

PERANCANGAN ZINE MENGENAI “SUSTAINABLE FASHION” TERHADAP KONSUMEN DAN PRODUSEN INDUSTRI FASHION DI KOTA BANDUNG

DESIGNING A ZINE ABOUT SUSTAINABLE FASHION FOR CONSUMERS DAN PRODUCERS OF THE FASHION INDUSTRI IN THE CITY OF BANDUNG

Syarifah Sheilla Novira¹, Bambang Melga Suprayogi² dan Riky Azharyandi Siswanto³

^{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*

syarifahsheillanvr@student.telkomuniversity.ac.id bambangmelgab@telkomuniversity.ac.id

rikysiswanto@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Fashion merupakan bagian penting trend dalam berpakaian. Berkembangnya tren fashion yang selalu berubah dan bermunculan dalam waktu yang singkat menyebabkan industri fashion maupun tekstil menjadi overproduction. Produksi industri tekstil yang melambung tinggi berdampak buruk terhadap lingkungan karena dalam proses pembuatannya mulai dari tahap produksi, pemintalan, pencelupan, pewarnaan, dan finishing dapat mengeluarkan emisi karbon dan menjadi limbah beracun. Untuk mengatasi tingginya dampak buruk dari industri tekstil yang overproduction dibutuhkan tindakan dengan menerapkan konsep Sustainable fashion. Dengan menerapkan Sustainable fashion terhadap konsumen maupun produsen dapat menjaga kelestarian bumi. Masyarakat cenderung memproduksi dan membeli pakaian hanya mengikuti tren fashion yang berlangsung tanpa memperhatikan dampaknya. Oleh karena itu, diperlukannya Perancangan Media Informasi Mengenai “SUSTAINABLE FASHION”. Dengan menggunakan metode penelitian seperti wawancara, kuisisioner, studi Pustaka dan observasi dalam mengumpulkan data. Referensi teori yang di ambil untuk kebutuhan penelitian ini yaitu kutipan dari para ahli seperti Sugiyono, Soewardikoen dan beberapa seperti buku Layout, Dasar & Penerapannya karya Rustan Surianto. Hasil dari pengumpulan data yang dilakukan membuktikan masih banyak produsen dan konsumen Kota Bandung yang masih kurang edukasi mengenai sustainable fashion. Diharapkan media edukasi mengenai Sustainable fashion dapat memberikan informasi mengenai bagaimana menerapkan konsep Sustainable fashion dan dampak buruk apabila overproduction dan konsumtif di industri fashion.

Kata kunci: Sustainable fashion, industri fashion, tekstil

Abstract: Fashion is an essential part of clothing trends. The development of ever-changing fashion trends that emerge rapidly has led to overproduction in the fashion and textile industries. The soaring production of textile industries has a detrimental impact on the environment because the production process, from spinning, dyeing, coloring, and finishing, emits carbon emissions and generates toxic waste. To address the significant negative impact of overproduction in the textile industry, action is needed by implementing the concept of Sustainable Fashion. By applying Sustainable Fashion, both consumers and producers can contribute to preserving the Earth. Society tends to produce and purchase clothing solely based on ongoing fashion trends, often overlooking their consequences. Therefore, there is a need for the design of informative media regarding "SUSTAINABLE FASHION." This can be achieved through research methods such as interviews, questionnaires, literature reviews, and observations to gather data. The theoretical references for this research include quotes from experts

like Sugiyono, Soewardikoen, and sources such as the book "Layout, Basics & Applications" by Rustan Suriyanto. The results obtained from data collection demonstrate that many producers and consumers in Bandung City still lack education about sustainable fashion. It is hoped that educational media about Sustainable Fashion can provide information on how to apply the concept of Sustainable Fashion and the negative consequences of overproduction and consumerism in the fashion industry.

Keywords: Sustainable Fashion, fashion industry, textiles.

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan zaman yang semakin modern, pakaian tidak hanya berperan sebagai kebutuhan utama, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup dan penentu status sosial. Hal ini disebabkan oleh tingginya konsumerisme dalam masyarakat. Fashion menjadi elemen penting dalam gaya berpakaian dan tren. Berdasarkan Italian Fashion School (2022), industri tekstil mulai muncul di Indonesia pada tahun 1950-an, memperkenalkan dunia fashion dan gaya. Pada tahun 1950-an, fashion di Indonesia masih dipengaruhi oleh gaya Eropa dan Asia, terutama setelah berakhirnya Perang Dunia II. Seiring waktu, tren fashion di Indonesia terus berkembang, dengan munculnya para desainer pada tahun 1980-an.

Dalam beberapa tahun terakhir, tren fashion di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat, didorong oleh para desainer kreatif, perekonomian yang stabil, dan perkembangan sektor ritel. Salah satu kota yang mengalami perkembangan fashion yang signifikan adalah Bandung di Jawa Barat. Industri fashion di Kota Bandung mencakup berbagai jenis usaha seperti distro, toko pakaian, factory outlet, dan produsen pakaian. Factory outlet di Bandung tersebar dari Jalan I.R Juanda hingga Jalan R.E. Marthadinata. Selain itu, kawasan industri tekstil juga terdapat di daerah Cigondewah, menjadi pusat perdagangan kain sejak tahun 1997.

Namun, perkembangan pesat industri fashion ini juga mengakibatkan peningkatan limbah tekstil. Limbah tekstil merupakan salah satu penyebab pencemaran air terparah di dunia setelah limbah industri. Indonesia menghasilkan jumlah limbah tekstil yang signifikan, sekitar 1 juta ton per tahun, dari total produksi pakaian sekitar 33 juta ton. Limbah ini sering dibuang ke lingkungan tanpa pengelolaan yang baik, menciptakan masalah lingkungan yang serius. Industri fashion juga menyebabkan 20% pencemaran air bersih dan 10% emisi karbon secara global, yang diperkirakan akan meningkat hingga 50% pada tahun 2030. Pencemaran air ini terjadi karena beberapa industri tekstil membuang limbah cair dari proses pembuatan bahan tekstil langsung ke sungai tanpa pengolahan.

Limbah tekstil dari industri fashion dapat merusak ekosistem perairan dan mengancam kehidupan biota, juga menyebabkan pencemaran air dan tanah. Pengembangan teknologi yang cepat dan tren fashion yang terus berubah dalam mode cepat (fast fashion) menjadi penyebab utama peningkatan limbah tekstil di Indonesia. Tren fast fashion didukung oleh industri fashion yang memproduksi produk dengan harga murah untuk memenuhi permintaan pasar, yang mengakibatkan overproduksi dan overkonsumsi. Tren fast fashion ini juga dipercepat oleh media sosial seperti TikTok, Shopee, dan Instagram. Tren ini membuat produsen bersaing untuk memproduksi pakaian sesuai tren tanpa mempertimbangkan dampak limbah pakaian. Tingginya produksi pakaian juga berdampak besar terhadap lingkungan, dengan emisi karbon dari industri pakaian lebih besar daripada emisi dari industri penerbangan dan pengiriman. Karena itu, penting untuk mengedukasi konsumen dan produsen tentang dampak lingkungan dari industri pakaian.

Solusi untuk mengurangi dampak lingkungan industri pakaian meliputi peningkatan efisiensi energi, penggunaan bahan ramah lingkungan, pengurangan limbah, memperpanjang masa pakai pakaian, dan perbaikan pengelolaan limbah dan pengolahan air. Konsumen juga dapat berperan dengan memilih produk yang ramah lingkungan dan mendukung merek yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, yaitu konsep Sustainable fashion. Konsep ini bertujuan untuk menghasilkan pakaian yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Edukasi mengenai Sustainable fashion sangat penting, terutama bagi kalangan remaja yang cenderung mudah terpengaruh oleh tren fast fashion dan perilaku konsumerisme. Edukasi ini juga akan membantu menjaga kelestarian bumi dengan menyebarkan informasi tentang cara bijak dalam memproduksi dan mengkonsumsi pakaian.

Sayangnya, informasi tentang Sustainable fashion masih jarang ditemukan dalam media cetak. Sebagian besar informasi ini disampaikan melalui artikel dan media sosial. Untuk mengedukasi tentang Sustainable fashion, media cetak yang mudah diakses dan biaya yang minimal dapat digunakan. Penelitian ini, berjudul "Perancangan media informasi mengenai Sustainable fashion terhadap konsumen dan produsen fashion," bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang Sustainable fashion kepada konsumen dan produsen fashion yang terpengaruh oleh tren fast fashion. Edukasi ini akan dilakukan melalui desain grafis yang menarik dan mengikuti tren agar dapat menarik perhatian pembaca. Tujuan

perancangan ini yaitu merancang media informasi mengenai Sustainable fashion agar masyarakat mendapatkan edukasi mengenai Sustainable fashion, dampak industri fashion, dan bagaimana cara menerapkan Sustainable sehingga dapat mengurangi dampak buruk dari industry fashion.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan berbagai metode pengumpulan dan analisis data. Salah satunya yaitu, Observasi. Observasi melibatkan pengamatan langsung terhadap objek atau situasi tanpa interaksi langsung dengan orang. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan di dua toko yaitu Restory (menerapkan sustainable fashion) dan Pass The Trend (brand fast fashion) di Kota Bandung. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang praktik berkelanjutan dan tren fast fashion. Selain itu penelitian ini melakukan wawancara melibatkan pertemuan antara peneliti dan narasumber untuk bertukar informasi melalui tanya jawab. Narasumber dalam penelitian ini meliputi pemilik Restory Store yaitu Ullmann Aleksandria dan Helen Simareyes. Hasil wawancara yang didapati yaitu mengungkapkan bahwa toko Restory Store memiliki konsep "Reworked, recycle, dan reused" pada produknya. Toko ini memanfaatkan limbah pakaian bekas untuk membuat produk baru, seperti menggunakan kain dan benang dari pakaian bekas. Restory Store bertujuan mengedukasi konsumen tentang pentingnya gaya hidup berkelanjutan. Mereka menciptakan produk yang mengikuti tren mode tanpa menggunakan bahan baru, sehingga dapat mengurangi biaya produksi dan dampak lingkungan. Salah satu tantangan utama adalah stigma bahwa menggunakan pakaian bekas adalah hal yang memalukan. Oleh karena itu, edukasi kepada konsumen tentang manfaat Sustainable fashion sangat penting. Selain itu, terdapat narasumber kedua yaitu pendiri sustainableindonesia Lena Karolina. Lena Karolina menyampaikan bahwa masyarakat masih kurang teredukasi mengenai Sustainable fashion karena saat ini fast fashion merajalela di platform media sosial yang membuat para masyarakat antusias membeli dengan barang murah tapi secara kualitas tidak bisa jangka panjang. Untuk narasumber ke tiga yaitu ahli desain Dhany Zuhri yang merupakan co-founder design bureau. Pada wawancara Bersama ahli desain ini membantu penyusunan desain yang benar dalam zine. Metode wawancara ini membantu dalam memperoleh pandangan

langsung dari mereka yang terlibat dalam praktik berkelanjutan dan industri fashion. Selain itu, Metode kuisisioner melibatkan penyampaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner dijalankan melalui platform Google Forms dan disebar kepada 90 responden berusia 20-25 tahun di Kota Bandung. Tujuan dari kuisisioner adalah untuk mendapatkan pandangan mereka tentang Sustainable fashion dan perilaku konsumsi pakaian. Kesimpulan dari hasil kuisisioner untuk memenuhi data penelitian yaitu masih banyak masyarakat yang perlu diberikan edukasi mengenai sustainable fashion karena beberapa masyarakat masih awam mengenai konsep sustainable fashion, dampak apa saja yang ditimbulkan apabila tidak menerapkan sustainable fashion. Selain itu, masih banyak masyarakat yang terpengaruhi tren fast fashion tanpa memperdulikan aspek keberlanjutan pakaian. Oleh karena itu, dibutuhkan media edukasi untuk konsumen maupun produsen industry fashion mengenai sustainable fashion. Studi Pustaka yang dilakukan dengan pengumpulan informasi dari sumber-sumber seperti buku atau jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Studi ini dilakukan untuk memperkaya data yang diperoleh dari metode lainnya dan memastikan validitas informasi. Buku-buku yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini adalah buku tentang desain grafis, komunikasi visual, dan sistem informasi. Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan metode Matriks Perbandingan dan analisis SWOT. Matriks Perbandingan adalah bentuk matriks yang membandingkan dua dimensi berbeda, seperti konsep di atas kumpulan informasi. Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam konteks berkelanjutan vs. fast fashion. Analisis matriks digunakan untuk memetakan informasi ke dalam bentuk matriks yang membandingkan dua atau lebih aspek yang relevan dalam penelitian ini.

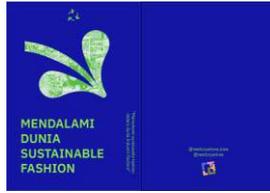
HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan data dan analisis yang ada di bagian sebelumnya, penelitian ini memiliki urgensi yang serius karena masih banyak produsen dan konsumen industry di kota bandung yang masih tidak mengetahui sustainable fashion dan tidak peduli dampak buruk dari overconsuming fashion indutsri . Namun kurangnya media informasi mengenai sustainable fashion membuat edukasi tersebut susah tersampaikan kepada target audience. Oleh karena

itu dibutuhkannya media informasi yang mudah di sebar dan di cetak. Pada penelitian ini memiliki Konsep pesan yang ingin disampaikan pada penelitian ini yaitu pengenalan edukasi mengenai sustainable fashion, yang memaparkan dampak buruk di dunia industry fashion apabila tidak menerapkan praktik sustainable fashion, cara menerapkan praktik sustainable fashion dan informasi mengenai fakta-fakta bahan tekstil di dunia industry fashion. Penyampaian edukasi tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan konsumen dan produsen fashion mengenai sustainable fashion. Oleh karena itu, pembaca dapat memahami bahan tekstil apa saja yang berbahaya untuk Kesehatan dan lingkungan, bahan-bahan berkelanjutan yang dapat digunakan dalam produksi pakaian, isu-isu sosial apa yang timbul dari industry fashion, cara menerapkan praktik sustainable fashion, dan memahami konsep dan prinsip-prinsip dasar sustainable fashion. Konsep kreatif yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada target audiens yaitu dengan menggunakan media Zine karena media Zine yang menyampaikan topik sustainable fashion di Indonesia sangat sulit ditemukan. Perancangan Zine ini menggunakan elemen grafis, ilustrasi, menggunakan konsep retro halftone, menggunakan pewarnaan yang vibrant seperti warna tren fashion saat ini, hal tersebut bertujuan untuk menarik perhatian target audience yaitu konsumen dan produsen fashion. Media Zine ini menggunakan konsep Zine eksperimental yang dimana penulis bebas menggunakan konsep design dan bebas eksplorasi desain di dalam Zine tersebut dengan menggunakan desain yang berbeda di setiap halamannya. Konsep Komunikasi pada Perancangan zine ini menggunakan strategi komunikasi yang digunakan sebagai cara untuk mengetahui bagaimana informasi tersebut dapat menjangkau target audience yang tepat. Metode komunikasi yang digunakan pada perancangan zine yaitu metode AISAS. Metode AISAS adalah sebuah metode yang dibuat untuk menjalankan pendekatan yang efektif terhadap target audiens dengan mempertimbangkan perubahan perilaku yang terjadi, terutama terkait dengan kemajuan teknologi. Attention, guna menarik perhatian target sasaran dengan cara melakukan proses promosi melalui social media dan poster. Informasi mengenai zine sampai ke target audiens. Poster yang di pajang di hallway space dapat mencapai ke target audiens karena hallway space merupakan tempat ruang kreatif anak muda yang berisi aneka ragam produk industry kreatif. Selain itu poster juga di pajang di beberapa coffeshop di kota Bandung. Interest, lalu setelah itu target audiens (para remaja) akan tertarik untuk mengetahui lebih jauh lagi mengenai zine mendalami sustainable fashion

, selanjutnya akan mencari tahu melalui media promosi berupa poster dan media sosial zine sustainable fashion maupun media social pemberi proyek berupa Instagram yang berisi informasi mengenai zine yang akan launching. Search, target sasaran akan mencari informasi lebih lanjut melalui akun yang membagikan info poster tentang zine ini. Action, Target audiens datang ke lokasi untuk mendapatkan zine beserta media pendukung apabila membeli buku zine. Setiap pembelian produk zine mendapatkan QR Pdf file zine. Selain itu, zine juga dapat di beli melalui online. Share, Target audiens akan menyebarkan informasi mengenai zine kepada target audiens lainnya melalui mouth to mouth atau media sosial. Media pendukung yang akan digunakan adalah stiker, gantungan kunci, paper bag dan *thankyou card*. Media utama yang akan dijadikan sarana penyampaian edukasi mengenai sustainable fashion yaitu buku Zine dan e-zine. Media pendukung yang digunakan sebagai sarana informasi mengenai Zine Sustainable Fashion yaitu poster, pensil, *thankyou card*, gantungan kunci, stiker, flyer, x-banner, dan sosial media. Konsep visual dari perancangan zine ini menggunakan metode digital dengan menggunakan beberapa ilustrasi dekoratif dan key visual. Key visual yang digunakan untuk media zine dan media pemasaran ini diambil dari kata "sustainable" dan "Recycle, reuse, reduce" yang akan dibentuk menjadi bentuk grafis yang sederhana. Daun yang dijadikan elemen merupakan representasi dari keberlanjutan dan kelestarian lingkungan. Key visual ini dibuat untuk menarik perhatian audience dan untuk dijadikan pembeda dengan pesaing yang lain. Pemilihan warna yang digunakan untuk perancangan media yaitu menggunakan warna primer yang terdiri dari warna biru electric, Viva Magenta dan hijau merupakan warna tren fashion menurut *pantone color institute*. Untuk penulisan menggunakan jenis font IBM Plex Sans dan Fraunces. Penggunaan font IBM Plex Sans ini digunakan sebagai font utama media zine dan media pendukung karena memiliki tingkat kebacaaan yang tinggi. Sedangkan, penggunaan font Fraunces digunakan sebagai headline untuk media utama dan media pendukung. Font fraunces ini digunakan karena memiliki desain penulisan yang sederhana namun tetap memiliki style penulisan yang tidak kaku.

Berikut ini merupakan hasil perancangan zine mendalami dunia sustainable fashion dan media pendukungnya.



Gambar 1 (sampul depan belakang)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 2 (sampul depan dan halaman awal)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 3 (daftar isi)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 4 (halaman 1 dan 2)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 5 (halaman 3 dan 4)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 6 (halaman 5 dan 6)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 7 (halaman 7 dan 8)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 8 (halaman 9 dan 10)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 9 (halaman 11 dan 12)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 10 (halaman 13 dan 14)
(Sumber : syarifah,2023).



Gambar 11 (halaman 15 dan 16)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 12 (halaman 17 dan 18)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 13 (halaman 19 dan 20)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 14 (halaman 21 dan 22)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 15 (halaman 23 dan 24)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 16 (halaman 25 dan 26)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 17 (halaman 27 dan 28)
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 23 flyer
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 24 gantungan kunci
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 25 Paper Bag
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 26 Stand dan signage
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 27 Stiker
(Sumber : syarifah,2023)



Gambar 28 Pensil
(Sumber : syarifah,2023)

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai “Perancangan Zine Mengenai Sustainable Fashion Terhadap Konsumen Dan Produsen Industri Fashion Di Kota Bandung” maka dapat disimpulkan bahwa masih banyak konsumen dan produsen industry fashion di kota Bandung masih kurang edukasi mengenai sustainable fashion. Konsumen dan produsen industry fashion di Kota Bandung masih banyak yang tidak memperdulikan dampak industry fashion. Selain itu, sampai saat ini media informasi mengenai sustainable fashion masih kurang.

Maka dari itu perancangan ini dibuat untuk menyediakan media informasi mengenai sustainable fashion untuk para konsumen dan produsen industri fashion di kota Bandung agar masyarakat mendapatkan edukasi mengenai Sustainable fashion, dampak industri fashion, dan bagaimana cara menerapkan Sustainable sehingga dapat mengurangi dampak buruk dari industry fashion. Hasil perancangan berupa media zine yang menggunakan design yang eksperimental disetiap halamannya agar dapat menarik perhatian target audiens yang berumur 20-25 tahun. Zine ini dilengkapi dengan media pendukung yang membantu mengkomunikasikan kepada target audiens.

REFERENSI

- Aditya, Dimas Krisna. (2018). Perancangan Media Edukasi Pariwisata Kabupaten Karawang. 231
- Agustina, Maria. (2010). Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi. Yogyakarta.
- Ajidarma, S. G. (2002). Fotografi Antara Dua Subyek: Perbincangan tentang Ada. Yogyakarta: Galang Press.
- Anggraini, S. (2014). Desain Komunikasi Visual. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Cangara, H. (2006). Dasar-Dasar Ilmu Politik. Jakarta: Gramedia.
- Endrayana, Retnasari. (2021) Penerapan Sustainable USTAINABLE Fashion Dan Ethical Fashion Dalam Menghadapi Dampak Negatif Fast Fashion. 1-2.
- Hadi, U. (1993). Memahami Desain Grafis. Katalog Pameran Desain Grafis. LPK Visi Yogyakarta.

Haldani ,Ahmad. Sejarah dan Gaya dalam Fashion, (Bogor: Institue Tekhnologi Bogor,1999),7-8

Haryono, M., Faizal, D., Liamita, C., & Rostika, A. (2018). PENGOLAHAN LIMBAH ZAT WARNA TEKSTIL TERDISPERSI DENGAN METODE ELEKTROFLOTASI. 3(1).

Henninger, C. E., Alevizou, P. J., & Oates, C. J. (2016). What is sustainable fashion?. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 20(4), 400-416.

Indrawati, L. (2017). Pemetaan Sejarah Perkembangan Seni Rupa Modern dan Seni Rupa Kontemporer di Kota Malang. In *Seminar Nasional Seni dan Desain 2017*, pp. 606-614.

Jannah, Mella. (2022). *Desain Grafis Itu Ada Ilmunya*. Yogyakarta.

KBBI. (2023). *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Perancangan*. Diakses melalui <https://kbbi.web.id/rancang-2> pada tanggal 25 April 2023.

Kulsum, U. (2020). Sustainable Fashion as The Early Awakening of the Clothing Industry Post Corona Pandemic. *International Journal of Social Science and Business*, 4(3), 422-429.

Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.

Ladjamudin, A. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Mahendra, H. (2013). *Pengertian dan Jenis-Jenis Fotografi*.

McQuail, D. (1994). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

Merriam-Webster. (2023). *Book*. Diakses melalui <https://www.merriam-webster.com/dictionary/book> pada tanggal 25 April 2023.

Mulyana, D. (2022). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Padang: Remaja Rosdakarya.

Pujaastawa, Ida. 2016. TEKNIK WAWANCARA DAN OBSERVASI UNTUK PENGUMPULAN BAHAN INFORMASI. *Jurnal Antropologi*, 2016:4.

Putra, D. P. (2022). Zine Sebagai Representasi Budaya Perkotaan di Jakarta. *Kartala: Visual Studies*, 2(1).

Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora*, 20(2), 154-161.

Rustan, S. (2009). *Layout*. Jakarta: Gramedia.

Santosa. (2002). *Advertising Guide Book*. Jakarta: Gramedia.

- Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam Desain*. Jakarta: Gramedia.
- Soewardikoen, Didit. (2021). *Metode Penelitian DKV*. 32
- Sudarto, Lailiya. (2020). *Implikasi Trend Fashion Terhadap Perilaku Sosial Calon Pendidik*. 14
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sumarlin, Rully. (2011). *PERANCANGAN PALET WARNA UNTUK ANIMASI PENDEK 2D "APRESIASIMU" DALAM MENINGKATKAN APRESIASI MASYARAKAT TERHADAP DESAIN GRAFIS*. 3
- Supriatin, dkk. (2019). *Pengaruh Citra Kota Bandung Sebagai Kota Fashion Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Wisatawan Di Kota Bandung*. 2-3.
- Surianto, Rustan. (2009). *Layout, Dasar & Penerapannya*.
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Thayyibah, F. N. (2021). *Perancangan Identitas Visual sebagai Media Promosi Sahira Beauty Care Jepara*. Doctoral dissertation. UNISNU Jepara.
- Vardiansyah, D. (2008). *Filsafat Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Indeks.
- Widagdo. (1993). *Desain, Teori, dan Praktek*. *Seni Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni*. BP ISI Yogyakarta, 3(03).
- Zero Waste. (2023). *Apa itu Fesyen Berkelanjutan (Sustainable Fashion)?*. Diakses melalui <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/apa-itu-fesyen-berkelanjutan-sustainable-fashion/> pada tanggal 25 April 2023.