

GAYA PSYCHEDELIA *COUNTER CULTURE* AMERIKA KOMODIFIKASI INDONESIA KINI

Baskoro Suryo Banindro

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
dan

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra Surabaya
Email: banindro@yahoo.com

ABSTRAK

Seni penggunaan kesadaran budaya bangsa untuk diubah sebagai sumber pengungkapan yang terjadi di masa lalu salah satu contohnya ialah "seni psychedelic". Secara konseptual jiwa seni ini ialah menghubungkan kepada pergerakan modern yang berhubungan dengan perasaan yang diakibatkan oleh pengaruh obat bius. Kaum muda Amerika memanfaatkan pergerakan ini sebagai budaya tanding "*counter culture*" yang melahirkan "generasi bunga" di komunitas yang telah mapan. Gaya psychedelia yang pada mulanya dijadikan "jati diri" dan simbol anti kemapanan dan perlawanan kawula muda negara "Paman Sam" terhadap kebijakan politik di negaranya tahun 1960an, pada akhirnya menjadi sebuah penanda jaman. Gelombang "zeitgeist" ini pada dekade berikutnya masuk ke Nusantara dengan "kemasan baru" yang menjelma dalam bentuk komodifikasi yang aplikatif di berbagai media melalui budaya populer yang lekat di hati generasi muda Indonesia.

Kata kunci: gaya, psychedelic, counter culture, komodifikasi.

ABSTRACT

The art of psychedelia is an example of art that uses a nation's cultural consciousness as a source of expression of the past. Conceptually, the spirit of this art is to connect the modern movement with the effects of drug use. The American youths utilized this movement as counter culture that gave the birth to the flower generation in a settled community. Psychedelic style which in the beginning was an identity, a symbol of anti settledness, and Uncle Sam's youth's fight against its politics in the 1960's. At the end it became the signs of times. The zeitgeist movement in the next decade entered Indonesia with new packaging that transforms into comodification that can be applied to various media through popular culture of its youths.

Keywords: style, psychedelic, counter culture, comodification

GAYA JAMAN

Salah satu alasan terjadinya perubahan atas gaya di suatu masa berbeda dengan masa yang lain adalah *zeitgeist*- "semangat jaman", yaitu suatu tempo pada sebuah gaya yang populer akan mendapat perlawanan dari gaya lain untuk mencegah dominasi gaya yang tengah populer. Gaya pada prinsipnya ialah cara menyusun atau mengkombinasikan elemen-elemen di dalam seni, sastra, disain dan arsitektur, sehingga menghasilkan sebuah komposisi yang bermakna (Piliang, 2003:15). Gaya dalam konteks ini, tidak sebatas persoalan visual namun menyangkut nilai-nilai yang disimbolkan. Nilai-nilai simbolik yang direpresentasikan melalui bentuk budaya baru.

Budaya berasal dari kata Sanskerta *buddhayah*, yang berarti budi dan akal, yang dapat diartikan hal-

hal yang bersangkutan dengan akal. Zoetmulder dalam pandangannya menguraikan kata kebudayaan dari kata majemuk budi-daya yang di dalamnya mengandung makna cipta, karsa dan rasa (Koentjaraningrat: 1981:183). Secara singkat Strauss mendefinisikan budaya adalah suatu sistem simbolik atau konfigurasi sistem perlambangan (Kaplan, Manners, 2002:239). Adapun perwujudan kebudayaan itu sebagai suatu kompleks dapat berupa dari ide-ide, gagasan, nilai, norma, atau peraturan. Kebudayaan merupakan suatu aktivitas yang berpola dari manusia dalam masyarakat ataupun dapat berwujud sebagai benda hasil karya manusia. Secara garis besar wujud kebudayaan oleh Koentjaraningrat dapat dikatakan sebagai bentuk "kebudayaan idiil" yang berfungsi sebagai tata kelakuan yang mengatur, mengendalikan serta memberikan arah kepada kelakuan dan perbuatan manusia (Koentjaraningrat, 1974: 15).

Pada dasarnya hadirnya sebuah gaya dalam budaya visual merupakan cermin kelahiran “angkatan baru” sebagai ekspresi ketidakpuasan terhadap gaya sebelumnya, dengan corak khas dan menjadi alat pembeda generasi satu dengan lainnya, hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan secara populer oleh Taylor bahwa kebudayaan dapat diartikan sebagai pandangan hidup dari sebuah komunitas atau kelompok pada suatu masa. (Liliweri, 2007:109).

BUDAYA VISUAL

Budaya visual meminjam pendapat Agus Sachari adalah salah satu wujud kebudayaan konsep (nilai) dan kebudayaan materi (benda) yang dapat segera ditangkap oleh indera visual (mata) serta dapat dipahami sebagai tautan pikiran manusia untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Budaya visual bukanlah hanya terdiri dari sebuah sosok kebudayaan yang netral, melainkan bentuk implementasi ‘terluar’ dari tatanan nilai yang membentuknya. Namun budaya visual bukanlah sekadar ‘baju’ dari sebuah peradaban benda, melainkan sebuah hakikat dari struktur budaya pembentuknya, pilar-pilar tersebut berupa inovasi teknologi, ideologi komunikasi, politik kebudayaan, dinamika sosial, tuntutan ekonomi hingga segala sesuatu yang sifatnya mendasar dalam membentuk bangun sebuah peradaban (Sachari, 2006:3).

Gaya dalam budaya visual adalah suatu langgam yang berkembang pada jamannya yang muncul karena pengaruh perkembangan keadaan di masyarakat, dimana pengaruh politik, ekonomi, sosial muncul baik secara *partial* maupun bersama-sama hadir dalam obyek visual. Budaya visual melingkupi berbagai aspek yang berkaitan dengan wujud akhir gagasan manusia untuk mendunia: menjadi eksis dalam belantara peradaban. Tak hanya seni rupa, fashion, musik, tari, arsitektur, atau film, dalam perjalanannya gaya diwarnai dengan kehadiran gaya-gaya baru, tenggelamnya gaya lama, ataupun kehadiran kembali gaya-gaya yang telah ada. Dengan demikian budaya visual melingkupi pelbagai aspek yang berkaitan dengan wujud akhir sebuah gagasan manusia untuk ‘mendunia’, antara lain berwujud sebuah karya desain, atau berbentuk karya seni rupa, bentuk komunikasi visual, media cetak, iklan, video klip, film, mode pakaian hingga barang kebutuhan sehari-hari (Sachari: *passim, ibidem*)

PSYCHEDELIC

Latar belakang *Psychedelia* muncul beriringan dengan budaya *hippie* yaitu gerakan budaya tanding yang mengadopsi gaya hidup komunal dan nomaden,

hippie merupakan sebuah subkultur dari permutasi etos kerja kelas menengah di Amerika yang berkembang pada tahun 60-an di daerah Haight Ashbury, San Fransisco. Nama *psychedelic* adalah istilah yang pertama kali digunakan oleh dokter jiwa Humphry Osmond pada 1957, berkaitan erat dengan *psychedelic drugs*, yaitu suatu pengalaman perasaan akibat obat bius, ditandai oleh persepsi yang datang dari pikiran seseorang yang sebelumnya yang tak pernah dirasakan, atau kegembiraan besar yang dapat membebaskan pikiran dari belenggu. Diciptakan sebagai suatu alternatif untuk mengobati ketergantungan psikoterapi perasaan akibat obat bius. Populer digunakan di kalangan kaum muda pada saat itu, terutama seringkali ditemui penggunaannya pada konser-konser music rock.

Gerakan *psychedelia* dalam masa yang singkat, merupakan cerminan perilaku yang lugas dan orisinal dari kebudayaan pemuda Amerika tahun 1960-an yang kemudian direbut oleh bisnis perdagangan menjadi sebuah komoditas. John Lennon bisa di bilang merupakan ikon *hippie* pada masanya. Gaya hidup *vegetarian*, *eco-friendly* dan idealis, mempengaruhi gaya busana mereka yang terkesan anti kemapanan. Seiring perkembangan jaman, gaya busana *hippie* menjadi tren bukan hanya di kalangan komunitasnya saja, tetapi telah menjadi *pop culture* yang disukai masyarakat. Gaya *psychedelia* ini adalah contoh terbaik dari sebuah kerja seni, atau meminjam istilah Richard Wagner seperti dalam esainya *Art and Revolution* di tahun 1849 sebagai “*gesamtkunstwerk*” - “kerja total seni”, karena gaya ini mencerminkan keahliannya gerakan *hippie* kepada kehidupan masyarakat, di bidang produksi seni dan kriya, dan penggabungan seni musik, sastra dan literatur.

SENI PSYCHEDELIC

Dilahirkan dari revolusi budaya sebagai wujud perlawanan (*counter culture*) kaum muda di Amerika terhadap politik di negaranya tahun 1960an, seni *psychedelic* mengambil inspirasi dan pikiran kesadaran atas unsur halusinasi akibat pengaruh obat bius. Tujuannya untuk menyampaikan perasaan pengalaman jiwa yang sebenarnya palsu. Abrams adalah bapak seni *psychedelic* yang pada tahun 1960 membuka “Coda Galeri”, dan pada tahun 1965 menjadikan New York sebagai pusat kesenian *psychedelic* pertama dunia. Selain melukis, Abrams juga menciptakan bentuk seni lain dengan menggunakan media yang berbeda, seperti patung, video, film, animasi, komik dan seni pertunjukan (Grogan, 2006:33). Komunitas *hippie* mempelajari seni alternatif seperti teater jalanan, musik *folk* dan *psychedelic*

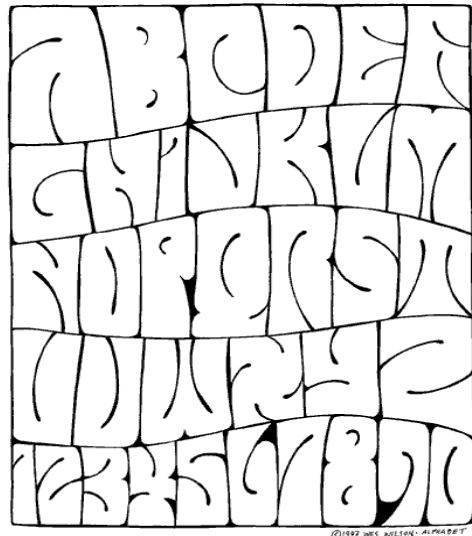
rock. Para disainernya otodidak dan klien mereka adalah group rock dan promotor tari-tarian dan musik bersuara keras menggunakan teknik pencahayaan berkelau dan warna-warni yang dipantulkan/disirkan ke seluruh panggung dan penyanyinya.

Awal tahun dari 1970s para pemasang iklan menggunakan seni *psychedelic* untuk menawarkan dan menjual barang konsumsi dengan tak habis-habisnya. Mulai dari produk rambut, mobil, rokok, dan bahkan warna rumah menjadi tindakan *pseudo-rebellion*, semuanya berwarna-warni penuh semangat. Pergerakan seni *psychedelic* telah pula sampai pada para pekerja dan seniman, para perancang, dan para penulis, hingga mencapai suatu derajat tingkat yang mengejutkan pada titik difusi budaya

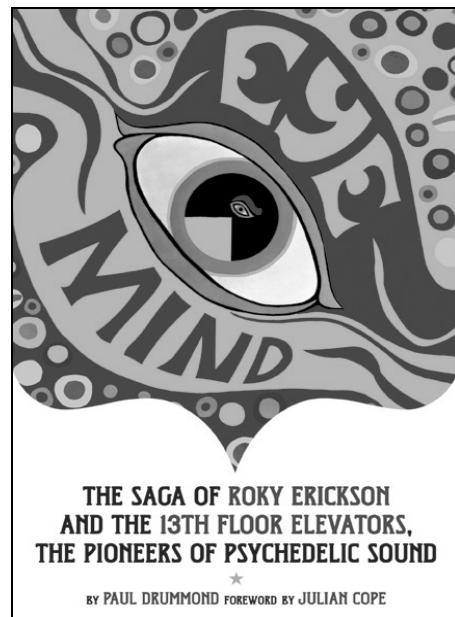
Seni *psychedelia* merupakan kode visual yang dengan bentuk simbolismenya mampu menarik perhatian untuk membaca pesannya, baik dengan mata telanjang atau dengan bantuan narkotika, untuk menjadi suatu komunitas legal dari gerakan bawah tanah. Walaupun *psychedelia* memakai *face secession* lokal, ornamen *Art Nouveau*, simbol-simbol dan tipografi *Victorian*; karya yang diilhami oleh obat-obatan dan ciri *iconography*, ini merupakan gaya grafis Amerika yang khas (Heller, Fink, 1999: 210), sehingga dimanapun karya ini dibuat dan dihasilkan orang cenderung mudah mengidentifikasi melalui elemen-elemen visualnya.

VISUALISASI PSYCHEDELIC

Gaya tipografi pada *psychedelic* terpengaruh oleh *Art Nouveau*, tetapi terdapat pemadatan, bentuknya *curvilinear* dan berupa *handwriting*. Pada pewarnaan terpengaruh gaya *pop art* dengan warna-warnanya yang mencolok dan ramai, pada poster maupun visualisasi grafisnya berusaha untuk menangkap kesan visual penglihatan para pengguna *drugs* pada saat sedang 'fly'. Gaya *psychadelic* ini sering dikaitkan dengan gaya *posterize*. Secara mencolok visualisasi *psychedelic* didominasi oleh tipografi *miscellaneous* yang cenderung tidak standar, umumnya menggunakan huruf kreasi sendiri, dibuat melengkung-lengkung dengan corak menggelembung berirama hingga kadang sulit terbaca, yang menggambarkan kesan optis akibat halusinasi ilusif pengaruh obat bius. Warna-warna cenderung terang, cerah dengan dominasi warna-warna kombinasi komplementernya (hijau-merah, ungu dengan *orange*). Menggunakan garis lengkung dan lentur yang membuat gambar menjadi tidak realis dan tidak jelas. Foto dibuat *high contrast*, dengan visualisasi *black white* atau menggunakan warna komplementer.



Gambar 1. Salah satu contoh tipografi ala *psychedelic* karya Wes Wilson (sumber: www.flashfonts.com)



Gambar 2. Contoh poster publikasi bernuansa *psychedelic* (sumber: www.processmediainc.com)

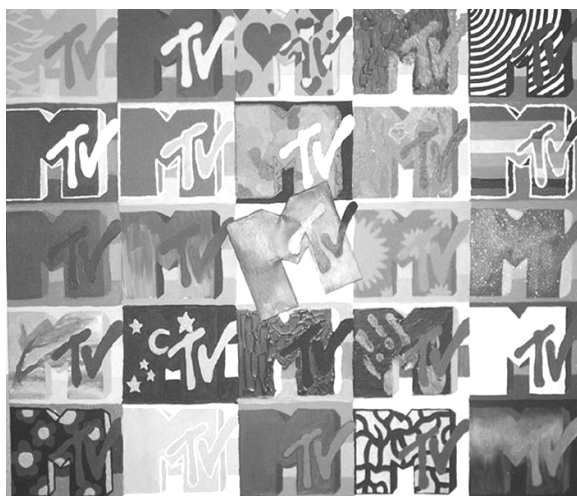
KOMODIFIKASI DAN IDEOLOGI VISUAL

Komodifikasi berasal dari dua akar kata berbeda: "komoditas" dan "modifikasi". Menurut istilah yang lazim dipakai dalam kajian budaya, ialah proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme dimana obyek kualitas dan tanda-tanda diubah menjadi komoditas yaitu sesuatu yang tujuan utamanya terjual di pasar (Barker, 2005:517). Wujud komoditas sebenarnya ada di dalam karakter sosial usaha kerja manusia

yang tampak sebagai suatu karakteristik objektif, suatu sifat alami sosial hasil kerja itu sendiri.

Ideologi pada kesehariannya ialah sistem kepercayaan dan sistem nilai serta representasinya dalam berbagai media dan tindakan sosial, adapun representasi itu sendiri ialah tindakan menghadirkan atau mempresentasikan sesuatu obyek lewat sesuatu obyek yang lain pula di luar dirinya melalui kehadiran tanda atau simbol-simbol. Istilah ideologi pertama kali dicetuskan oleh de Tracy pada akhir abad ke delapan belas, sebagai istilah untuk menunjuk pada ilmu tentang gagasan. meliputi nilai, norma, falsafah, dan kepercayaan religius, sentimen, kaidah estetis, pengetahuan atau wawasan tentang dunia, etos dan semacamnya (Kaplan, 2007: 154). Ideologi visual ialah sistem nilai yang ditampakkan atau divisualkan (Walker, 1989: 153). Jadi di dalam ideologi itu sendiri *style* dan budaya itu termaktub di dalamnya.

Komodifikasi banyak dijumpai atau muncul lewat kebudayaan populer, atau budaya pop, seringkali disebut juga sebagai kebudayaan massa, adalah suatu kebudayaan yang sengaja dibuat untuk segera diterima massa luas demi kepentingan si pembuat serta semua pihak yang membantu memassakannya (Sudjoko, 1977). Sebagai salah satu contoh budaya visual moderen yang penuh dengan komodifikasi dan ideologi ialah sajian musik film "MTV". Hadir di Indonesia dengan semboyan "MTV *Gue Banger*" dan ungkapan lain, MTV mengumpulkan suatu daftar semboyan yang akhirnya menjadi bahan plakat tempelan budaya populer. Sejak saat itu stasiun penyelenggara acara hiburan musik tersebut terdongkrak ratingnya dan menjadikan anak muda Indonesia keranjingan duduk di muka TV.



Gambar 3. MTV adalah salah satu televisi musik yang paling populer dan salah satu budaya massa yang menggali counter culture Amerika. (sumber: www.kuyichi.com)

PSYCHEDELIC SEBAGAI IDEOLOGI VISUAL

Masih diasosiasikan dengan pengalaman yang dirasakan oleh pengkonsumsian obat bius, seni *psychedelic* juga menggambarkan bagaimana visualisasi pengalaman *psychedelic* dalam bentuk visual, seperti juga musiknya, seni *psychedelic* yang awalnya identik dengan pola pengkonsumsian *drugs*, sekarang mengalami pergeseran. Kekhasan seni *psychedelic* seperti penggunaan repetis warna-warna cerah, pengkombinasian objek-objek tanpa relevansi, tarikan-tarikan garis atau penggunaan objek-objek geometris secara berulang, menjadi semacam panduan untuk mengkategorikan sebuah karya yang patut diberi label *psychedelic* (Tannooy, 2007) Kultur yang populer pada tahun 1960an seperti musik, seni, disain dan literatur menjadi lebih mudah diakses dan merefleksikan kehidupan sehari-hari.



Gambar 4. Tipografi yang unik, gambar stilasi ornamentalis, menjadi daya tarik utama gaya *psychedelic* (sumber: www.myspace.com)



Gambar 5. "Roh" *psychedelic* penuh kombinasi, kreatif, repetitif dalam warna dan bentuk (sumber: www.theautochannel.com)



Gambar 6. Rubber Soul dari album The Beatles, contoh terbaik grafis psychedelic (sumber: www.lineout.thestranger.com)

KOMODIFIKASI PSYCHEDELIC DI INDONESIA

Di dalam sistem kapitalisme, segala bentuk hasil produksi dan reproduksi dijadikan komoditi untuk dipasarkan dengan tujuan semata-mata mencari keuntungan. Kapitalisme memproduksi komoditi untuk kepentingan pemakai, akan tetapi pemakai atau konsumen yang dimaksud adalah pemakai yang telah dirasionalkan. Tak bisa diingkari, *avant-garde* seni *psychedelic* di Indonesia dikenal mula pertama lewat dunia tarik suara pada era 70-an. Ciri khas konser musik *psychedelic* menawarkan citra berupa warna-warna cemerlang dan sarat halusinasi dan bersemangat eksperimental untuk mendobrak batas-batas dan norma-norma yang ada sebelumnya (www.Kompas.com).

Secara visual debut budaya *psychedelic* di Indonesia, dikenal salah satunya melalui tata visual *cover* dan rubrik Galeri Pop Art majalah musik AKTUIL, yang mulanya diasuh Sanento Yuliman dan dilanjutkan oleh Jim Supangkat. Era 1975 merupakan masa keemasannya, saat majalah itu jadi bacaan wajib anak muda di Indonesia. Pemeo belum jadi anak muda kalau belum membaca majalah tersebut, bukanlah sesuatu yang berlebihan. Bahkan, majalah ini masih dianggap "kitab suci", khususnya oleh para *rock mania* yang besar di tahun 1970-an, dimana pada tahun 1975 mengejutkan publik

Indonesia dengan mengundang kelompok musik Deep Purple untuk pentas di Indonesia. Situasi itu semakin menumbuhkan bibit *psychedelia* segala mewabah ke jiwa kawula muda, tidak saja pada *style* dandanan rambut, mode pakaian tetapi juga



Gambar 7. Majalah Aktuil, membawa aroma *psychedelia* Indonesia tahun 1970-an (sumber: www.galeripopart.aktuil.com)

Pada pandangan hidup mereka. *Psychedelia* adalah fenomena bawah tanah kala itu yang kemudian berubah menjadi *overground*, terutama setelah nama-nama sohor, seperti The Beatles, mulai menyelusupkan elemen *psychedelic* dalam album Revolver (1966) dan mencapai puncak dengan Sgt Pepper's Lonely Hearts Club Band (1967). Di Indonesia produk hasil kebudayaan manusia sejak lama patut dicurigai telah memanfaatkan komoditas-modifikasi ini baik dalam dunia industri maupun hobi. Di sini terdapat upaya pengalihan, manipulasi, mitos dimana hasil-hasil usaha menjadi komoditas, semua pengalihan itu hanyalah merupakan suatu relasi sosial definitif diantara manusia yang mengambil wujud fantastis dari suatu hubungan antara berbagai benda dan yang karenanya tidak dapat dilepaskan dari produksi komoditas (Strinati, 2004: 63). Sebagai contoh nuansa psikedelik banyak dituangkan sebagai "make up" pada produk disain grafis, fesyen, meubel, sepatu, otomotif, elektronik bahkan tatto.



Gambar 8. "Fashion bag" bernuansa psychedelic, disesuaikan dinamika era 2000an (sumber: designerhandbag.wordpress.com)



Gambar 9. Psychedelic "sport shoes" menjadi jawaban jati diri kawula muda (sumber: www.sneakerfiles.com)



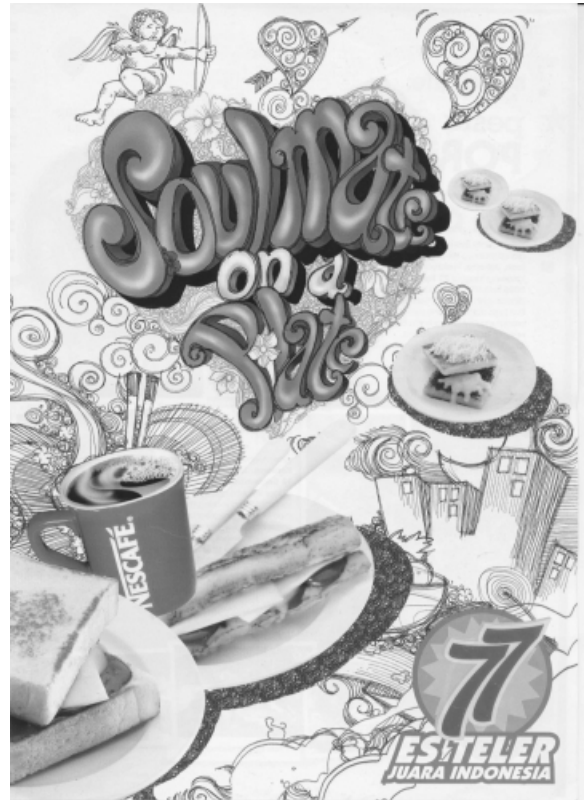
Gambar 10. Psychedelic "cool fesyen" menjadi salah satu motif tekstil yang populer (sumber: www.sneakerfiles.com)



Gambar 11. Booming psychedelia menjadi "make up" praktis obyek benda estetis dan dinamis



Gambar 12. Tampilan grafis psychedelic mempunyai kekuatan pada nuansa warna dan ilustrasi yang spontan (sumber: smell street notities.blog)



Gambar 14. Iklan poster “Es Teler 77” bernuansa psychedelic sangat mengena dan pas dengan produknya (sumber: Nouveaublic.mht)



Gambar 13. Psychedelic tatto menjadi personal commitment anak muda masa kini (sumber: www.tattoodesign.com)

SIMPULAN

Terjadinya *counter culture* ataupun *change of culture* tidak mungkin dapat dihindarkan di era global ini, influensinya terhadap sebuah bangsa atau generasi dipastikan dapat melahirkan “geizt” yang pada masanya dijadikan identitas untuk menyebut kelahiran sebuah “angkatan baru”. Dalam sebuah masa, seperti apa yang dipaparkan oleh Taylor (Lilieri, 2007: 109) bahwa kebudayaan termasuk di dalamnya adanya nilai atau muatan perubahan riwayat manusia yang selalu memberi wujud baru kepada pola-pola kebudayaan yang sudah ada, maka dari uraian di atas dapat ditarik asumsi bahwa bentuk kebudayaan *psychedelic* yang “dilakukan kini” dipastikan merupakan sebuah konsep atau ideologis yang telah mengalami “penyempurnaan” dari aktifitas kegiatan gaya atau budaya sebelumnya yang dilakukan oleh manusia. Bahwa budaya *psychedelic* dapat diartikan sebagai pandangan hidup dari sebuah komunitas atau kelompok yang menjadi gaya angkatan baru dan umumnya menjadi semacam bentuk *counter-culture*. Sebuah gaya dalam ideologi yang dimunculkan kembali tidak serta merta sama persis, bisa saja mengalami perkembangan yang jauh lebih

luas, apalagi terkait dengan konsep nilai kapitalistik yang pada akhirnya muncul komodifikasi, artinya terdapat kecenderungan yang berbeda di balik pengulangan tersebut.

Sebagai garis bawah tulisan ini, menyangkut komodifikasi ideologi gaya *psychedelic* terhadap budaya visual di Indonesia, perlu kiranya disampaikan apa yang menjadi pertanyaan Kuntowijoyo, bahwa budaya kaum muda masa kini, yaitu golongan yang paling suka menyerap teknologi moderen, barangkali remaja kita yang telah terjangkau budaya *psychedelic*, dengan menggunakan bahan-bahan *psicochemis* mampu membawa mereka ke alam impian, lepas dari realitas, semacam budaya misteri dan mistik, apakah Indonesia kini telah terjangkau semacam spiritualisme moderen? (Kuntowijoyo, 1999:32) Untuk menjawab semua itu kiranya perlu kajian dan penelitian psikososio-kultur yang lebih dalam oleh semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, Chris. (2005). *Cultural Studies Teori dan Praktek* (terj.). Yogyakarta: Bentang.
- Grogan, Paula, *Psychedelic Art Exhibition Investigates 'The Shape Of The Mind'*, Issue NO. 33/2006 / May/18, 2006.
- Heller, Stephen & Fink, Anne. (1999). *Less Is More: The New Simplicity in Graphic Design*. Cincinnati, Ohio: North Lights Books.
- Koentjaraningrat. (1974). *Kebudayaan, Mentalitet dan Pembangunan*. Jakarta.
- Koentjaraningrat. (1981). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kuntowijoyo. (1999). *Budaya dan Masyarakat*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Liliweri, Alo. (2007). *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Piliang, Yasraf Amir. (2003). *Hipersemiotika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sachari, Agus. (2006). *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Strinati, Dominic. (2004). *Popular Culture* (terj.). Yogyakarta: Bentang.
- Sudjoko, "Kebudayaan Massa," Prisma, 6 Juni 1977.
- Tannyono, Berly. *Nuansa Nature Alternate-Sound (Psychedelic)*, 28 November 2007.
- Walker, John A. (1989). *Design History and History of Design*, London: Pluto Press.

Credit Gambar

- www.designerhandbag.wordpress.com
- www.flashfonts.com
- www.kuyichi.com
- www.lineout.thestranger.com
- www.myspace.com
- www.myinspired.wordpress.com
- www.mivtadeastre.wordpress.com
- www.processmediainc.com
- www.sneakerfiles.com
- www.theautochannel.com
- www.variasi-dunia.blogspot.com