

## PERANCANGAN ZINE DALAM MENYAJIKAN PERKEMBANGAN FASHION STREET-STYLE/SUBKULTUR DI BANDUNG

Muhamad Ramadhan<sup>1</sup>, Idhar Resmadi<sup>2</sup> dan Olivine Alifaprilina Supriadi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsong, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*  
*dendirrr@student.telkomuniversity.ac.id, idharresmadi@telkomuniversity.ac.id,*  
*olivineas@telkomuniversity.ac.id*

**Abstrak:** Pada masa penjajahan Belanda, Bandung menjadi tempat tinggal dan rekreasi bagi orang Eropa, mempertahankan gaya hidup dan pakaian mereka. Seiring waktu, kawasan pariwisata dibangun, menciptakan lingkungan yang menarik bagi wisatawan asing. Perkembangan fashion streetstyle/subkultur pertama kali muncul pada tahun 1980-an di Amerika Serikat, berasal dari subkultur surfing, skateboarding, hiphop, punk, dan graffiti. Di Bandung, fashion streetstyle/subkultur berkembang pada tahun 1990-an, dipengaruhi oleh komunitas yang memiliki ketertarikan pada musik underground seperti Hardcore, Metal, dan Punk. Komunitas memiliki peran penting dalam industri fashion streetstyle Bandung, terutama dengan munculnya merek-merek lokal seperti Reverse, 347 (Unkl 347), NoLabel, Riotic, Twoclothes, Airplane, dan Harder. Istilah "subkultur" mengacu pada gerakan atau kelompok yang menentang arus utama, dengan pakaian sebagai cara ekspresi nilai-nilai dalam subkultur tersebut.

**Kata kunci:** Fashion, Subkultur, Zine

**Abstract:** During the Dutch colonial period, Bandung functioned as a residence and leisure destination for Europeans, preserving their way of life and clothing. As time passed, tourism zones were established, crafting an attractive setting for international tourists. The inception of streetstyle/subculture fashion initially took place in the 1980s in the United States, originating from subcultures such as surfing, skateboarding, hiphop, punk, and graffiti. In Bandung, streetstyle/subculture fashion thrived in the 1990s, influenced by communities interested in underground music genres like Hardcore, Metal, and Punk. Communities played a pivotal role in Bandung's streetstyle fashion industry, particularly with the ascent of local brands like Reverse, 347 (Unkl 347), NoLabel, Riotic, Twoclothes, Airplane, and Harder. The term "subculture" pertains to movements or groups that oppose mainstream norms, employing clothing as a medium to convey the values of the subculture.

**Keywords:** Fashion, Subculture, Zine

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia *fashion* di Indonesia telah dimulai sejak masa penjajahan dan semakin berkembang pesat setelah Indonesia merdeka. Perkembangan ini terlihat dari kemajuan teknologi dalam proses produksi, distribusi yang semakin meluas, serta perkembangan desain yang mengikuti selera masyarakat Indonesia yang berubah. Perkembangannya *fashion* tidak hanya terbatas pada busana dan aksesoris seperti kalung dan gelang, namun juga mencakup benda-benda fungsional lain yang dirancang dengan desain yang canggih dan unik. Benda-benda ini menjadi alat yang dapat meningkatkan tampilan penggunanya (Hendariningrum dan Susilo, 2008:25). Setiap tahun, dunia *fashion* selalu mengalami perkembangan dengan tren, ciri khas, atau estetika khusus dalam merancang pakaian. Salah satu tren *fashion* yang tetap diminati dan memiliki pasar yang besar hingga saat ini, terutama di kalangan remaja sejak tahun 80an, adalah *streetwear* (Pratama & Farantika, 2015).

*Street-Style* atau *Streetwear* adalah gaya berpakaian yang bebas dan tidak terikat pada aturan baku bagi para penggunanya. *Fashion streetwear* pertama kali muncul pada dekade 1980-an di Amerika Serikat dan berasal dari subkultur *surfing*, *skateboarding*, *hiphop*, *punk*, dan *graffity*. Pada masa sekarang, *streetwear* menjadi terkenal dengan menggunakan pakaian seperti celana *denim*, jaket *hoodie*, topi *baseball/snapback*, *sneakers*, dan *t-shirt*. Perkembangan industri *streetwear* di Kota Bandung memiliki keunikan tersendiri, Berbeda dengan di tempat asalnya, New York, Amerika Serikat, di mana industri *streetwear* dipengaruhi oleh para penggemar *skateboard* dan musisi musik *hip-hop*, di Kota Bandung, perkembangan *streetwear* dipengaruhi oleh para penggemar musik *underground* seperti *Hardcore*, *Metal*, dan *Punk*. Kini, *Streetwear* sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari dunia *fashion*. Dan makin banyak brand kelas dunia yang mengangkat tema *streetwear* untuk produk-produknya (Urbanasia.com,12 Januri 2022, diakses 28 Maret 2023). Anak muda adalah

generasi yang memiliki pengaruh besar dalam dunia fashion. Mereka selalu mencari tren terbaru dan ingin tampil beda dari yang lain. Di sisi lain, perkembangan industri *fashion* subkultur/*street-style* di Bandung merupakan bagian dari identitas kota tersebut sebagai pusat kreativitas dan inovasi di Indonesia. Namun, banyak anak muda yang masih kurang mendapatkan informasi terkait dengan perkembangan fashion subkultur/*street-style* di Bandung secara menyeluruh. Padahal, informasi yang tepat dan akurat sangat penting dalam memahami tren fashion terkini serta memperluas wawasan mengenai subkultur/*street-style* yang sedang berkembang di Bandung. Pemahaman yang baik mengenai perkembangan fashion subkultur/*street-style* di Bandung menjadi penting bagi anak muda untuk mengetahui tren terkini serta memperluas wawasan mereka dalam dunia *fashion*. Perancangan media alternatif dapat menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi kendala minimnya media yang mampu menampilkan informasi secara komprehensif dan akurat terkait dengan perkembangan dan pelaku fashion subkultur/*street-style* di Bandung

.Perancangan ini mencoba untuk mengeksplorasi bagaimana zine dapat digunakan sebagai media alternatif dalam mengeksplorasi perkembangan *fashion streetwear* dan memperkenalkan pelaku dari *fashion streetwear* dan subkultur di kota Bandung, serta bagaimana zine dapat membantu dalam memperluas jangkauan dari karya-karya desainer lokal dan membangun komunitas yang lebih kuat di antara para pelaku industri *fashion* di kota ini, Juga dapat digunakan sebagai media referensi yang efektif untuk desainer grafis yang tertarik dengan karakteristik *street-style* dan subkultur yang dapat meningkatkan peluang bisnis kepada desainer grafis yang menargetkan penggiat *streetstyle* dan subkultur tersebut. Perancangan ini akan membahas pendekatan desain yang tepat untuk menciptakan zine yang sesuai dengan tema dan konteks yang diinginkan.

## **LANDASAN TEORI**

### **Media Zine**

Zine sering disebut sebagai media pers untuk komunitas, merupakan tulisan cetak yang berawal dari komunitas yang penyebarannya tidak secara legal, namun melewati media alternatif (Skripцова:32. 2017). Zine dianggap sebagai sebuah media alternatif yang banyak memberikan informasi di luar jalur media massa mainstream. Karakteristik zine adalah sebuah media berbasis komunitas, anti-mainstream dan unik. (Resmadi, I., 2021).

### **Media Informasi**

Perkembangan media saat ini sangat penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mempermudah berbagai aktivitas atau perubahan sosial yang terjadi. Di sisi lain, data yang telah diolah sehingga menjadi lebih berguna dan bermakna bagi penerimanya disebut sebagai informasi. Kehadiran informasi sangat penting untuk menjaga kelancaran suatu sistem atau organisasi. Jika tidak ada informasi, sistem atau organisasi tersebut akan mengalami hambatan dan bisa berakhir tidak beroperasi (Jogiyanto HM, 2005).

### **Desain Komunikasi Visual**

Desain komunikasi visual merupakan sebuah bidang studi yang bertujuan untuk mempelajari konsep-konsep komunikasi dan ekspresi kreatif melalui berbagai media dengan cara menyampaikan pesan dan gagasan secara visual melalui pengelolaan elemen-elemen grafis seperti bentuk, gambar, susunan huruf, komposisi warna, dan tata letak (layout). Tujuan dari penggunaan elemen-elemen tersebut adalah agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh individu atau kelompok yang menjadi target penerimaan pesan (Adi Kusrianto, 2007:2).

### **Fotografi**

Menurut Bull (2010:5), fotografi merupakan gabungan dari dua kata Yunani, yaitu "*photo*" yang berarti cahaya, dan "*graphy*" yang berarti tulisan atau gambar. Secara harfiah, fotografi dapat diartikan sebagai menggambar atau menulis menggunakan cahaya. Dengan demikian, fotografi menggabungkan unsur alamiah (cahaya) dan kegiatan manusia dalam menciptakan budaya (menulis dan menggambar/melukis) menjadi identitasnya.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam perancangan ini, digunakan pendekatan kualitatif sebagai metode utama, dengan melakukan analisis deskriptif dan juga analisis perbandingan antara beberapa proyek serupa. Terdapat empat strategi pengumpulan data yang digunakan, yakni studi literatur, observasi, wawancara, dan kuesioner.

### **Studi Literatur**

Melakukan pencarian informasi terkait dengan Zine, desain media cetak, dan perkembangan *fashion streetsyle/subkultur* di Bandung melalui buku, jurnal, artikel, dan sumber-sumber informasi terpercaya lainnya.

### **Observasi**

Melakukan observasi langsung terhadap produk-produk Zine dan publikasi media cetak lainnya yang berkaitan dengan perkembangan *fashion streetsyle/subkultur* di Bandung untuk mengetahui tren dan gaya visual yang sedang berkembang.

### **Wawancara**

Melakukan wawancara langsung dengan Vidi Nurhadi salah satu pengelola Maternal Disaster, merek brand lokal yang memiliki keterkaitan dengan perkembangan *fashion streetstyle/subkultur* di Bandung. Salman Alfarishi, sebagai anak muda yang memiliki ketertarikan dengan *fashion streetstyle/subkultur* di Bandung dan memiliki pengalaman dengan pembuatan zine serta sebagai target

audiens, untuk mendapatkan informasi serta pemahaman tentang *fashion streetstyle*/subkultur dan peran zine sebagai media informasi.

### **Kuesioner**

Menyebarkan kuesioner kepada individu dari beragam komunitas dan berbagai kelompok usia, terutama kaum muda di wilayah Bandung.

Data akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis deskriptif dan juga analisis matriks. Analisis deskriptif bertujuan untuk menggali informasi tentang profil responden yang terlibat dalam perancangan zine, serta mengkaji perkembangan *fashion streetstyle*/subkultur di Bandung, mencakup penilaian terhadap tingkat pengetahuan mengenai *fashion streetstyle*, preferensi terhadap jenis *fashion* dari subkultur tertentu, dan elemen lainnya.

Sementara itu, melalui analisis matriks, akan dilakukan pencarian dan pengumpulan data sehubungan dengan produk-produk media cetak serupa seperti zine atau jenis media cetak lainnya. Data tersebut kemudian akan dianalisis dengan fokus pada berbagai elemen desain di dalamnya, seperti gambar, warna, tata letak, tipografi, dan faktor lainnya. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk Merancang Zine sebagai media alternatif yang menarik dan mudah dipahami dalam menyajikan informasi perkembangan *fashion streetsyle*/subkultur di Bandung. Menciptakan sebuah media yang mampu menyajikan informasi yang informatif tentang perkembangan serta pelaku *fashion streetstyle*/subkultur di Bandung, dengan tujuan memperkuat referensi dan visibilitas di dunia fashion lokal.

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **Hasil Analisa Data**

Hasil wawancara langsung penulis dengan Vidi Nurhadi, salah satu pemilik Maternal Disaster, pada tanggal 10 Mei 2023, Menurutnya, pada masa itu, *fashion*

subkultur sangat dipengaruhi oleh selera musik, dan hubungan antara musik dan *fashion* sangatlah kuat. Menurutnya, *fashion* merupakan pernyataan bagi sekelompok tertentu, dan Bandung mendapat keuntungan karena memiliki banyak tempat produksi dan kampus desain, di mana orang-orang di sana gemar berkarya dalam *fashion* subkultur yang membedakan kota tersebut dari yang lain. Sebelum adanya media sosial, informasi tentang perkembangan *fashion* subkultur diperoleh melalui publikasi fisik seperti majalah, zine, serta melalui acara pameran dan aktivitas offline terkait *fashion* subkultur. Vidi menganggap publikasi cetak sangat penting pada masa itu untuk mengetahui perkembangan *fashion* subkultur. Orang-orang yang populer dan komunitas memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat para pemuda untuk mengikuti *fashion* subkultur. Ia mencatat bahwa beberapa orang masih menganggap karya jurnalistik dalam bentuk cetak sebagai hal yang penting bagi individu yang tidak nyaman membaca melalui *platform digital*.

Data wawancara dengan Salman Alfarishi, penikmat atau konsumen *fashion streetstyle* di Bandung, Salman mengungkapkan bahwa orang-orang yang mengikuti *fashion* subkultur di kota Bandung didorong oleh adanya komunitas seperti kolektif yang mendorong pemuda di Bandung untuk mengikuti acara-acara yang berkaitan dengan subkultur, seperti acara musik dan aktivasi yang digerakkan oleh kolektif tersebut. Salman menyatakan bahwa publikasi tentang perkembangan *fashion street-style/subkultur* di kota Bandung masih sangat sedikit, dan publikasi cetak dianggapnya cukup efektif untuk menginformasikan perkembangan *fashion* subkultur di kota Bandung. Ia menganggap peran publikasi cetak cukup penting untuk mengapresiasi *fashion* subkultur di kota Bandung itu sendiri. Salman menambahkan bahwa sebelum media sosial populer, publikasi cetak memiliki peran penting dalam dunia *fashion* dan harus dibudayakan. Ia sering membeli majalah seperti Hai Magazine dan zine dari outlet brand lokal

untuk mendapatkan informasi tentang *fashion* subkultur sebelum media sosial menjadi populer.

### **Konsep Pesan**

Setelah dilakukan analisis data, didapatkan ide untuk merancang sebuah zine informatif yang akan membahas perkembangan *fashion* streetstyle dan subkultur di Bandung. Dari analisis tersebut, muncul konsep pesan utama "Bandung merupakan kota dengan pemudanya yang kuat akan esensi *fashion streetstyle* dan subkulturnya yang menarik." Pesan ini akan menciptakan efek daya tarik dan antusiasme terhadap perkembangan *fashion streetstyle*/subkultur di Bandung, serta meningkatkan pemahaman dan minat terhadap *fashion* subkultur yang ada di Bandung.

Kata kunci: Informatif, Eksplorasi, Esensi.

### **Konsep Media**

Media zine merupakan pilihan yang tepat sebagai media utama karena memiliki karakteristik sebagai media berbasis komunitas, anti-mainstream, dan unik. Seperti yang dikemukakan oleh Skripcova (2017), Selain itu, zine juga menawarkan format eksperimen yang lebih banyak dibandingkan dengan media konvensional. Pendapat tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Idhar Resmadi (2021), yang menyebutkan bahwa zine memiliki sentuhan personal yang menarik dari pembuatnya. Penggunaan ilustrasi, fotografi, atau berbagai kerajinan tangan dalam zine memberikan keunikan dan kekhasan tersendiri.

### **Konsep Kreatif**

Berdasarkan analisis dari proyek sejenis, hasil observasi, dan wawancara, penulis akan menggunakan pendekatan kreatif melalui media zine dengan penggunaan komposisi fotografi, kolase, dan tipografi. Dalam perancangan ini, zine digunakan untuk mengusung gaya yang bervariasi, dan eksploratif dalam menyampaikan informasi tentang perkembangan *fashion streetstyle* dan subkultur di Kota Bandung. Sebagai media yang terbentuk dari komunitas, Zine

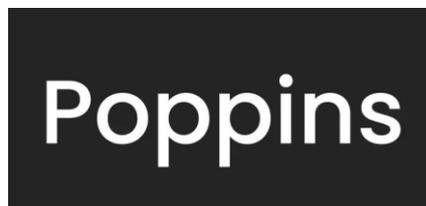
akan menjadi wadah untuk berbagi gagasan dan peristiwa di antara komunitas *streetstyle* dan penggemar *fashion*. Penulis juga akan menggunakan fotografi sebagai sarana untuk memberikan informasi tentang *fashion streetstyle*/subkultur di Bandung secara visual, dengan menjabarkan jenis-jenis *fashion streetstyle*/subkultur serta perkembangan dan peristiwa yang terkait. Pada konsep ini, penulis juga berencana untuk membuat poster, x-banner, serta *merchandise* sebagai media pendukung.

### Konsep Visual

Gaya visual perancangan ini mengadopsi gaya *overprint* dan kontemporer. Dengan harapan menciptakan tampilan eksploratif dan variatif bagi pembaca, dengan dimensi visual lebih dalam melalui tumpang tindih elemen grafis dan kesan yang modern melalui konsep kontemporer. Kombinasi ini diharapkan dapat menarik pembaca dari segi gaya visual dalam membaca informasi tentang perkembangan *fashion streetstyle* dan subkultur di Bandung.

### Tipografi

Dalam konsep visual tipografi perancangan ini, penggunaan dua jenis font utama, yaitu *Poppins* dan *Futura* yang ditujukan supaya text dan paragraf terbaca dengan jelas dan pembaca diharapkan dapat membaca isi informasi dengan baik. Penambahan tipografi lainnya digunakan sebagai ragam kreasi dan pembentukan visual menarik menggunakan tipografi jenis lainnya seperti *Handwriting*, Dekoratif, dan Variasi.



Gambar 1 Font Poppins  
Sumber: befonts.com (2023)



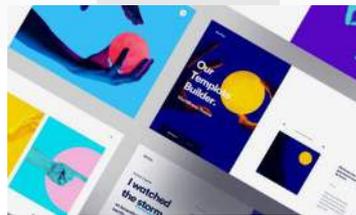
Gambar 2 Font Futura  
Sumber: unblast.com (2023)

## Layout

Dalam perancangan ini, pendekatan layout Big Type dan Multi Panel Layout digunakan untuk memberikan variasi dan tampilan menarik kepada pembaca. Dengan Big Type Layout, diharapkan dapat menyoroti teks berukuran besar untuk menarik perhatian pada informasi penting. Penggunaan Multi Panel Layout akan memungkinkan susunan visual dan teks yang dinamis, memberikan pengalaman visual yang terstruktur.



Gambar 3 Referensi Layout 1  
Sumber: dribbble.com (2023)

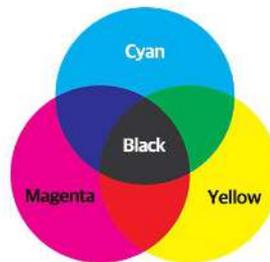


Gambar 4 Referensi Layout 2  
Sumber: behance.net (2023)

## Warna

Dalam perancangan ini, penggunaan warna akan mengikuti prinsip dasar CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black*) yang umum digunakan dalam proses

percetakan. Palet warna yang terinspirasi dari CMYK akan diintegrasikan dengan efek *overlapping*, menciptakan kombinasi warna yang cerah dan menarik.



Gambar 5 Warna

Sumber: <https://dailysocial.id/post/apa-itu-rgb-dan-cmyk>

### Konsep Bisnis

Distribusi utama yang direncanakan untuk zine serta media pendukungnya adalah dengan membagikannya di acara yang diadakan oleh pemberi proyek. Sementara itu, distribusi sekunder zine akan difokuskan pada penempatan dan penjualan di graffiti store yang berada di Kota Bandung.

### Konsep Komunikasi

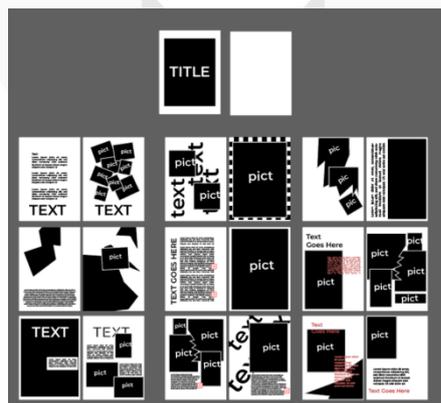
Perancangan zine ini melibatkan strategi komunikasi untuk memastikan cara penyebaran informasi agar dapat mencapai khalayak yang dituju. Selain itu, strategi pemasaran juga diterapkan untuk merancang cara agar zine ini dapat menarik perhatian dan minat konsumen. Berikut ialah perancangan menggunakan strategi AIDA (awareness, interest, desire, dan action):

Metode	Pendekatan
Awareness	Membuat calon pembaca sadar dan memberikan perhatian pada perkembangan fashion streetstyle/subkultur di Bandung.

Interest	Membuat calon pembaca tertarik dengan zine Bandung Youth Essence
Desire	Dengan pembahasan yang mencakup perkembangan <i>fashion streetstyle</i> /subkultur terhadap target audiens dan khalayak sasaran yang ditujukan dengan media zine serta penambahan merchandise pada media pendukung.
Action	Memiliki zine sebagai media utama dan media pendukung yang meliputi perkembangan beberapa aliran <i>fashion streetstyle</i> /subkultur sebagai alat tambahan untuk menyediakan informasi dan meningkatkan referensi serta visibilitas di dunia fashion lokal.

Sumber: Dokumen Pribadi

**Hasil Perancangan  
Sketsa Perancangan**



Gambar 6 Sketsa Perancangan  
Sumber: Dokumen Pribadi

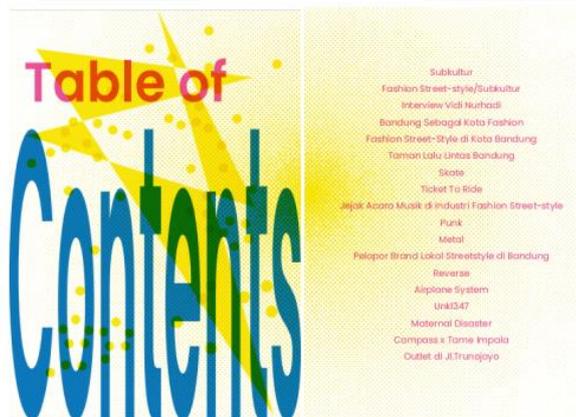
**Media Utama**



Gambar 7 Desain Cover Depan dan Belakang  
Sumber: Dokumen Pribadi

### Konten

Perancangan ini dibagi beberapa konten dan pembahasan mengenai perkembangan *fashion streetstyle*/subkultur di Bandung seperti sejarah singkat Bandung sebagai kota *fashion*, kemunculan komunitas yang menggerakkan industri *fashion streetstyle*/subkultur, jejak acara musik di industri *fashion streetstyle*, munculnya pelopor brand lokal *streetstyle*.



Gambar 8 Konten  
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 9 Isi Zine 1  
Sumber: Dokumen Pribadi

Di bagian ini, akan disajikan rangkuman mengenai sejarah perkembangan fashion gaya jalanan di kota Bandung. Dengan demikian, para pembaca akan dapat memahami bagaimana evolusi gaya jalanan terjadi dan faktor-faktor apa saja yang memainkan peran penting dalam timbulnya tren ini.



Gambar 10 Isi Zine 2  
Sumber: Dokumen Pribadi

Bagian ini akan mengulas tentang munculnya komunitas yang aktif dan berminat dalam subkultur, beserta dampaknya terhadap gaya fashion jalanan.



Gambar 11 Isi Zine 3

Sumber: Dokumen Pribadi

Bagian ini, akan dibahas mengenai figur pionir di dunia brand lokal *fashion streetstyle* di kota Bandung beserta pengaruhnya terhadap sektor bisnis brand lokal sekarang yang beroperasi di wilayah tersebut.

**Mockup**



Gambar 12 Mockup Luar Zine  
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 13 Mockup Dalam Zine  
Sumber: Dokumen Pribadi

**Media Pendukung**

**Poster**



Gambar 14 Poster  
Sumber: Dokumen Pribadi

**T-Shirt**



Gambar 15 T-Shirt  
Sumber: Dokumen Pribadi

**Stiker Pack**



Gambar 16 Stiker Pack  
Sumber: Dokumen Pribadi

### X-banner



Gambar 17 X-banner  
Sumber: Dokumen Pribadi

## KESIMPULAN

Perkembangan *fashion street-style* dan subkultur di Bandung memiliki nilai penting dalam memperkuat literasi dan apresiasi tokoh serta pendahulu mengenai dunia *fashion* lokal bagi masyarakat. Dalam konteks perancangan zine sebagai media informasi mengenai perkembangan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa zine memiliki potensi sebagai media alternatif dalam menyampaikan pesan dan informasi dengan cara yang menarik dan efektif. Zine mampu menarik perhatian pembaca melalui narasi yang singkat namun menarik secara visual.

Dengan perancangan zine ini, diharapkan informasi mengenai perkembangan *fashion streetstyle* dan subkultur di Bandung dapat disampaikan dengan padat, serta membantu memperluas pengetahuan dan pemahaman mengenai dunia *fashion streetstyle* dan subkultur di Bandung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Kusrianto, (2007). Pengantar desain komunikasi visual.
- Agus Sachari dan Yan Yan Sunarya, (2002). Sejarah Dan Perkembangan Desain Dan Dunia Kesenirupaan Di Indonesia. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Agus Sachari, (2005). Metodologi penelitian budaya rupa / Agus Sachari ; editor, Wibi Hardani..
- Anggraini S., Lia dan Kirana Nathalia. 2014. Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula. Bandung : Nuansa Cendekia.
- Bull, Stephen. (2010). "Photography: Routledge Introductions to Media and Communication." London : Routledge.
- Danton, Sihombing. 2001. Tipografi Dalam Desain Grafis. Jakarta: Gramedia.
- Gavin, (2005) Layout: Basic Design.

- Gani, Rita & Kusumalestari, Ratri Rizki. (2013). Foto Jurnalistik Suatu Pengantar, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Griska,L. (2022) Fashion Streetwear, dari Gaya Jalanan Kini Jadi Simbol Kemewahan.(<https://www.urbanasia.com/style/fashion-streetwear-dari-gaya-jalanan-kini-jadi-simbol-kemewahan-U52427>, diakses 28 Maret 2023).
- Hendraningrum & Susilo, (2008:25) Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi.
- Hary Ganjar Budiman, (2014). Perkembangan Zine di Bandung : Media Informasi Komunitas Musik Bawah Tanah.
- Idhar Resmadi, (2021). Analysis Of Zineflis Cyber Media As a Media in the Digital Era.
- Jogiyanto, H.M., 2005, Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis, ANDI, Yogyakarta.
- Kusmiati, A, S. Pudjiastuti & P. Suptandar.1999.Teori Dasar Desain Komunikasi Visual.
- Marcus, Sudjojo. (2010). "Tak-Tik Fotografi" Jakarta: Bukune.
- Maynarni, B. W., Naufalina, F. E., & Supriadi, O. A. (2020). Perancangan Website Edukasi Stunting Dan Pencegahannya Pada Balita Untuk Para Ibu Di Babakan Ciparay. eProceedings of Art & Design, 7(2).
- Pratama, S. & Farantika, A. (2015) Perancangan Visual Branding Oldman Store Di Kota Semarang.
- Primaswari Wikandari. (2007) "Studi Tentang Zine Sebagai Media Alternatif Indie di Indonesia
- Skripцова, L. (2017), Motivations And Incentives Of Community Media Content Creators: A Case Study Of Spodnás. Vol.8 No.2 2017.