpul membentuk komunitas yang berbasis kewilayahan agaknya masih relevan dalam fenomena vlog Bajindul ini. Komunitas kewilayahan yang nantinya menjadi suku bangsa tentunya tidak dapat dipisahkan dari produk-produk budaya yang dihasilkan komunitas tersebut. Produk budaya ini salah satunya adalah logat dialek dan gestur yang khas dalam merespon sesuatu hal. Dengan memperlihatkan gestur dan dialek tertentu dalam vlognya, Parindra seakan memanggil penonton dalam komunitas kewilayahaan yang sama untuk berkumpul di dalam kanal youtube Bajindul vlog. Tentunya penonton yang memiliki kesamaan budaya dengan Parindra merasa lebih nyaman mendengar dan berinteraksi dengan model komunikasi Parindra, seakan berinteraksi dengan teman atau tetangga satu kampung. Jembatan budaya ini menjadi penghubung komunikasi penonton dengan vlog Parindra dalam konteks kehidupan sehari-hari di Korea Selatan. Hubungan paradoxial di dalam vlog Bajindul menjadi sebuah tontonan menarik yang unik, bagaimana orang kampung (wong ndeso) bisa hidup dan bekerja di Korea Selatan? Kok bisa wong ndeso bekerja di Korea? Wah ternyata Bajindul melakukan kebiasaan ndesonya di Korea, selanjutnya apa lagi ya? Tentunya pertanyaan seperti diatas menjadi pertanyaan di benak penonton vlog Bajindul.

Kondisi diatas menjadi salah satu modal dasar untuk menarik penonton dengan basia budaya yang sama melihat konten-konten vlog bajindul. Disisi lain model-model komunikasi yang dibawakan oleh Parindra dalam vlognya mampu menghadirkan sensasi teman bermain pada diri penontonnya. Model sudut pandang pengambilan kamera orang pertama yang dibarengi dengan komunikasi yang intens antara Parindra kearah kamera, seakan-akan kita berada disamping Parindra dan lupa bahwa kita hanyalah penonton sebuah vlog. Kondisi yang demikian dapat dikatakan sebagai sensasi kondisi hipereal atau kita sudah berada dalam kondisi realitas semu sadar atau tidak sadar. Kondisi yang sama juga dapat kita rasakan saat kita ketakutan saat menonton film horror, atau merasa puas saat super hero dalam film mengalahkan musuh-musuhnya, tanpa sadar realitas kita sebenarnya berada di dalam bioskop.



Tabel 1. Konstruksi bangunan hipereal dalam vlog Bajindul

Bajindul melakukan upaya-upaya mensimulasikan kamera yang di pegangnya seolah-olah manusia, sahabat bermainnya. Upaya simulasi tersebut dapat menimbulkan kondisi atau sensasi hipereal yang dapat menyedot kesadaran penontonnya ke dalam permainan simulasi bajindul dan sejenak melupakan realitas. Simulasi merupakan generalisasi dengan memodelkan sesuatu yang nyata tanpa asal-usul atau tanpa referensi realitas nyata (Baudrillard dalam Lovejoy, 1997 hal 161). Melalui model-model simulasi dapat dihasilkan sebuah kondisi dimana manusia terjebak di dalam sebuah ruang yang disadarinya sebagai kenyataan walaupun pada dasarnya realitas tersebut merupakan realitas semu atau khayalan belaka (Piliang, 1999 hal 228). Baudrillard mengistilahkan kondisi yang demikian dengan istilah Hiperealitas (Hyper-reality) sebuah realitas semu (Piliang, 1998 hal 225) — pencampuradukkan realitas dan kesemuan imajiner dalam satu operasional yang sama — (Callinicos, 1990 hal 223). Hiperealitas adalah sebuah efek yang dihasilkan dari model simulasi (Piliang, 2003 hal 134). Sebuah kondisi kesemuan yang dihadirkan dalam sebuah video blog untuk mendapatkan kesenangan diri kita, sebuah kebohongan, kebohongan menyenangkan yang dapat dinikmati, kebohongan yang menghibur.

Dengan menonton vlog dari seorang Bajindul kita disimulasikan sebagai seorang sahabat dan teman bermain sehari-hari seorang Bajindul. Kita sekan-akan dapat merasakan dinamika keseharian Bajindul, kita hidup di Korea Selatan bersama Bajindul. Kita melakukan perjalanan magis ke Korea bersama Bajindul saat menonton Vlog tersebut, melupakan realitas dunia kita yang sebenarnya dimana kita hanyalah seonggok kamera Iphone 7/ Samsung s8 ditangan Bajindul.. Sensasi kesenangan dan keseruan bermain sehari-hari dikehidupan Bajindul menggunakan simulasi-simulasi yang ditampilkan melalui sudut pandang dan perbincangan dengan seorang Bajindul di Vlog miliknya.

Vlog memiliki potensi daya hanyut yang mendalam kepada penontonnya, sensasi kedalaman dan kedekatan kini semakin menghanyutkan ketika penonton dapat menikmati tayangan tersebut melalui instrumen-instrumen personal seperti pada telepon genggam, tablet dan komputer personal. Disadari ataupun tidak konten yang ditawarkan dalam sebuah tayangan vlog seperti vlog Bajindul dan sejenisnya, hanyalah sebuah rekayasa belaka, kita tidak akan dapat mengetahui ralitas yang sesungguhnya pembuatnya. Vlog tersebut hanyalah manipulasi representasi dari kehidupan

pembuatnya, pembuat konten hanya akan berusaha menyuguhkan mozaik-mozaik narasi dari kehidupannya yang cantik dan menarik untuk ditonton serta mengesampingkan hal-hal dari dirinya yang tidak menarik untuk ditonton. Kita tidak mungkin mendapatkan sisi-sisi yang tidak menarik tersebut ditayangkan oleh pembuat konten. Representasi kehidupan pembuat konten juga dapat dimaknai oleh penonton sebagai sebuah mirror of reality dari kehidupan penonton tersebut, penonton juga pernah atau dekat dengan apa yang ditampilkan dalam vlog. Hal tersebut menjadikan tayangan vlog memiliki intimacy tersendiri dalam relasi dengan penontonnya.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dengan menonton vlog dari seorang Bajindul kita disimulasikan sebagai seorang sahabat dan teman bermain sehari-hari seorang Bajindul. Kita sekan-akan dapat merasakan dinamika keseharian Bajindul, kita hidup di Korea Selatan bersama Bajindul. Kita melakukan perjalanan magis ke Korea bersama Bajindul saat menonton Vlog tersebut, melupakan realitas dunia kita yang sebenarnya dimana kita hanyalah seonggok kamera Iphone 7/ Samsung s8 ditangan Bajindul.. Sensasi kesenangan dan keseruan bermain sehari-hari dikehidupan Bajindul menggunakan simulasi-simulasi yang ditampilkan melalui sudut pandang dan perbincangan dengan seorang Bajindul di vlog miliknya.

Vlog memiliki potensi daya hanyut yang mendalam kepada penontonnya, sensasi kedalaman dan kedekatan kini semakin menghangatkan ketika penonton dapat menikmati tayangan tersebut melalui instrumen-instrumen personal seperti pada telepon genggam, tablet dan komputer personal. Disadari ataupun tidak konten yang ditawarkan dalam sebuah tayangan vlog seperti vlog Bajindul dan sejenisnya, hanyalah sebuah rekayasa belaka, kita tidak akan dapat mengetahui realitas yang sesungguhnya pembuatnya. Vlog tersebut hanyalah manipulasi representasi dari kehidupan pembuatnya, pembuat konten hanya akan berusaha menyuguhkan mozaik-mozaik narasi dari kehidupannya yang cantik dan menarik untuk ditonton serta mengesampingkan hal-hal dari dirinya yang tidak menarik untuk ditonton. Kita tidak mungkin mendapatkan sisi-sisi yang tidak menarik tersebut ditayangkan oleh pembuat konten. Representasi kehidupan pembuat konten juga dapat dimaknai oleh penonton sebagai sebuah mirror of reality dari kehidupan penonton tersebut, penonton juga pernah atau dekat dengan apa yang ditampilkan dalam vlog. Hal tersebut menjadikan tayangan vlog memiliki intimacy tersendiri dalam relasi dengan penontonnya.

REFERENSI

- Callinicos, Alex. *Menolak Posmodernisme*. Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- Biagi, Shirley. *MEDIA/IMPACT: Pengantar Media Massa*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika, 2002.
- Danesi, Marcel. *Understanding Media Semiotics*. New York: Arnold, 2002.
- Grosby, Steven. (2009): *Sejarah Nasionalisme: Asal Usul Bangsa dan Tanah Air*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Piliang, Yasraf A. *Hiper-realitas Kebudayaan*. Yogyakarta: LKiS, 1998.
- _____. *Sebuah Dunia Yang Dilipat*. Yogyakarta: Jalasutra, 1999.
- _____. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra, 2003.
- Lovejoy, Margot. *Postmodern Currents: Art and Artists in the Age of Electronic Media*. New Jersey: Prentice Hall International, 1997.
- Lovink, Geert. *Dark Fiber: Tracking Critical Internet Culture*. London: The MIT Press, 2002.
- Rivers, William, Jay Jensen, and Theodore Peterson. *Media Massa & Masyarakat Modern*. Edisi Kedua. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Saidi, Acep I. *Desain Media & Kebudayaan*. Bandung: Penerbit ITB, 2017.