

## **Paranormal, Media, Dan Pencitraan “Magic” Politik**

**Bangun Sentosa D.Haryanto**

Program Studi Sosiologi Universitas Trunojoyo Madura

### **ABSTRACT**

Tulisan ini merupakan bagian dari penelitian beberapa tahun lalu (2011-2012) di Jakarta. Fenomena baru tapi lama ini menunjukkan bahwa Paranormal memiliki peran krusial dalam perikehidupan hampir seluruh masyarakat Jakarta , termasuk kalangan terdidiknya. Paranormal menyediakan servis khusus dalam konteks perdagangan magic berkaitan dengan pencitraan ‘magic’ politik kepada beberapa klien terdidik yang terlibat dalam kompetisi beberapa proses pemilihan umum ( termasuk Pilkada- Pemilihan Kepala Daerah)

Deskripsi tulisan ini sangat terbantu dengan pisau analisis menggunakan konsep-konsep Kapital yang dirilis oleh Pierre Bourdieu, serta bertujuan untuk membedah pola-pola kerjasama paranormal dan pelaku politik praktis dalam menentukan langkah-langkah politis secara magic. Di samping itu , tulisan ini akan secara singkat dan padat memberikan gambaran bagaimana kerja media massa menjembatani relasi antara Paranormal dan pelaku politik.

*Kata kunci : Paranormal, Media, Magic, Pencitraan Politik*

### **LATAR BELAKANG**

Jakarta merupakan representasi sebuah kota modern di Indonesia dimana modernitas dalam konteks Barat diharapkan terjadi sebagai gambaran kehidupan sehari-hari. Bagaimanapun, dalam konteks modernisasi yang telah mencuat, ternyata kenyataan di Jakarta bentuk modernisasinya tidak mengikuti kecenderungan bahwa agama dan magic akan menurun. Sebuah trend yang mengadopsi magi sebagai sebuah jalan yang penting dan alternative untuk tujuan-tujuan hidup personal secara instant, telah (selalu) muncul di Jakarta. Ketika agama tidak cukup menjanjikan kesegeraan, maka magic mengambil peran yang sangat

membantu untuk memenuhi hasrat hidup seperti status social , mencapai target dalam bisnis, peningkatan karir, kesuksesan dalam pendidikan, kesehatan dan bahkan sukses dalam percintaan ( Haryanto, 2006). Banyak orang Indonesia yang dilain pihak mendefinisakn dirinya sebagai orang modern dan berpendidikan seperti politisi, celebritis dan sebagainya—bahkan konon presiden-presiden Indonesia, mempraktikkan secara public kesalehan beragama mereka termasuk ritual , akan tetapi juga terikat pada kehidupan tertutup berkait dengan magi. Tujuan-tujuan politik dengan persaingan yang sengit di Jakarta menjadi penting untuk diperkuat dengan sentuhan

magi yang melibatkan paranormal (Haryanto, 2013)

Eksistensi Paranormal di Jakarta kekinian menjadi relative penting sebagai komoditas perdagangan di pasar-pasar rakyat bahkan hingga di mal-mal, serta beberapa media (cetak) dipergunakan paranormal sebagai media advertising bisnisnya. Penelitian ini salah satunya berawal

juga dari eksistensi beberapa media cetak khusus dunia supranatural , magi, dan sebangsanya yang tersebar di pasaran Kota Jakarta, misalnya majalah Misteri ( berbasis di Jakarta), Victory ( berbasis di Sidoarjo), Tabir ( berbasis di Jakarta), Loberty ( berbasis di Surabaya), Histeri ( berbasis di Jakarta), dan sebagainya.



Foto : Data Primer ( Bangun Sentosa D. Haryanto, 2013)

## METODOLOGI

Menelusuri iklan-iklan paranormal dalam beberapa majalah tersebut menjadi jalan pembuka untuk mengetahui bagaimana relasi antara paranormal dan politisi serta jasa-jasa politik' magic' yang ditawarkan dan diperlukan oleh dua pihak tersebut. Selain menggunakan media cetak, penelitian ini juga melakukan interview dengan paranormal yang memasang iklan di media tertentu tersebut, klien pengguna jasa paranormal dari kalangan politisi, serta observasi dengan mereka. Penentuan informan dari masing-masing tipe dilakukan secara purposive sampling dengan beberapa criteria yang ditentukan sebelumnya, misalnya pria atau wanita tinggal di Jakarta, berusia lebih dari 20 tahun

sehingga juga memiliki hak politik, dan berpendidikan minimal S1. Penentuan informan dengan diarahkan pada kriteria tertentu serta wawancara dan observasi sangat membantu sekali untuk menjawab pertanyaan bagaimana peran masing-masing pihak (paranormal dan klien serta media) dalam konstelasi politik praktis di Jakarta. Beberapa Paranormal yang menjadi informan dalam penelitian dan tulisan ini (dengan menggunakan nama samaran) adalah Tabib Dewa, Ki Aswadi, dan Suhu Brams. Ketiganya merupakan paranormal yang menggunakan media massa untuk mengembangkan bisnis magic mereka. Mereka bertiga melakukan praktik magic di Jakarta dan menyediakan jasa untuk mem-back-up interest politik klien-kliennya.

## LANDASAN TEORI

Penelitian ini akan menggambarkan fenomena relasional antara media, paranormal, dan pencitraan 'magic' politik di Jakarta. Pembahasannya akan menuntun pada bagaimana produk magi ini memberikan benefit bagi masing-masing pihak dikaitkan dengan politik praktis. Konsep dari Sosiolog Prancis, Pierre Bourdieu (1986), akan menjadi pisau analisis yang dipilih, berkaitan dengan tipe-tipe modal dalam masyarakat.

Bourdieu menekankan beberapa jenis capital (modal) yang akan menjadi bagian penting dalam field (masyarakat) : *Economic Capital*, *Social Capital*, *Cultural Capital*, dan *Symbolic Capital*. Termasuk dalam Modal Ekonomi (*Economic Capital*) seperti barang-barang produksi (mesin, tanah, dan pekerja) material, (pendapatan dan barang-barang) dan uang. Semua itu menjadi bagian yang visible serta dapat diwariskan dari generasi ke generasi. *Social Capital* (modal social) termanifestasikan melalui relasi (relationship) dan jejaring yang berguna sebagai sumber dalam status sosial serta reproduksi. Sedangkan yang termasuk dalam *Cultural Capital* (modal budaya) melingkupi segenap kualifikasi intelektual yang secara formal diproduksi atau dari warisan keluarga. Dalam hal ini misalnya berupa ijazah, kode-kode budaya, gestur, tingkat pengetahuan, kemampuan menulis dan menginterpretasikan sesuatu, attitude dan pembawaan, dan sebagainya. Kesemua itu menjadi modal penting dalam penentuan dan reproduksi status sosial. Sementara itu, *Symbolic Capital* (modal simbolik) berkaitan dengan kekuatan symbol-simbol yang memberikan

kemungkinan pencapaian kedudukan / status secara fisik dan secara ekonomi di luar ketiga tipe modal yang disebutkan diatas, seperti rumah mewah, mobil mewah, dan sebagainya.

### **MAGIC DAN MOTIF EKONOMI**

Pierre Bourdieu mengkolaborasikan pemikiran Karl Marx tentang kelas dan materialisme dengan pemikiran Max Weber tentang motif ekonomi di balik simbolisasi sosial, misalnya agama dan bahkan praktik magic. Bourdieu mendukung Marx dalam hal pertentangan kelas serta terjadinya disposisi dalam masyarakat. Pertentangan kelas tersebut dipicu oleh keinginan masyarakat untuk memperbaiki status sosial mereka dalam masyarakat. Pertentangan tersebut, dipicu oleh minimnya *resources* dalam masyarakat yang bersangkutan. Konsep Weber digambarkan oleh Bourdieu sebagai proses pemaksimalan capital dalam masyarakat dengan menggunakan simbol agama oleh pemimpin-pemimpin keagamaan (agents/professional) termasuk magicians dengan menjadikan masyarakat umum (*lay person*) sebagai bagian yang memungkinkan proses tersebut berjalan.

Terinspirasi oleh Marx, Bourdieu berargumentasi bahwa kehidupan sosial ini merupakan satu kesatuan dan merupakan kombinasi antara dimensi material dan dimensi simbol, yang diwujudkan dalam praktik-praktik sosial. Bourdieu menyatakan, semua tindakan (praktik) bertujuan untuk memaksimalkan *material capital* dan *non material (symbolic) capital*.

Semua masyarakat dengan praktik sosialnya berlomba-lomba untuk berkompetisi memperebutkan resources utama dalam masyarakat. Selain untuk survive dan karena kondisi arena (*Field*), kebutuhan akan non material menjadi hal yang jamak dalam masyarakat modern, untuk meningkatkan status social mereka sebagai masyarakat modern. Selain memanfaatkan struktur-struktur dalam masyarakat, misalnya agama, magic menjadi hal yang sangat berpotensi untuk apa yang disebut Bourdieu sebagai political economy of symbolic practices.

*The Political economy of symbolic practices* yang dicetuskan oleh Bourdieu ini juga terinspirasi dari Max Weber yang mencetuskan a political economy of religion, yang berangkat dari notion of ideal good and interests (Gerth and Mills : 1970, p 280). Weber berbicara tentang *A theory of symbolic good and practices* dengan berlatar belakang agama yang dinyatakan mampu mentransendenkan reduksi sosial, yang membawa “out the full potential of the material analysis of religion without destroying the properly symbolic character of the phenomenon” (1990: 36).

Penekanan Bourdieu kepada “interest”, lebih diinspirasi oleh pemikiran Weber yang menyatakan bahwa “the most elementary forms of behaviour motivated by religious or magical factors are oriented to *this world*” (Weber, 1978 : 399). Lebih lanjut Weber menegaskan bahwa “religious and magical behaviour or thinking must not be set apart from the range of everyday purposive conduct, particularly since even the ends of religious and magical actions

are predominantly economic” (Weber, 1978 : 400). Akhir dari semua praktik, termasuk praktik agama dan magic bermuatan ekonomi dimana melibatkan akumulasi interests atau keuntungan oleh agen-agen (professional) dalam fenomena ini, misalnya Pendeta atau Magician atau Paranormal. Bourdieu mengemukakan bahwa pemikiran Weber ini menyediakan dasar-dasar dalam merelasikan kepercayaan agama dan praktik agama, serta praktik magic, kepada *the interests* dari “who produce it, diffuse it, and receive it” (Bourdieu, 1990b : 4). Produksi, sirkulasi, dan konsumsi adalah prinsip-prinsip dasar dari ruang ekonomi dalam pemikiran Bourdieu, yang nanti akan dikembangkan dalam pembahasan dia tentang capital. Segala sesuatu yang ‘interested’ (mengandung keuntungan) menurut Bourdieu adalah praktik ekonomi, dimana ini agak berbeda dengan falsafah dasar ekonomi yang biasanya dimana untuk disebut sebagai praktik ekonomi harus memenuhi beberapa kriteria dan beberapa proses yang lain.

Haryanto (2013) menyatakan, praktik magic di Jakarta juga merupakan salah satu perwujudan dari fenomena political economy of symbolic resources yang dimaksud oleh Bourdieu yang terinspirasi oleh Karl Marx dan Max Weber. Hampir sama dengan fenomena agama dalam pemikiran Weber, agent-agen magic mengakumulasi keuntungan material dan non material dalam praktik magic mereka dalam masyarakat, dimana terjadi proses akumulasi modal dengan menjadikan

agama/magic sebagai 'produk' mereka.

Masih berdasarkan Haryanto (2013), agent-agen magic (paranormal) memproduksi magic services dan barang magic dari dunia lain. Meskipun untuk memproduksi barang magic diperlukan keahlian khusus yang tidak sembarang orang mampu memiliki ability tersebut, karena barang-barang magic yang asli (karena ada yang tidak asli) hanya bisa diambil dari alam gaib. Seperti yang dijelaskan bahwa kemampuan magic hanya dimiliki oleh *chosen person* dimana kemampuan magic tersebut 'datang' dengan sendirinya. Disamping itu kemampuan magic juga bisa dipelajari (*learned-magic*), namun tidak sembarang orang bisa mempelajarinya. Beberapa orang yang memiliki talenta dalam praktik magic akan mampu mempelajari dan menguasai magic dengan sempurna, melalui guru magic (paranormal). Tabib Dewa mengaku sebagai the *chosen person*, menawarkan barang magic misalnya beberapa keris, batu mulia, hingga jenglot sebagai ajian bagi clients nya yang berasal dari alam gaib. Untuk memperoleh barang-barang magic tersebut, Tabib Dewa harus melakukan beberapa ritual termasuk berpuasa dan pembacaan mantra khusus. Hal serupa juga diakui oleh paranormal lain seperti Suhu Brams yang kadang-kadang harus tidak tidur beberapa hari dan melakukan beberapa prosesi rahasia serta menyediakan beberapa 'umpan' (sesaji) berupa bunga, minyak wangi, dupa, dan sebagainya. Keberadaan produk berupa barang-barang magic ini melengkapi *magic services* yang

juga mereka perdagangkan, dengan harga yang berbeda-beda tergantung kepada kekuatan yang didatangkan dan tergantung kepada risiko (nyawa) dari paranormal (Haryanto, 2013 :99).

Selain mendapatkan keuntungan materi (*material items*), paranormals juga mencoba untuk mendapatkan keuntungan *symbolic* seperti pengakuan sosial dari lebih banyak orang, keseganan, atau respect, bahkan mereka mendapatkan keuntungan dalam *enhance disposition* mereka secara sosial atau diistilahkan sebagai *social class disposition*. Paranormal yang pada awalnya berada pada kelas rendah dalam masyarakat, setelah memulai perdagangan magi, mereka lebih memiliki *material items* yang banyak dan mahal (*economic capital*), mereka semakin terkenal, *networking* mereka semakin luas karena users mereka berasal dari beberapa kalangan kelas sosial (*social capital*), dan gaya hidup mereka berubah (*cultural capital*), sehingga dengan semua yang mereka tidak miliki sebelumnya itu mereka pun mampu untuk menggapai sumber-sumber capital lain (*Symbolic Capital*) (Haryanto, 2013 ; 113).

#### **PEMBAHASAN**

Penggunaan media massa oleh paranormal dalam melakukan *advertising* merupakan fenomena social ekonomi yang menarik dikaitkan dengan arena (*field*) Jakarta yang sarat dengan persaingan dalam pencapaian *capital-capital* strategis masyarakat. Kombinasi antara *supply* dan *demand* jasa magic di Jakarta yang kian merebak memperkuat eksistensi praktik tersebut, apalagi dikaitkan dengan

politik dan pelaku politik di Jakarta yang sangat kompetitif.

Tabib Dewa yang merupakan urban dari Jawa dan sebenarnya lebih banyak melakukan perform di media massa audio –visual ( sejak sekitar tahun 2010- 2012) mengaku memiliki klien tetap dimana klien tersebut merupakan pentolan politik ( parpol) tingkat nasional yang berpusat di Jakarta.

“Saya dipercaya untuk melakukan ramalan tentang jenjang karir politik, memenangkan persaingan dengan rival politik, menambah wibawa lahir dan batin ( magic) politik, menangkai serangan fisik dan non-fisik dari rival politik ( bahkan dari kolega dalam partai politik yang sama), dan sebagainya. Saya juga diwajibkan memebrikan review dan laporan seranga-serangan yang mngkin timbul dari luar kepada dirinya dan keluarganya” ( Interview Tabib Dewa, 12 Juni 2011)

Hal sama diakui oleh Suhu Brams yang merupakan urban dari luar Jakarta dan memiliki darah etnis Tionghoa ,bahwa klien-klienya juga berasal dari orang-orang yang memiliki interest dalam bidang politik praktis mulai dari calon legislative tingkat daerah hingga nasional, sampai dengan tokoh politik besar Indonesia. Selain dari advertisingnya di majalah Misteri serta majalan serupa lain yang tersebar di Jakarta, Suhu Brams juga beberapa kali tampil di media audio-visual ( TV) nasional. Servis yang diberikan juga berkaitan dengan hal-

hal yang diperlukan oleh klien politiknya untuk mendapatkan, mempertahankan, dan memperluas kekuasaan politiknya.

“Kalau disuruh (oleh klien tetapnya ) untuk santet orang pun , saya juga bisa melakukannya dengan pertimbangan tertentu. Dalam bidang politik, hal itu bisa dilakukan karena masing-masing dari mereka ( orang politik) juga memiliki back-up dari paranormal serta saling ‘serang’ sudah jadi hal biasa dalam dunia beginian. Hal itu sama di mana-mana dan sudah menjadi tradisi “( Interview Suhu Brams, 17 Januari 2012)

Pencitraan “ magic” politik juga menjadi servis dari fenomena paranormal di Jakarta. Hal yang dilakukan oleh Ki Aswadi, dan paranormal lainnya juga, misalnya membuka aura kewibawaan klien, serta hal-hal serupa agar secara fisik klien-klien tersebut bisa terlihat lebih berwibawa dan sehat,

“Selain membuka aura dan melindungi aura tersebut secara magic, kami juga bisa memasang susuk untuk memperkuat dan menambah daya tarik fisik dan kewibawaan klien. Susuk itu bisa dari emas, perak, intan, atau lainnya, disesuaikan dengan karakter fisik dan magic klien tersebut.” ( Interview Ki Aswadi, 12 Juni 2011)

Penggunaan media massa sebagai media khusus dalam bisnis magic ‘politik’ di Jakarta sangat

menguntungkan bagi paranormal, karena jejaring mereka bisa bertambah sehingga klien dan calon-klien politik mereka bisa mengenal mereka dan menjadikan bisnis tersebut semakin besar. Media sangat membantu di era serba cepat dan berteknologi ini, disamping kebanyakan dari paranormal juga ini mampu melakukan dan mengeksekusi servis magic secara on-line (telepon, sms, email) sehingga klien tidak perlu datang langsung ke mereka ( seperti cara-cara tradisional sebelumnya : klien harus selalu datang langsung ke paranormal)

“Dengan pemunculan iklan-iklan saya di majalah, maka mereka bisa dengan mudah menghubungi saya karena saya mencantumkan nomor hape dan email untuk memudahkan komunikasi. Saya juga mencantumkan nomor rekening bank untuk memudahkan transaksi, orang sekarang kan gak mau ribet, dengan nomor hape atau email, nomor rekening bank, urusan bisa selesai. Pemunculan di TV biasanya saya diminta oleh TV itu, dan tentu saja menaikkan *grade* saya di jajaran paranormal yang lebih baik“ ( Interview Suhu Brams, 17 Januari 2012)

Karena orang-orang dengan kekuatan khusus (paranormal) yang dikenal dan hebat dengan kemampuan magic adalah diakui sebagai (hanya) orang-orang pilihan dan jarang, hal ini menyebabkan tekanan permintaan ( *demand*) servis-servis magis menjadi

meningkat di Jakarta, hal ini ini konsisten dengan konstelasi perdagangan/ekonomi secara umum mengenai hubungan *supply dan demand*. Di kota paling metropolis di Indonesia ini, peran teknologi-teknologi modern ( media massa, media cetak dan on-line, serta TV, media internet) berada pada posisi sebagai pemicu meningkatnya *demand* dan sekaligus sebagai pemuas/pengeksekusi *demands* ( permintaan-permintaan pasar tersebut) ( Haryanto, 2013 : 119).

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan pengakuan dari ketiga paranormal tersebut, mereka mendapatkan banyak benefit dalam bisnis magic yang melibatkan media massa dan orang-orang yang berkecenderungan dalam bidang politik. Keuntungan ekonomi ( *Economic Capital*) misalnya uang terpenuhi rutin tiap bulan dan di transfer dalam jumlah yang relative besar karena jasa magic yang diberikan kepada klien tersebut. Mobil mewah dan rumah mewah sebagai *Symbolic Capital* diperoleh juga berkat kedekatannya ( *Social Capital* ) dengan beberapa petinggi Negara, orang-orang kaya yang sekaligus juga tokoh-tokoh politik ( dan calon-calon tokoh politik praktis) yang menjadi kliennya tersebut.

Hal ini memperkuat pernyataan Widmeier ( 2009) bahwa bagi orang Indonesia (khususnya Jakarta), magic dalam konteks modernitas adalah kekhasan Indonesia. Hal ini juga setidaknya memainkan sebuah peran dinamik dalam keberadaan system social, budaya, dan hubungan politik dan dalam penelitian ini terbukti sebagaimana Pierre

Bourdieu sebut "Cultural Capital".  
Permintaan akan jasa-jasa magic di  
Jakarta selalu meningkat, dimana hal  
itu merupakan praktik yang aplikabel  
dalam memasuki atau mencapai  
tujuan/ karir , termasuk karir politik  
dan pencitraan "magic" politik.



## REFERENSI

- Bailey, Michael D. 2006, " The Meaning of Magic", in *Magic, Ritual and Witchcraft*, University of Pennsylvania
- Bourdieu, Pierre. 1977, *Outline of Theory of Practice*, Cambridge University Press, Cambridge
- \_\_\_\_\_. 1984, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Routledge, London
- \_\_\_\_\_. 1986, "The Forms of Capital", in *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, ed. Richardson, J., Greenwood, New York
- \_\_\_\_\_. 1987[1971], " Legitimation and Structures Interests in Weber's Sociology of Religion", in *Max Weber : Rationality and Modernity* ( Whimster, S. & Lash, S. eds.), Allen and Unwin, London
- \_\_\_\_\_. 1989, " Social Space and Symbolic Power", in *Sociological Theory*, Vol. 7 : 1, American Sociological Association
- \_\_\_\_\_. 1990a, *In Other Words: Essays Towards a Reflexive Sociology*, Stanford University Press, Stanford California
- \_\_\_\_\_. 1990b, *The Logic of Practice*, Stanford University Press, Stanford California
- \_\_\_\_\_. 1993, *The Field of Cultural Production : Essays on Art and Literature* ( Johnson, R.ed.) Columbia University Press, New York
- \_\_\_\_\_. 1998, *Practical Reason : On The Theory of Action*, Polity, Chambridge
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. 1996, *An Invitation to Reflexive Sociology*, University of Chicago Press, Chicago
- \_\_\_\_\_. 1989, " Towards A Reflexive Sociology: A Workshop With Pierre Bourdieu", in *Sociological Theory*, Vol: 7, p. 26-63
- Falby, A. 2006, "Modernity and the Resurgence of Magic", in *H-Net Reviews in the Humanities & Social Sciences*, pp. 1-4.
- Greenwood, S. 2000, *Magic, Witchcraft and the Otherworld : An Anthropology*, Oxford, New York
- Harris, J. 2008, "Medea, Magic, and Modernity in France: Stages and Histories, 1553-1797", in *New Theatre Quarterly*, vol. 24, no. 3, pp. 302-302
- Haryanto, Bangun S.D. 2002, *Kejawen In Transformation*, Thesis, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta- Indonesia
- \_\_\_\_\_. 2006, " Penduduk Usia Muda, Posmodernisasi, dan Ketertarikan Sebagai Penganut Agama Jawa ( Study Kasus di Kabupaten Magetan - Jawa Timur", in *Scientific Journal of Population ( Berkala Ilmiah Kependudukan)* , Vol. 8 :2 ISSN : 1411-2663, p. 63-67, Pusat Penelitian Kependudukan Dan Pembangunan (PPKP) Universitas Airlangga Surabaya
- \_\_\_\_\_. 2007, " Masyarakat Madura, Islam, dan Kekuatan Supranatural: Kajian pada Konstruksi Masyarakat Kabupaten Bangkalan", in *Aspirasi Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol.27: 2 ISSN : 0852-604 Y, p. 173-182, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Negeri Jember
- , 2013, "The Trade in Magic Amongst Middle-Class Indonesians in Modern Society", Dissertation, University of The Sunshine Coast Australia
- , 2014, "Monografi Sistem Kepercayaan dan Magic di Madura", Research Report, LPPM Universitas Trunojoyo Madura

- Lecomte, Nelly. 2005, " Commerce And Magic", in *Research in African Literatures*, vol 36 : 4, p. 198-204, Indiana University Press
- Mahony, Inez. 2002, *The Role of Dukun in Contemporary East Java: A Case Study of Banyuwangi Dukun*, Research Report, Faculty of Social and Political Science University of Muhammadiyah Malang, Malang
- Malinowski, B. 1948, *Magic, Science, and Religion and Other Essays*, Beacon Press, Boston
- Mauss, M. 2002 [1972], *A General Theory of Magic*, Routledge, London and New York
- Meyer, B., and Pels, Peter 2003, *Magic and Modernity : Interfaces of Revelation and Concealment*, Stanford University Press, California
- Olaoluwa, S. S. 2008, "Between Magic and Logic: Globalization and the Challenge of Medical Collaboration in Ngugi's Wizard of the Crow", in *Perspectives on Global Development & Technology*, vol. 7, no. 3/4, pp. 201-222.
- Stark, Rodney. 2001, " Reconceptualizing Religion, Magic, And Science", in *Review of Religious Research*, Vol 43 :2, p.101, Religious Research Association, Inc.
- Styers, R. 2004, *Making Magic : Religion, Magic, and Science in the Modern World*, Oxford University Press, New York
- Widmaier, Lorenz. 2009, *Everyday Magic : A Study of The Occult In Jakarta*, University of London, Goldsmiths- London
- Winfield, R. D. 2007, *Modernity, Religion, and the War on Terror*, Ashgate, Burlington - USA
- Woods, Teresa. 2007, *Magic, Morality And Medicine: Madness And Medical Pluralism in Java*, Dissertation, University of Washington