

PERANCANGAN ZINE DARK ART DALAM MENYAJIKAN PERKEMBANGAN DARK CLOTHING BRAND DI BANDUNG

Andy Nur Fattah¹, Paku Kusuma² dan Bambang Melga Suprayogi³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
andynurf@student.telkomuniversity, masterpaku@telkomuniversity.ac.id,
bambangmelgab@telkomuniveristy.ac.id.

Abstrak : Dark Art adalah gaya seni yang menekankan suasana gelap, kelim, dan misterius, sering mengeksplorasi tema tabu seperti kematian dan supernatural dengan palet warna dominan hitam, merah, dan abu-abu. Di Bandung, dark clothing brand pertama kali muncul pada tahun 2003 melalui brand Maternal Disaster, dan biasanya dikenakan pada acara musik, film horor, dan metal. Penelitian ini bertujuan menggambarkan perkembangan dark clothing brand di Bandung menggunakan metode kualitatif untuk menyajikan informasi secara objektif dan komprehensif. Analisis data dilakukan melalui metode matriks dengan referensi proyek seni serupa, yang kemudian digunakan untuk menyusun strategi media. Strategi yang diusulkan adalah pembuatan zine dark art yang menyoroti evolusi dan pelaku dark clothing brand di Bandung, dengan tujuan memberikan informasi akurat dan kreatif serta memperkuat referensi dan visibilitas brand lokal dalam industri clothing.

Keywords: *dark art, dark clothing brand, zine, Kota Bandung*

Abstract : *Dark Art is an art style that emphasizes a dark, eerie, and mysterious atmosphere, often exploring taboo themes such as death and the supernatural, with a dominant color palette of black, red, and gray. In Bandung, dark clothing brands first emerged in 2003 through the brand Maternal Disaster, and are typically worn at music events, horror films, and metal concerts. This research aims to describe the development of dark clothing brands in Bandung using qualitative methods to present information objectively and comprehensively. Data analysis is conducted through matrix analysis methods with references to similar art projects, which are then used to develop a media strategy. The proposed strategy is the creation of a dark art zine that highlights the evolution and key figures in Bandung's dark clothing brand scene, aiming to provide accurate and creative information while strengthening references and visibility for local brands in the clothing industry.*

Keywords: *dark art, dark clothing brand, zine, Bandung City*

PENDAHULUAN

Dark art, yang populer pada abad ke-20, dipengaruhi oleh surealisme dan sering menggunakan warna hitam dengan visual menakutkan seperti monster dan tengkorak. Seni ini menyampaikan imajinasi seniman dengan cara misterius dan fantastis, berbeda dari seni konvensional.

Dark art juga dipengaruhi oleh genre *Danse Macabre*, yang menggambarkan kematian dan kerapuhan hidup manusia. Genre ini mempengaruhi seni gelap modern dan menampilkan pemandangan sosial yang terjadi pada Abad Pertengahan di Eropa, di mana banyak kejadian kematian mendadak.

Sepanjang sejarah, banyak seniman besar seperti Hieronymus Bosch dan Francisco Goya yang karyanya menjadi pendahulu gerakan seni gelap. Mereka menampilkan sisi tergelap dan menakutkan dari pengalaman hidup, yang kemudian diklasifikasikan sebagai seni gelap.

Dark clothing brand adalah produk pakaian dengan tema gelap, biasanya serba hitam dengan grafik menyeramkan. Brand ini pertama kali muncul di Bandung dengan Maternal Disaster, yang berhasil menarik perhatian pasar lokal dan global, diikuti oleh brand-brand lain yang mengusung tema serupa.

Perkembangan clothing brand di Bandung dimulai pada 1990-an dan mencapai puncaknya pada 1996-1998, ketika banyak distro mulai menjual produk lokal. Brand seperti Maternal Disaster berhasil membedakan diri dengan produk eksklusif, yang membuat istilah "*clothing*" atau "*distro*" semakin populer.

Anak muda menjadi target utama dark clothing brand karena mereka selalu mencari tren terbaru dan ingin tampil berbeda. Industri dark art dan dark clothing brand di Bandung telah menjadi bagian dari identitas kota sebagai pusat kreativitas dan inovasi di Indonesia.

Sayangnya, masih banyak anak muda yang kurang mendapatkan informasi terkait *dark art* dan *dark clothing brand* di Bandung. Informasi yang akurat penting untuk memahami tren terkini dan memperluas wawasan tentang industri ini.

Perancangan media alternatif dapat menjadi solusi untuk mengatasi kurangnya informasi terkait *dark art* dan *dark clothing brand* di Bandung. Media ini bisa memberikan informasi yang kreatif dan menarik bagi anak muda tentang tren terbaru dan perkembangan di Bandung.

Dalam konteks bisnis, media alternatif juga bisa membantu pelaku *dark art* atau *dark clothing brand* untuk memperluas pasar mereka. Dengan eksposur yang lebih luas, mereka bisa menarik lebih banyak konsumen dan memperkuat branding di dunia fashion.

Secara keseluruhan, pemahaman mengenai *dark art* dan perkembangan *dark clothing brand* di Bandung menjadi penting bagi anak muda. Media alternatif, seperti zine *dark art*, bisa menjadi sarana yang efektif untuk memperluas wawasan dan jangkauan karya-karya desainer lokal di industri ini..

LANDASAN TEORI

Media Informasi

Perkembangan media saat ini sangat penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mempermudah berbagai aktivitas atau perubahan sosial yang terjadi. Salah satu faktor yang memengaruhi perkembangan media adalah kemajuan teknologi, yang memungkinkan masyarakat untuk dengan mudah mendapatkan informasi. Informasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk mendapatkan edukasi, opini, dan pembaruan mengenai perkembangan politik sebagai anggota masyarakat sosial.

ZINE

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).

Berdasarkan beberapa penjelasan tentang zine, dapat ditarik kesimpulan bahwa zine adalah media yang dibuat secara mandiri, *non-profesional*, dan didistribusikan secara terbatas untuk kepentingan suatu komunitas dan hobi. Hal ini menunjukkan bahwa zine muncul dari komunitas. Zine dianggap sebagai media alternatif yang memberikan informasi di luar media massa utama

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). Unsur-unsur desain komunikasi visual: Garis (*Line*) , Bidang (Shape) , Gelap terang/kontras danWarna

Prinsip Desain Komunikasi Visual

Adi Kusrianto (2007:34) menyatakan bahwa prinsip dasar desain digunakan untuk mengatur unsur-unsur visual dalam suatu komposisi. Beberapa prinsip desain yang penting mencakup: Kesatuan, Keseimbangan, Kontras , Irama, Fokus dan Proporsi

Layout

Komposisi atau layout adalah pengaturan tata letak dari elemen-elemen desain, meliputi unsur visual, teks, dan unsur lainnya di dalam suatu area. Tata letak ini dapat ditemukan dalam media tertentu (Maynarni, B. W., Naufalina, F. E.,

& Supriadi, O. A., 2020).

Tipografi

Tipografi adalah strategi untuk mengatur tata letak, bentuk, ukuran, dan sifat dalam rangka menciptakan estetika, sehingga tipografi dianggap sebagai "bahasa visual" (Anggraini S. & Nathalia, 2014

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

Ilustrasi

Pengertian gambar ilustrasi itu berkaitan dengan seni rupa yang merupakan suatu penggambaran sesuatu dengan melalui elemen rupa untuk lebih memperjelas dan menerangkan, menjelaskan atau juga memperindah sebuah teks. Ilustrasi bertujuan agar para pembaca dapat ikut merasakan secara langsung, sifat gerak dan juga kesan dari cerita yang disajikan (Rohidi 1984:87)

Dark Art

Secara harfiah, istilah "*dark art*" terdiri dari dua kata, yaitu "*dark*" yang berarti gelap atau kegelapan, dan "*art*" yang berarti seni atau ilustrasi. Dalam lingkup *clothing brand*, branding tema menjadi faktor yang membedakan antara satu brand dengan brand lainnya. Nama brand, gaya desain, model pakaian, dan cara pemanfaatannya memiliki peranan signifikan dalam mengekspresikan nilai-nilai *dark clothing brand*. Hal tersebut yang kini melekat pada setiap design *dark art*-nya. Pada kenyataannya, konsumen memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi suatu *clothing brand* berdasarkan gaya desain pakaiannya yang mereka anut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dinamika perkembangan dark clothing brand di kota Bandung, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai metode pengumpulan data. Dilakukan pendekatan dengan tujuan untuk menyajikan informasi mengenai dark art dan perkembangan dark clothing brand di kota Bandung secara objektif dan komprehensif. Analisis data dirancang menggunakan metode analisis matriks dengan mengacu pada proyek karya seni serupa, hasil dari analisis digunakan untuk menyusun strategi media. Strategi media yang diusulkan adalah menciptakan sebuah zine dark art yang mengangkat perkembangan dark clothing brand di kota Bandung.

KONSEP DAN HASIL MEDIA PERANCANGAN

Konsep Pesan

Setelah dilakukan analisis data, didapatkan ide untuk merancang sebuah zine informatif yang akan membahas *dark art*, dan perkembangan dark clothing brand di Bandung. Dari analisis tersebut, muncul konsep pesan utama "Bandung merupakan kota di mana anak mudanya sangat efektif dan memperkuat industri kreatif merek pakaian gelap dan dark art yang menarik." Pesan ini akan menciptakan efek daya tarik dan antusiasme terhadap dark art dan perkembangan *dark clothing brand* di Bandung, serta meningkatkan pemahaman dan minat terhadap dark clothing brand yang ada di Bandung.

Melalui media ini, diharapkan masyarakat serta individu yang tertarik dengan *dark art/dark clothing brand*, ini dapat memperkuat referensi serta visibilitas di dunia industri clothing brand lokal serta mengapresiasi tokoh dan pendahulu yang memiliki peran penting dalam perkembangan *dark clothing brand* di Bandung.

Konsep Kreatif

Berdasarkan analisis proyek sejenis, observasi, dan wawancara, penulis

akan menggunakan media zine dengan pendekatan kreatif melalui komposisi fotografi, kolase, dan tipografi untuk menyampaikan informasi tentang dark art dan perkembangan dark clothing brand di Bandung. Zine ini akan menjadi wadah berbagi gagasan di komunitas dark art dan penggemar dark clothing brand, dengan tambahan ilustrasi, poster, x-banner, dan merchandise sebagai media pendukung.

Konsep Komunikasi

Dalam proses perancangan zine ini, diterapkan beberapa konsep komunikasi dengan tujuan untuk memudahkan audiensi dalam memperoleh informasi dan mengenali produk dari perancangan ini. Metode komunikasi yang dipilih adalah model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang akan dijelaskan sebagai berikut

Tabel 1 AIDA

AIDA	Capaian	Media
<i>Attention</i>	Membuat calon pembaca sadar dan memberikan perhatian pada perkembangan dark clothing brand di Bandung	X-Banner, Poster
<i>Interest</i>	Membuat calon pembaca tertarik dengan zine Effective And Reinforces dark clothing brand	Visual, Konten Zine
<i>Desire</i>	Dengan pembahasan yang mencakup perkembangan <i>dark clothing brand</i> terhadap target audiens dan khalayak sasaran yang ditujukan dengan media zine serta penambahan merchandise pada media pendukung.	Merchandise, Konten Zine

Action	Memiliki zine sebagai media utama dan media pendukung yang meliputi perkembangan beberapa aliran dark clothing brand sebagai alat tambahan untuk menyediakan informasi dan meningkatkan referensi serta visibilitas di dunia clothing brand lokal.	Zine,ZineFest
--------	--	---------------

Konsep Media Media Utama

Media zine dipilih sebagai media utama karena memiliki karakteristik berbasis komunitas, anti-mainstream, dan unik, serta menawarkan lebih banyak format eksperimen dibandingkan media konvensional. Penelitian oleh Idhar Resmadi (2021) menyebutkan bahwa zine memiliki sentuhan personal yang menarik dari pembuatnya, dengan penggunaan ilustrasi, fotografi, dan kerajinan tangan yang memberikan keunikan tersendiri.

Keselarasan media zine dengan tema *dark clothing brand* di Bandung diperkuat oleh wawancara dengan Vidi Nurhadi, pakar dark clothing brand, yang menyatakan bahwa media cetak seperti zine memiliki ikatan kuat dengan subkultur clothing brand. Zine, yang berasal dari komunitas, tidak memiliki batasan dalam gaya dan cocok untuk menyampaikan informasi di luar jalur media massa mainstream, membuatnya ideal untuk mengangkat perkembangan *dark clothing brand* di Bandung.

Media Pendukung

Selain media utama, terdapat pula penggunaan media tambahan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dengan lebih efektif kepada target audiens. Media pendukung yang digunakan diantaranya:

1. X-Banner
2. *Merchandise*

3. Poster

Konsep Visual

Dalam penyusunan zine ini, ide visual diadopsi sebagai panduan untuk menyatukan dan menggabungkan komponen-komponen yang akan diinkorporasikan

Gaya Visual



Gambar 4 Referensi Gaya Visual
(Sumber: behance.net)

Gaya visual perancangan ini mengadopsi gaya *netralprint*, *combination of bright and dark colours*. Dengan harapan menciptakan tampilan eksploratif dan variatif bagi pembaca, dengan dimensi visual lebih dalam melalui kolase, texture elemen grafis dan kesan yang modern melalui *konsep combination of bright and dark colours*. onsep modern digunakan untuk menarik pembaca dalam memahami dark art dan perkembangan dark clothing brand di Bandung..

Layout

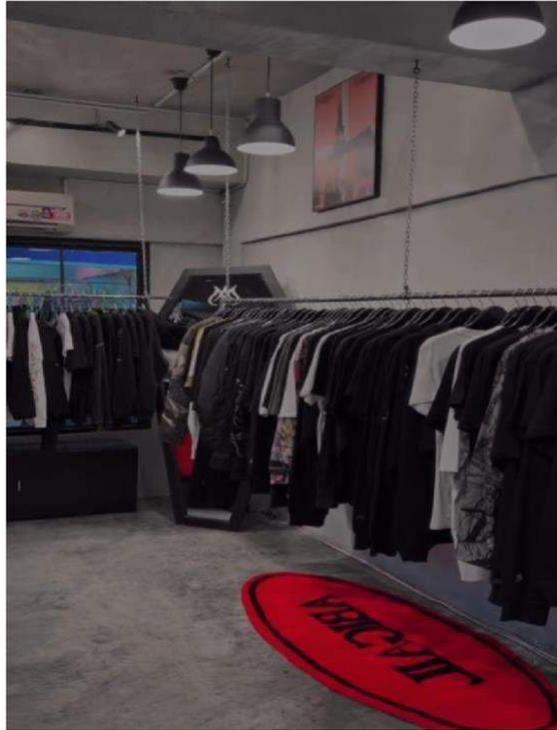


Gambar 5 Referensi Layout
(Sumber: behance.net)

Dalam perancangan ini, pendekatan layout Medium Type dan Multi Panel/KolaseLayout digunakan untuk memberikan variasi dan tampilan menarik kepada pembaca. Dengan Medium Type Layout, diharapkan dapat menyoroti teks berukuran sedang untuk menarik perhatian pada informasi penting. Penggunaan Multi Panel/Kolase Layout akan memungkinkan susunan visual dan teks yang dinamis, memberikan pengalaman visual yang terstruktur. Kombinasi ini menciptakan tampilan bervariasi namun teratur yang diharapkan dapat mengundang minat pembaca untuk menarik minat pembaca dari segi layout tentang *dark art* dan perkembangan *dark clothing brand* di Kota Bandung.

Fotografi

Fotografi pada perancangan ini berfokus untuk menghadirkan gambar-gambar yang ikonik dan mampu mengkomunikasikan *dark clothing brand* di Bandung. Dalam setiap foto yang dipilih, penulis berusaha untuk menangkap momen- momen yang menggambarkan identitas dari beragam *dark art/dark clothing brand* di kota ini. Penulis juga menangkap beberapa *dark clothing brand* di kota Bandung tepatnya di the hallway space



Gambar 6 Fotografi 1
(Sumber: Pribadi)

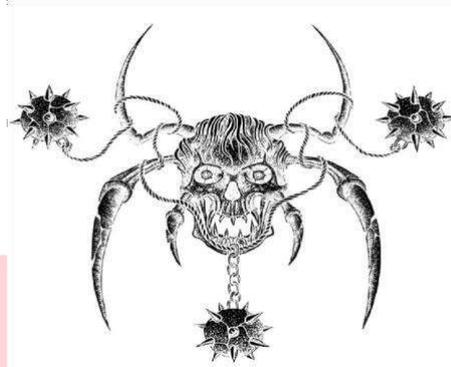


Gambar 7 Fotografi 2
(Sumber: Pribadi)

Ilustrasi

Ilustrasi pada perancangan ini berfokus untuk menghadirkan gambar-gambar dark art yang digunakan untuk menjelaskan, atau memvisualisasikan

informasi dan mengkomunikasikan dark clothing brand di Bandung. Dalam setiap ilustrasi yang dipilih, penulis berusaha untuk menggambarkan identitas dari beragam darkart



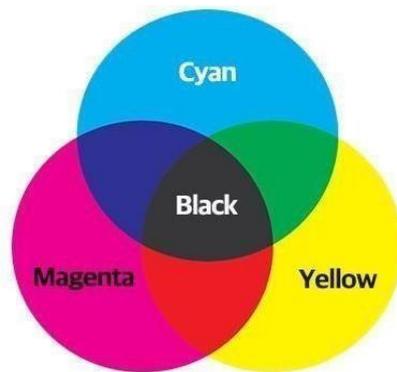
Gambar 8 Ilustrasi Dark Art
(Sumber: Pribadi)



Gambar 9 Ilustrasi Dark Art 4
(Sumber: Pribadi)

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 10 Kombinasi Warna CMYK

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

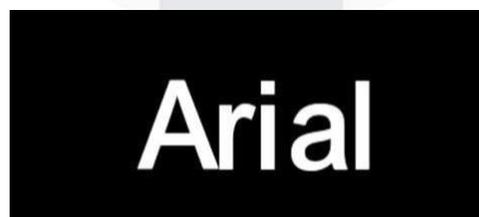
Tipografi

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 11 Font Almarai

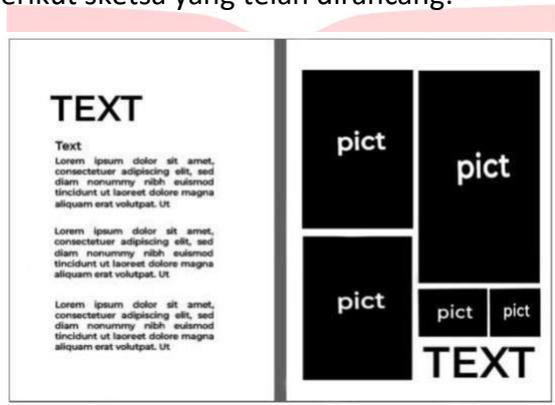
Sumber: <https://fonnts.com/almarai/>)



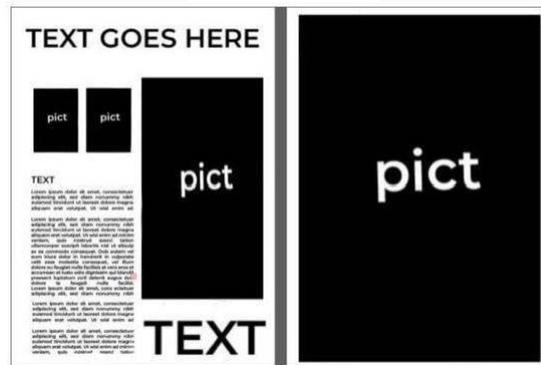
Gambar 12 Font Arial
(Sumber: <https://fonnts.com/arial/>)

Sketsa Perancangan

Dalam proses merancang karya desain, sketsa memiliki peran penting untuk mengilustrasikan susunan dan rencana pencahayaan suatu objek, yang kemudian diterapkan pada produk akhir. Hal ini bertujuan untuk memastikan efisiensi dan struktur dalam proses, menghindari pemborosan waktu dan usaha yang berlebihan. Berikut sketsa yang telah dirancang:



Gambar 13 Sketsa 1
(Sumber: Pribadi)



Gambar 14 Sketsa 2
(Sumber: Pribadi)

Hasil Perancangan

Media Utama



Konten zine

Gambar 15 Cover Zine
(Sumber: Pribadi)

Pada Perancangan ini dibagi beberapa konten dan pembahasan mengenai dark art dan perkembangan dark clothing brand dibanding seperti sejarah singkat kemunculan ilustrator dan komunitas yang mengerjakan dark art/dark clothing brand, jejak acara industri dark clothing brand, munculnya pelopor dark clothing brand.



Gambar 16 Table Of Content, Konten Zine
(Sumber: Pribadi)



Gambar 17 Konten Zine
(Sumber: Pribadi)

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



Gambar 18 Konten Zine
(Sumber: Pribadi)

Bagian ini akan mengulas tentang ilustrator dark art dan munculnya komunitas yang aktif dan berminat dalam dark art, beserta dampaknya terhadap dark clothing brand.



Gambar 19 Konten Zine
(Sumber: Pribadi)

Pada bagian ini, akan dibahas mengenai figur pionir di dunia dark clothing brand lokal di kota Bandung beserta pengaruhnya terhadap sektor industri kreatif yang sekarang beroperasi di wilayah tersebut.

Media Pendukung



Gambar 20 Pin & kartu ucapan
(Sumber: Pribadi)



Gambar 21 Poster
(Sumber: Pribadi)



Gambar 22 Banner
(sumber: Pribadi)



Gambar 23 Hoodie
(Sumber: Pribadi)



Gambar 24 Long Shirt
(Sumber: Pribadi)



Gambar 25 Long Sleeve
(Sumber: Pribadi)

KESIMPULAN

Perkembangan dark clothing brand di Bandung memiliki nilai penting dalam memperkuat literasi dan apresiasi tokoh serta pendahulu mengenai dunia clothing lokal bagi masyarakat. Dalam konteks perancangan 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 Dark art dan perkembangan dark clothing brand di Bandung dapat disampaikan dengan padat, serta membantu memperluas Pengetahuan dan pemahaman mengenai dunia dark art dan dark clothing brand di kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini S. & Nathalia. (2020). Perancangan Typography, Tata Letak, Bentuk, Ukuran Dark Art And Craft. (2024, Februari). Dark Art & Craft: Manuscript Of

Death Interview.

<https://darkartandcraft.com/blogs/news/manuscript-of-death-interview-ondarkart-craft>

Dark Art Movement. (2009). Dark Art Movsurrea. Dipetik maret 22, 2024, dari <https://darkartmovement.com/dark-art-movement/>

Freedomsiana. (2023). Gambar Ilustrasi adalah: Pengertian, Fungsi, dan Sejarah. <https://www.freedomsiana.id/gambar-ilustrasi-adalah/>

Gani. (2014). Fotografi, KegiatanManusiaMenciptakan Budaya (Menulis/Menggambar), dan Identitasnya. Hai. (2021, Maret). Clothing Brand Yang Banyak Mengaplikasikan Nuansa Dark Art. <https://hai.grid.id/read/072622940/2021>

Heinich et.al. (2002). Pentingnya Media Informasi Untuk Berinteraksi.

Hygmatic. (2014). Perkembangan Clothing Dan Distro Di Indonesia. Dipetik maret 22,2024,dari<https://www.hygmatic.com/article/673/perkembangan-clothing-dan-distrodi-indonesia/>

Kusuma, P. (2015). Perancangan Buku Ilustrasi Dalam Memperkenalkan Batik Bogor

Kepada Kalangan Remaja Di Kota Bogor

Maternal Disaster. (2003). About The History Of The Creation Of The Maternal Disaster. <https://www.maternaldisaster.com>

Kusuma, P. (2023). Perancangan Identitas Visual Kampung Batik Semarang

Nurhadi, V. (2019). Forever 16, Maternal Disaster, Identity, Style, Dark Clothing Brand.

<https://www.maternaldisaster.com/> Kusuma, P. (2015). Pengantar Bidang Untuk unsur Visusl.

Penahitam. (2020). Art Zine The Monster Issue, Artwork, Interview, and Artikel. <https://www.instagram.com/penahitam.arts>

Pratama, S. & Farantika, A. (2015). Perancangan Visual Branding Oldman Store Di

Kota Semarang.

Putra. (2012). Konsep Ilustrasi dan Gagasan Untuk Mempermudah Pembacanya.

Resmadi, I. (2021). Karakteristik Zine, Sebuah Media Berbasis Komunitas, Anti-Mainstream dan Unik.

Bambang, M, S. (2023). Perancangan Media Zine Msngenai Pelestarian Budaya Kain Batik Dikalangan Remaja.

Skripcova: 32. (2017). Zine Untuk Media Alternatif.

Bambang, M, S. (2023). Perancangan Zine Mengenai 'Sustainable Fashion' Terhadap Konsumen Dan Podusen Industri Fashion DikotaBandung.

Sykes, O. (2017). Drop Dead Clothing Perkembangan Dari masa Ke Masa.

Tutura.id. (2023, Oktober). AstroTWibowo terpikat Gambar Monster Dan Hingga Menyelami Dark Art. <https://tutura.id/homepage/readmore/astro-wibowo-terpikatgambar-monster-hingga-menyelami-dark-art-1697954616>

Wikandari, M. P. (2007). Studi Tentang Zine Sebagai Media Alternatif Indie di Indonesia.

Wikandari, P. (2007). "Studi Tentang Zine Sebagai Media Alternatif Indie di

Indonesia". Yunianto, I. (2022). Teknik Cetak Metode Produksi

Grafika. Dipetik Mei 6, 2023, dari [https://desain-](https://desain-grafiss1.stekom.ac.id/informasi/baca/TEKNIK-CETAK-METODE-PRODUKSIGRAFIKA/6bae87122ce00b61e523513e1d3d0e1c1c5a67dc)

[grafiss1.stekom.ac.id/informasi/baca/TEKNIK-CETAK-METODE-](https://desain-grafiss1.stekom.ac.id/informasi/baca/TEKNIK-CETAK-METODE-PRODUKSIGRAFIKA/6bae87122ce00b61e523513e1d3d0e1c1c5a67dc)

[PRODUKSIGRAFIKA/6bae87122ce00b61e523513e1d3d0e1c1c5a67dc](https://desain-grafiss1.stekom.ac.id/informasi/baca/TEKNIK-CETAK-METODE-PRODUKSIGRAFIKA/6bae87122ce00b61e523513e1d3d0e1c1c5a67dc)