

## **Akuntansi Pameran Seni Rupa (Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Seni Budaya di Kota Banjarmasin)**

**Nailiya Nikmah<sup>a</sup>, Julkawait<sup>b</sup>**

<sup>ab</sup>Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Banjarmasin, Indonesia

\*Corresponding Author: [nailiya.nikmah@poliban.ac.id](mailto:nailiya.nikmah@poliban.ac.id)

---

### ***Abstract***

*Fine art is one part of the arts and culture-based creative economy. To showcase their creations, artists often display their works in exhibitions organized to attract a diverse audience and allow them to appreciate the exhibited pieces. From an industrial management perspective, art exhibitions, with their various objectives and the involvement of multiple stakeholders, require accounting as an informative and diplomatic tool for making accountable decisions in the management of fine art exhibitions. This study employs a qualitative research approach, focusing on artists who organize fine art exhibitions in Banjarmasin. The findings reveal that fine art exhibitions in Banjarmasin have considerable potential to contribute to the development of the creative economy. However, they require more robust management, particularly in the area of accounting.*

**Keywords:** *Accounting; Banjarmasin Exhibitions; Creative Economy; Fine Arts*

### **Abstrak**

Seni rupa merupakan salah satu bagian dari ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya. Untuk menunjukkan hasil karya ciptanya, para pelaku seni bidang seni rupa memajang karyanya pada kegiatan pameran yang diadakan untuk menarik masyarakat dari berbagai kalangan agar datang dan menikmati karya yang dipamerkan. Ditinjau dari sudut manajemen industri, pameran seni rupa dengan tujuan dan peran beragam pihak sesungguhnya memerlukan akuntansi sebagai salah satu komponen informatif dan diplomatis dalam pengambilan keputusan yang akuntabel dalam manajemen pameran seni rupa. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif. Penelitian dilakukan terhadap pelaku seni yang mengadakan pameran seni rupa di kota Banjarmasin. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pameran seni rupa di Banjarmasin memiliki potensi yang cukup bagus sebagai bagian dari pengembangan ekonomi kreatif, namun masih memerlukan manajemen yang lebih serius terutama pada sisi akuntansinya.

**Keywords:** Akuntansi; Ekonomi Kreatif; Pameran Banjarmasin; Seni Rupa

---

@IJAAF 2024 published by Politeknik Negeri Banjarmasin. All rights reserved.

## 1. Pendahuluan

Istilah ekonomi kreatif sudah dikenal sejak tahun 2006. Akan tetapi, perencanaan pengembangan 14 sub sektor ekonomi dalam industri kreatif baru dimulai tahun 2009 sejak Inpres No. 6 Tahun 2009 sebagai Tahun Indonesia Kreatif dikeluarkan. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 92 Tahun 2011, pemerintah kemudian membentuk Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang bertanggung jawab dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia, baik ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya maupun ekonomi berbasis media, desain, dan iptek. Konsep tersebut mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi yang utama (Hasanah, 2015).

Seni rupa merupakan salah satu bagian dari ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya. Untuk menunjukkan hasil karya ciptanya, para pelaku seni di bidang seni rupa memajang karyanya pada kegiatan yang bernama pameran. Pameran merupakan sebuah kegiatan yang diadakan untuk menarik masyarakat dari berbagai kalangan agar datang dan menikmati karya yang dipamerkan. Tentu saja di balik sebuah pameran ada upaya yang tidak mudah. Diperlukan banyak hal mulai dari persiapan yang matang hingga terselenggaranya agenda pameran dengan melibatkan banyak pihak agar pameran tidak monoton dan sepi. Perlu upaya serius untuk menghadirkan pengalaman menghadiri pameran yang berkesan bagi pengunjung pameran. Tujuan pameran bisa beragam, namun tujuan utama kegiatan pameran adalah sebagai sarana dan ruang memadai untuk mengapresiasi karya.

Secara spesifik, sebuah pameran seni rupa juga dapat melayani tujuan pendidikan, rekreasi, pencapaian, motivasi, dan organisasi. Sebagai sarana edukatif, fungsi pameran mengajarkan atau mendidik masyarakat tentang nilai-nilai budaya, estetika, tata krama, dan sejarah. Ia juga menyampaikan pesan pendidikan dan budaya (kearifan lokal) sesuai dengan tema pameran yang diangkat. Pameran sebagai sumber rekreasi merupakan fungsi dari pameran yang dapat menghadirkan rasa gembira dan suka cita di hati pengunjung sementara bagi pelaku seninya, ia merasa gembira karena telah mencapai sesuatu yang akan membawa pameran pada fungsi prestasi. Sebuah penyelenggaraan pameran seni rupa memerlukan persiapan yang cermat dan kreatif, tidak hanya tentang materi atau konten yang dipamerkan yang tidak lain adalah karya seni, kurator seni serta pelaku seninya sendiri tetapi juga tentang hal pendukung lainnya, seperti lokasi pameran, ruang, pencahayaan, desain interior, pencetakan katalog pameran hingga pihak-pihak yang memiliki *skill* komunikasi yang baik dan juga

mampu mengelola kegiatan (Trihanondo & Endriawan, 2022).

Untuk mencapai fungsi dan tujuan tersebut, sebuah pameran seni rupa memerlukan peran berbagai pihak seperti para pelaku seni sebagai penghasil karya, para kurator seni maupun kritikus seni, serta pengelola pameran itu sendiri. Melihat komponen tersebut, menjadi sebuah keniscayaan munculnya perhitungan dan angka-angka sebagaimana layaknya sebuah usaha. Ditinjau dari sudut sebuah manajemen industri, maka pameran seni rupa dengan tujuan dan peran beragam pihak tadi sesungguhnya memerlukan akuntansi sebagai salah satu komponen informatif dan diplomatis dalam pengambilan keputusan yang akuntabel dalam manajemen dalam hal ini manajemen pameran seni rupa.

Tempat-tempat aktivitas berkesenian bermunculan. Banyaknya galeri seni yang bermunculan di berbagai tempat kota besar seperti Jakarta, Bandung, Denpasar dan sebagainya juga menyebabkan terjadinya persaingan dalam menarik perhatian para seniman untuk melakukan aktivitas pameran di tempat-tempat galeri yang telah tersedia. Di kota Banjarmasin, sebagai bagian ekonomi kreatif, seni rupa mulai menggeliat ke permukaan dunia industri kreatif sejak dua tahun terakhir, meski belum setara galeri di kota lainnya. Berdasarkan observasi penulis, ditemukan fakta bahwa belum banyak penyelenggaraan pameran seni rupa yang menerapkan sistem *ticketing*. Pada umumnya, kegiatan pameran diselenggarakan oleh dinas terkait atau manajemen lainnya yang menggunakan pendanaan serupa. Hal ini menjadi kurang menguntungkan bagi para pelaku seni itu sendiri. Sebagai sebuah industri kreatif yang merupakan bagian dari pengembangan ekonomi kreatif, diperlukan penghitungan yang cermat agar kegiatan seni rupa (pameran) dapat pula meningkatkan kesejahteraan para pelakunya.

Menurut Wijaya, kesenian menggali ke dalam jiwa manusia. Kesenian memberikan arah pembangunan fisik. Kesenian adalah tempat ide berkembang sebelum menjadi bentuk fisik. Pembangunan fisik membutuhkan kesenian. Berbagai jenis seni telah lama menjadi bagian dari masyarakat. Kehidupan sehari-hari sekarang penuh dengan kesenian. Tapi sayangnya, ketika arus pembangunan fisik digerakkan, sektor teknologi dan ekonomi politik menjadi prioritas utama, seni mulai tersisih dan tidak diperhatikan sama sekali, bahkan mungkin dianggap sebagai pemborosan energi dan uang (Aziz, 2017)

Produk Seni Rupa mencoba mengekspresikan konsep seni dalam bentuk karya seni. Produk seni rupa murni memiliki nilai guna dan nilai yang indah dan unik, itu pasti akan membuat orang suka, senang, atau bahkan haru. Hasil karya kreatif individu ini tentu akan memberikan peluang yang

baik, sesuai dengan konsep ekonomi kreatif yang dapat menguntungkan dan menguntungkan penciptanya. Produk ini dikategorikan sebagai produk khusus. Produk konsumen dengan fitur khusus atau merek yang dicari oleh kelompok besar pembeli, yang mendorong pembeli untuk melakukan pembelian khusus (Aziz, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan: (1) pengembangan ekonomi kreatif berbasis seni budaya di kota Banjarmasin dan (2) akuntansi pameran seni rupa di kota Banjarmasin. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi dan ekonomi kreatif, khususnya pada bidang yang belum banyak disentuh, seperti seni budaya, dalam hal ini seni rupa. Dengan penelitian ini diharapkan para pengambil kebijakan dapat memanfaatkan hasilnya sebagai dasar untuk membuat kebijakan-kebijakan di bidang ekonomi kreatif. Karena penelitian ini mengkaji seni rupa di kota Banjarmasin, maka pengambil kebijakan disini bisa dari pemerintah kota maupun dari dinas terkait seperti Taman Budaya dan lembaga seni lainnya yang memiliki posisi dan pengaruh dalam hal duduk bersama dengan para pemangku kebijakan di bidang seni rupa.

## **2. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian dilaksanakan terhadap para seniman atau pelaku seni yang mengadakan pameran seni rupa di kota Banjarmasin. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari wawancara secara langsung kepada pelaku seni rupa di kota Banjarmasin, dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan yang terkait seputar produk yang mereka produksi. Data sekunder yang digunakan adalah hasil penelitian terdahulu, literatur, dan data-data dari objek penelitian yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, survei, dan wawancara mendalam kepada pelaku atau pegiat seni yang mengadakan pameran seni rupa dan/atau kurator maupun penulis seni rupa di kota Banjarmasin untuk memperoleh gambaran dan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Analisis data dilakukan sepanjang penelitian ini dan dilakukan secara terus menerus dari

awal sampai akhir penelitian. Proses penelitian ini berbentuk siklus meliputi pengumpulan data, display data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data melalui studi literatur dan melakukan observasi serta wawancara kepada pihak yang terkait.
- b. Mengklasifikasikan data yang telah terkumpul dalam kategori-kategori tertentu.
- c. Membandingkan dan menganalisis data yang telah diklasifikasikan.
- d. Melakukan pemaknaan terhadap data sebagai prinsip dasar riset kualitatif.
- e. Menyimpulkan hasil temuan menjadi hasil penelitian untuk selanjutnya melakukan rekomendasi penelitian yang berguna bagi masyarakat.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

Pada umumnya, setiap karya seni yang dibuat oleh seniman akan ditunjukkan kepada masyarakat. Karya seni berinteraksi dengan audiensnya ketika dipublikasikan di masyarakat. Proses komunikasi muncul ketika karya seni dinikmati, diamati, dan diapresiasi. Karya seni rupa memungkinkan penonton untuk menikmati, menilai, mencari, dan memahami makna visualnya. Seni dalam masyarakat memiliki dua fungsi: rekreasi dan komunikasi. Yang pertama memungkinkan penggemar menikmati karya seni secara langsung dan tidak langsung. Pameran seni lukisan, patung, dan seni publik adalah beberapa tempat di mana kita dapat melihat fenomena ini secara langsung (Handy, Endriawan, & Trihanondo, 2019)

Sebelum lebih jauh dibahas tentang akuntansi pameran seni rupa, perlu dijelaskan bagaimana karya-karya seperti seni rupa dapat disebut sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Istilah ekonomi kreatif diperkenalkan pertama kali oleh John Howkins yang mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai sistem produksi, pertukaran, dan penggunaan produk-produk kreatif. Dikatakan lebih lanjut, kreativitas dengan sendirinya tidak memiliki nilai ekonomi sampai terbentuk dan terwujud dalam suatu produk yang dapat diperdagangkan. Ini, pada gilirannya, membutuhkan pasar dengan penjual dan pembeli aktif, regulasi hukum dan kontrak, dan beberapa konvensi kesepakatan rasional. Ekonomi sendiri berurusan dengan masalah bagaimana individu dan masyarakat mengatur untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka, yang tidak terbatas, dengan sumberdaya yang terbatas, dan terutama tentang alokasi sumber daya yang langka (Ridwan, 2023).

Pada 1989 para pelukis dari kota lain melalui Edwins Gallery di Jakarta pernah memamerkan beberapa karya dan karya-karya tersebut hampir habis terjual. Sukses ini sempat membuat kondisi ekonomi pelukis meningkat dan berubah tajam. Realitas tersebut pun membuat para perupa lainnya berebut mendekati galeri swasta dan menggelar pameran di Jakarta. Sayangnya, dampak terhadap hal ini adalah sebagian besar perupa jadi kurang memperhatikan idealisme dan berkarya didikte oleh pasar (Djatiprambudi, 2022). Hal ini memberikan gambaran bahwa pada masa dan kondisi tertentu karya seni rupa pernah diproduksi sebagai sebuah produk yang memenuhi permintaan pasar dan bernilai ekonomi sesuai kondisi pasar. Akan tetapi di satu sisi hal tersebut menjadi kurang bagus terhadap kualitas karya. Sejalan dengan pendapat Wisetretomo yang menyebutkan bahwa galeri biasanya mencari karya untuk pasar wacana; meskipun karya-karya ini tidak begitu kuat secara ide, konsep, atau tema, mereka tetap menampilkan keindahan mata (Mujiyono, Haryanto, Fiyanto, 2024).

Menurut Samryn, dalam perkembangannya, akuntansi terbagi menjadi beberapa bidang ilmu sesuai dengan tujuan khusus tiap organisasi yang menyelenggarakannya, yaitu akuntansi komersial, akuntansi pajak, dan akuntansi sektor publik. Selain itu, terdapat juga pembagian akuntansi menurut bidang aktivitasnya, yaitu akuntansi keuangan, akuntansi biaya, akuntansi manajemen, manajemen biaya, sistem informasi akuntansi, auditing dan akuntansi internasional (Nikmah & Winda, 2023). Menurut Pyle dan White secara tradisional akuntansi didefinisikan sebagai seni. Hal ini tampak pada buku-buku teks akuntansi yang ditulis sekitar tahun 1960-an yang secara umum mendefinisikan akuntansi sebagai seni mencatat dan meringkas transaksi-transaksi bisnis dan menginterpretasikan pengaruhnya terhadap kegiatan unit ekonomi. Pengembangan akuntansi sebagai ilmu menghendaki diterapkannya *scientific methodology* dalam pengembangan teori. Kegagalan akuntansi normatif untuk menjelaskan apa yang sesungguhnya digunakan dalam praktik bisnis telah menimbulkan pergeseran pendekatan filosofis dari akuntansi normatif ke akuntansi positif (Nikmah & Winda, 2023).

Sebagai seorang seniman, menurut Katchen & Cochrane, mempromosikan dan menjual karya seni adalah bagian penting dari membangun struktur dukungan. Ini berarti bahwa seniman berbagi karya mereka dengan dunia melalui upaya mereka sendiri atau melalui agen. Untuk membantu mereka bertemu dengan dealer seni dan tokoh-tokoh penting dalam dunia seni, seniman dapat membuat publisitas seperti portofolio, brosur, dan resume. Membangun basis kolektor dan menetapkan harga yang konsisten untuk karya seni berdasarkan ukuran dan media yang

digunakan adalah penting. Karena kariernya bergantung pada orang-orang yang mendengar namanya dan melihat karyanya, seniman harus memanfaatkan setiap kesempatan untuk memamerkan karyanya. Untuk memastikan strategi promosi berhasil, sangat penting untuk merencanakannya dengan cermat. Menyimpan catatan tentang pengeluaran dan penjualan dapat membantu musisi mengawasi kemajuannya dan mengelola keuangannya (Athian, Suhartono, & Prambudi, 2024). Beberapa seniman di kota Banjarmasin dipelopori oleh Badri Hurmansyah yang juga merupakan salah satu informan dalam penelitian ini melakukan upaya-upaya pameran seni rupa yang menerapkan kegiatan promosi dan publisitas. Kegiatan tersebut lebih banyak menggunakan media sosial sebagai media utamanya. Selain itu, sejalan dengan penelitian tersebut, Badri dkk juga mulai melakukan pencatatan sederhana dalam kegiatannya.

Pemaknaan praktik akuntansi dalam pameran seni rupa yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara mendalam terhadap beberapa seniman rupa di Banjarmasin memperlihatkan bahwa tidak ada patokan harga yang tetap untuk sebuah karya seni rupa. Tidak seperti produk atau barang ekonomi lazimnya yang bisa ditentukan harga jual berdasar perhitungan akuntansi seperti memperhitungkan harga pokok produk, mempertimbangkan modal, biaya produksi, dan sebagainya. Terkadang harga sebuah karya seni rupa lebih bergantung pada konteks, situasi dan peran masyarakat di sekitarnya dengan status sosial yang melekat. Ini artinya, karya seni rupa sebagai sebuah produk, ditinjau dari perumusan harga jual tidak terlepas dari siapa, apa dan bagaimana calon pembelinya. Sebuah karya yang sama di hadapan dua pembeli yang berbeda status sosialnya akan menciptakan peluang dua harga yang berbeda.

Setidaknya hingga 2023, pameran karya seni rupa di Banjarmasin masih bergantung pada program pemerintah dan komunitas-komunitas yang juga mendapat dukungan kegiatan dari pemerintah setempat. Berdasarkan wawancara kepada para perupa, baru di akhir 2023 dan 2024 pameran seni rupa mulai menerapkan sistem *ticketing* atau berbayar untuk masuk. Uniknya, meski berbayar, pameran justru lebih banyak menarik peminat – terlepas dari pengaruh faktor pemasaran yang dilakukan pihak manajemen. Ini seperti halnya seseorang memilih membeli kopi di kafe mahal dibanding membeli kopi di warung biasa. Hal ini tentu saja menjadi sebuah kabar menggembirakan bagi perkembangan dunia seni di Banjarmasin, khususnya seni rupa.

Pameran seni rupa berbayar juga tidak luput dari pungutan pajak. Satu sisi ini menjadi dampak positif bagi pendapatan daerah, akan tetapi barangkali ini juga memberikan sisi yang agak membebani bagi para perupa

yang saat ini juga masih merintis sistem baru dalam hal berpameran. Rintisan pameran seni dari pihak swasta di Banjarmasin masih berupa putik-putik yang mewarnai pertumbuhan dan perkembangan kegiatan seni rupa di kota ini.

Kesadaran akan peran seni lokal dalam budaya masyarakat Banjar serta literasi seni dan keuangan pun harus ditingkatkan. Masyarakat Banjarmasin harus diedukasi untuk dapat menyandingkan sejumlah nominal yang dikeluarkan “hanya” untuk menikmati sekian lukisan yang terpajang pada gelari pameran seni rupa maupun membelinya dengan nilai kepuasan yang lebih banyak dapat direspon oleh batin atau jiwa. Jangka panjang, hal ini diharapkan akan berdampak pada meningkatnya daya beli masyarakat itu sendiri. Sejalan dengan artikel yang menyebutkan bahwa pendidikan publik, kampanye promosi, dan program kesadaran masyarakat tentang seni lokal dapat mengubah cara masyarakat melihat seni sebagai sesuatu yang berharga dan berdampak positif pada kehidupan sosial dan ekonomi lokal (Rihayana, Prabawa, Putra, & Sugama, 2024).

#### 4. Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa pameran seni rupa di Banjarmasin memiliki potensi yang cukup bagus sebagai bagian dari pengembangan ekonomi kreatif berbasis seni budaya. Pameran seni rupa di kota Banjarmasin mulai menunjukkan gejala positif, yaitu sudah bisa menerapkan sistem *ticketing* dalam kegiatannya dan hal ini memunculkan unsur pungutan pajak yang jika dikaji lebih dalam bisa ditinjau dari perspektif perpajakan juga. Selanjutnya, pameran seni rupa di kota Banjarmasin masih memerlukan manajemen yang lebih serius terutama pada sisi akuntansinya. Masih perlu digali seberapa besar potensi sebuah karya seni rupa jika ditinjau sebagai sebuah hasil produksi secara ekonomi.

#### Daftar Pustaka

- Athian, M. R., Suhartono, & Prambudi, D. D. (2024). Kajian Pemasaran Karya Seni Rupa di Ruang Alternatif: Studi Kasus Pameran Pasar Seni di Rest Area Heritage KM 260 B Banjaratma Brebes. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 10(01), 58-73. <https://doi.org/10.24821/jtks.v10i1.11215>.
- Aziz, M. (2017). Produk Seni Nusantara dalam Konteks Ekonomi Kreatif. *Jurnal Imaji*, 15(1), 24-36. <https://doi.org/10.21831/imaji.v15i1.15686>.

- Djatiprambudi, D. (2022). *Seni Rupa Indonesia dalam Titik Simpang*. Lamongan: Pagan Press.
- Handy, R. S., Endriawan, D. & Trihanondo, D. (2019). Analisis Aktivitas Seni Rupa Kekinian pada 16 Subsektor Ekonomi Kreatif terhadap Kepariwisata di Kota Bandung. *e-Proceeding of Art & Design*, 6(1).
- Hasanah, L. L. (2015). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Sudi Pemuda*, 4(2), September, 268-280. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36812>.
- Mujiyono, Haryanto, E., Fiyanto, A. (2024). *Karakteristik Estetika Seni Rupa Kontemporer pada Galeri di Indonesia dalam Tegangan Nilai Ekonomi Praktis dan Nilai Estetik Murni*. Unnes.
- Nikmah, N. & Winda, N. (2023). Paradigma Akuntansi dalam Novel Konspirasi Karya Ari Kamayanti. In *Sastra dalam Perspektif Lintas Disiplin* (p. 117). Banjarmasin: Scripta Cendekia.
- Ridwan, M. S. (2023). Sejarah Perkembangan Ekonomi Kreatif. In *Ekonomi kreatif (Studi dan Pengembangannya)* (p. 43). Tahta Media Group.
- Rihayana, I.G., Prabawa, I. K. A. A., Putra, I. K. K. A., & Sugama, P. P. A. P. P. (2024). Mewujudkan Potensi Seni Lokal dalam UMKM Lukisan. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/seminarfeb/article/view/9323>.
- Trihanondo, D. & Endriawan, D. (2022). Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Desain & Aplikasi Bisnis Teknologi (SENADA). p-ISSN 2655-4313 (Print), e-ISSN 2655-2329. Strategi Peningkatan Profesionalisme Bidang Seni Rupa pada Era Pascapandemi. *Seminar Nasional Manajemen, Desain & Aplikasi Bisnis Teknologi (SENADA, Volume 5*. Bandung.