

**PERANCANGAN ZINE MUSIK SEBAGAI MEDIA INFORMASI
UNTUK MENYEBARKAN NILAI KEMANDIRIAN TERHADAP
PELAKU LABEL MUSIK INDEPENDEN**

**DESIGN OF A MUSIC ZINE AS AN INFORMATION MEDIA TO
SPREAD INDEPENDENT VALUES TO INDEPENDENT MUSIC LABEL
PERSONS**

Rafid Fauzi¹, Idhar Resmadi² dan Olivine Alifaprilina Supriadi³

^{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*
rafidfauzi@student.telkomuniversity.ac.id, idharresmadi@telkomuniversity.ac.id, olivinea@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Penelitian ini mengkaji perancangan zine musik sebagai media informasi untuk menyebarkan nilai kemandirian pada pelaku label musik independen. Tantangan yang dihadapi label independen, seperti pendanaan, distribusi, dan persaingan dengan label besar, menjadi fokus utama. Kurangnya informasi mengenai nilai kemandirian dan dukungan untuk musisi juga diidentifikasi sebagai masalah utama. Penelitian ini bertujuan merancang zine musik yang menarik dan bermanfaat bagi pelaku label indie, serta mendapatkan dukungan untuk musisi dan produser independen. Ruang lingkup melibatkan label indie di Jakarta dan ditargetkan kepada audiens usia 18-30 tahun. Penelitian dengan penekanan pada penggunaan media sosial dan pertunjukan langsung sebagai strategi pemasaran yang efektif. Hasil penelitian menggambarkan pentingnya strategi tersebut dalam mempromosikan nilai kemandirian dan membangun relasi dengan penggemar serta pelaku industri. Penelitian ini memberikan panduan praktis bagi industri musik dan menyarankan langkah-langkah konkret untuk mendukung label independen. Selanjutnya, penelitian mendalam dalam sub-kultur label musik independen dapat memberikan wawasan lebih lanjut mengenai dampak media informasi terhadap kesadaran nilai kemandirian dalam industri musik.

Kata kunci: label musik independen, zine musik, kemandirian

Abstract: *This study examines the design of music zines as an informational medium for disseminating the value of independence among practitioners of independent music labels. The challenges faced by independent labels, such as funding, distribution, and competition with major labels, are the main focus. The lack of information about the value of independence and support for musicians is also identified as a key issue. The research*

aims to design engaging and beneficial music zines for indie label practitioners, while also gaining support for independent musicians and producers. The scope involves indie labels in Jakarta and targets an audience aged 18-30 years. The research emphasizes the use of social media and live performances as effective marketing strategies. The research findings illustrate the importance of these strategies in promoting the value of independence and building relationships with fans and industry stakeholders. This study provides practical guidance for the music industry and suggests concrete steps to support independent labels. Furthermore, further in-depth research into the subculture of independent music labels could provide further insights into the impact of informational media on raising awareness about the value of independence in the music industry.

Keywords: *design, information media, independent music label.*

PENDAHULUAN

Label indie atau independen adalah label yang dibentuk oleh individu atau kelompok kecil yang ingin memproduksi dan meminformasikan musik tanpa campur tangan perusahaan besar. Label rekaman independen menawarkan kesempatan kepada musisi untuk membuat dan meminformasikan karya mereka dengan cara yang lebih mandiri dan kreatif. Namun, label rekaman independen seringkali menghadapi tantangan dan masalah lain.

Menurut Michaelangelo Matos (2015:22-23), permasalahan utama yang dihadapi oleh label musik independen atau indie adalah kesulitan dalam mendapatkan pendanaan dan distribusi yang memadai. Banyak label indie harus mengandalkan dana pribadi atau pinjaman dari bank untuk membiayai proyek-proyek mereka, sementara mereka juga harus bersaing dengan label-label besar yang memiliki anggaran pemasaran yang jauh lebih besar. Selain itu, label indie juga sering menghadapi masalah dalam distribusi produk mereka karena mereka tidak memiliki akses ke saluran distribusi yang sama dengan label-label besar. Hal ini membuat label indie harus bergantung pada toko-toko musik independen dan penjualan langsung kepada penggemar mereka. Matos juga mencatat bahwa persaingan di antara label indie yang semakin banyak mengakibatkan label-label tersebut kesulitan untuk membedakan diri mereka dari yang lain, dan seringkali mengalami kesulitan dalam menemukan pangsa pasar yang cukup besar.

Label musik independen selalu dipandang sebagai cara bagi artis untuk mempertahankan kontrol kreatif atas musik mereka dan untuk menghindari kendala perusahaan dari label besar. Di masa-masa awal industri musik, label indie adalah satu-satunya pilihan bagi artis yang ingin merilis musiknya secara mandiri. Namun, seiring perkembangan industri musik, label indie menghadapi persaingan yang semakin ketat.

DASAR TEORI

Media informasi merupakan bagian penting dalam desain komunikasi visual. Menurut Ellen Lupton dan Jennifer Cole Phillips (2014:57), media informasi dapat diartikan sebagai benda yang mengandung informasi, seperti buku, majalah, poster, brosur, dan situs web. Media informasi tersebut memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan dan informasi secara efektif kepada audiens. Berikut ini adalah penjelasan lebih detail mengenai media informasi menurut Ellen Lupton dan Jennifer Cole Phillips. Lupton dan Phillips (2014:58) menjelaskan bahwa media informasi harus memperhatikan tiga elemen penting dalam desain, yaitu: struktur, tata letak, dan visualisasi. Struktur mengacu pada organisasi atau tata susunan informasi dalam media tersebut, tata letak berkaitan dengan penempatan elemen visual dan teks dalam media, serta visualisasi mengacu pada penggunaan elemen visual, seperti warna, bentuk, dan gambar, untuk meningkatkan daya tarik visual dari media tersebut.

Selain itu, Lupton dan Phillips (2014:60) juga menjelaskan bahwa media informasi harus memperhatikan keterbacaan dan pemahaman informasi. Hal ini dapat dicapai melalui penggunaan tipografi yang tepat, seperti pemilihan jenis huruf, ukuran, dan jarak antar huruf dan baris yang sesuai. Penggunaan warna dan kontras yang tepat juga dapat membantu meningkatkan keterbacaan informasi dalam media tersebut. Lupton dan Phillips (2014:64) juga menekankan pentingnya

adaptasi media informasi terhadap kebutuhan audiens. Sebagai contoh, dalam pembuatan buku anak-anak, perlu memperhatikan ukuran huruf dan gambar yang besar dan warna-warni agar mudah dipahami dan menarik bagi anak-anak. Sedangkan dalam pembuatan poster iklan, perlu mempertimbangkan penempatan elemen visual dan teks yang menarik perhatian dan mudah dipahami oleh audiens target.

Secara umum, media informasi memegang peranan penting dalam desain komunikasi visual. Penempatan elemen visual dan tekstual, memilih tipografi yang tepat dan menyesuaikannya dengan kebutuhan audiens adalah hal yang harus diperhatikan saat merancang lingkungan informasi yang efektif.

Zine adalah terbitan independen, biasanya dicetak dalam edisi terbatas menggunakan digital atau cetak offset. Zine sering dibuat oleh individu atau kelompok kecil yang ingin menyampaikan pesan atau membagikan karyanya kepada khalayak yang lebih luas. Selain itu, zine juga sering digunakan sebagai media alternatif untuk menyuarakan suara-suara yang tidak terwakili dalam media massa konvensional. Menurut Teal Triggs (2010:8), zine telah menjadi media populer di masyarakat alternatif sejak tahun 1970-an. Sebuah zine memungkinkan seorang pengarang untuk menghasilkan karya tanpa harus melalui proses seleksi atau ketidakpercayaan yang biasa terjadi di media arus utama. Hal ini memungkinkan zine untuk mengeksplorasi topik yang jarang didengar atau diabaikan di media massa konvensional.

Selain itu, Triggs juga menyebutkan bahwa zine memiliki keunikan dalam tampilan dan desainnya. Zine sering menggunakan teknik pencetakan seperti Xerox atau stensil, memberikan tampilan yang mentah dan unik. Desain Zine juga seringkali dibuat dengan tangan oleh pembuatnya, memberikan kesan yang lebih personal dan autentik. Kisaran zine sangat luas, dan setiap upaya untuk mengategorikan dan menyusunnya segera mengungkapkan kekurangannya. Menurut Stephen Duncombe (1997:15-17) ada beberapa kategori zines yaitu

Fanzine, Fiksi Ilmiah, Musik, Olahraga, Televisi & Film, ETC, Politik, Personal, *Scene Zines*, *Network Zines*, *Fringe Culture*, Religi, Kesehatan, Seks, *Travel*, Comix, Literasi dan *Art Zines*.

Menurut Adi Kusrianto (2007:2), **Desain Komunikasi Visual** adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan untuk mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media dalam menyampaikan pesan atau gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk, gambar, tatanan huruf, komposisi warna, tata letak (layout) agar dapat diterima oleh seseorang atau kelompok yang menjadi sasaran penerimaan pesan. Sedangkan desain komunikasi visual secara umum dapat didefinisikan sebagai proses perencanaan dan pembuatan pesan visual dengan tujuan menyampaikan informasi atau ide secara efektif kepada publik melalui sarana visual seperti grafik, tipografi, fotografi, ilustrasi dan animasi. Desain komunikasi visual merupakan sebuah disiplin ilmu yang mencakup keterampilan dalam merancang pesan visual, memilih media yang tepat dan memilih elemen visual yang efektif untuk mencapai tujuan desain yang diinginkan.

Sejarah desain komunikasi visual dapat ditelusuri kembali ke zaman kuno ketika orang menggunakan simbol dan gambar untuk berkomunikasi. Namun, Desain Komunikasi Visual baru berkembang sebagai disiplin modern pada awal abad ke-20. Pada tahun 1920-an dan 1930-an, banyak seniman dan desainer grafis di Eropa mulai menggunakan elemen visual seperti bentuk, warna, dan tipografi untuk membuat karya grafis yang menyampaikan pesan fungsional dan efektif. Gerakan Bauhaus Jerman dan De Stijl Belanda menjadi inspirasi perkembangan desain komunikasi visual modern.

Bagian ini membahas fungsi dasar desain komunikasi visual, yang melibatkan tidak hanya penciptaan pesan visual yang estetis tetapi juga memiliki peran yang jelas dan efektif dalam penyampaian pesan. Dalam hal ini, desain komunikasi visual memiliki lima fungsi utama, seperti memberikan informasi

dengan jelas dan mudah dipahami, memotivasi untuk tindakan tertentu, membangun citra dan branding produk atau layanan, memperkuat pesan melalui elemen visual yang relevan, dan meningkatkan pemahaman terhadap topik atau informasi dengan pengemasan visual yang menarik dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran, sesuai dengan penjelasan oleh Adi Kusrianto (2007).

Don Norman (2004:30) menekankan bahwa desain harus memprioritaskan kebutuhan dan keinginan pengguna serta memastikan produk mudah digunakan dan memecahkan masalah pengguna. Desain yang baik mempertimbangkan fungsionalitas, bentuk, dan pengalaman pengguna. Norman berpendapat bahwa desain bukan hanya tentang estetika, tetapi juga menekankan pengalaman pengguna yang memuaskan. Di sisi lain, Dieter Rams (1995:50) mengemukakan sepuluh prinsip desain yang meliputi kejelasan, kebersihan, keterbacaan, keakraban, kesederhanaan, kegunaan, kesesuaian, keandalan, keberlanjutan, dan estetika sebagai dasar desain produk atau layanan yang fungsional, berkelanjutan, dan estetis. Dari perspektif Norman dan Rams, desain yang baik tidak hanya memperhatikan fungsionalitas, bentuk, dan pengalaman pengguna, tetapi juga mengakomodasi kebutuhan dan keinginan pengguna serta menerapkan prinsip-prinsip desain yang mendukung karya fungsional, tahan lama, dan visual menarik.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang meliputi: kurangnya ketersediaan media informasi mengenai label musik independen, kekurangan fasilitas dan dukungan bagi musisi serta produser musik yang beroperasi sebagai label musik independen, serta minimnya pemahaman mengenai pentingnya nilai kemandirian bagi para pelaku dalam industri label musik independen.

Dalam konteks identifikasi masalah, berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi. Pertama, kurangnya ketersediaan media informasi yang membahas nilai kemandirian bagi pelaku label musik independen. Kedua, terdapat kekurangan fasilitas dan dukungan bagi musisi dan produser musik yang berperan sebagai pelaku label musik independen.

Dengan dasar identifikasi masalah tersebut, rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut: "Bagaimana merancang media informasi yang tepat, menarik, dan bermanfaat untuk menyebarkan nilai kemandirian kepada pelaku label musik independen, sehingga mudah diakses dan diketahui oleh masyarakat luas?"

Ruang lingkup penelitian didefinisikan sebagai berikut: Perancangan media informasi bertujuan meningkatkan informasi dan kesadaran terhadap pelaku label musik indie. Penelitian akan memusatkan perhatian pada perancangan media informasi untuk meningkatkan informasi dan kesadaran terhadap pelaku label musik indie. Target audiens dari perancangan media informasi ini adalah anak muda dan dewasa dengan rentang usia 18 hingga 30 tahun, yang telah aktif dalam dunia label musik independen. Penelitian akan dilaksanakan di lingkup label musik independen di Jakarta, dan waktu pelaksanaan pengumpulan data dan penelitian perancangan media akan berlangsung dari bulan Maret hingga Juni 2023.

Tujuan dari penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut: Pertama, merancang media informasi alternatif melalui zine musik yang tepat, menarik, dan bermanfaat bagi para pelaku label musik independen. Kedua, memperoleh fasilitas dan dukungan bagi musisi dan produser musik, serta menerapkan nilai kemandirian dalam distribusi dan kontribusi sebagai pelaku label musik independen. Dengan tujuan ini, penelitian ini bertujuan untuk mengatasi masalah yang diidentifikasi dan mendukung perkembangan pelaku label musik independen melalui media informasi yang efektif dan relevan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini akan melibatkan beberapa metode dan riset guna memastikan akurasi informasi serta pencapaian tujuan penelitian. Langkah-langkah metode pengumpulan data yang akan dijalankan mencakup: Pertama, observasi, yang mengharuskan peneliti terlibat dalam situasi terkait dan mencatat peristiwa yang diamati, seperti mengamati langsung melalui media informasi terkait pelaku label musik independen. Kedua, wawancara, di mana peneliti akan berinteraksi dengan responden melalui pertanyaan terstruktur atau tidak terstruktur untuk mendapatkan informasi yang diperlukan, contohnya melalui wawancara langsung dengan pelaku label musik independen. Ketiga, studi pustaka, yang melibatkan identifikasi, evaluasi, dan sintesis sumber-sumber tertulis seperti artikel, jurnal penelitian, dan media pendukung lainnya, guna memperoleh informasi yang relevan dalam proses perancangan media informasi mengenai label musik independen. Dalam konteks penelitian, metode analisis matriks, mengacu pada pendekatan yang diuraikan oleh Guest, MacQueen, dan Namey (2012), berfungsi sebagai teknik pengorganisasian data kualitatif dalam format tabel atau matriks untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai tema, kategori, dan konsep yang muncul dari data. Di sisi lain, metode analisis deskriptif, sebagaimana yang didefinisikan oleh Arikunto (2013), melibatkan pendekatan yang sistematis dan rinci dalam menjelaskan fakta, situasi, atau peristiwa dalam objek penelitian, dengan tujuan memberikan gambaran yang jelas dan terperinci mengenai fenomena yang sedang dipelajari.

HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan fenomena komunikasi informasi terhadap masyarakat mengenai pelaku dan label musik independen, penulis bermaksud merancang media informasi yang bertujuan untuk memberikan pandangan yang lebih jelas tentang eksistensi label musik independen serta mengatasi keterbatasan sumber

daya yang dimiliki. Dengan harapan media ini akan memberi manfaat kepada pelaku dan penggemar musik independen, terutama di Indonesia yang memiliki beragam variasi musik namun belum mendapat perhatian yang cukup. Pesan ini bertujuan untuk menginspirasi apresiasi, dukungan, dan pemahaman lebih dalam terhadap peran vital yang dimainkan oleh label indie dalam industri musik. Dengan kata kunci "Eksistensi," "Perjuangan," dan "Otentik," perancangan media informasi ini akan terfokus pada menggambarkan keberadaan, perjalanan, dan keaslian yang unik dari label musik independen.

Konsep yang akan diterapkan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui media zine adalah menggunakan zine musik. Pilihan zine sebagai media komunikasi didasarkan pada fakta bahwa label musik independen dan individu dalam komunitas memiliki afinitas dengan zine sebagai sarana pesan mereka. Zine memungkinkan pesan dan informasi untuk lebih mudah dijangkau oleh masyarakat secara efektif. Dalam bentuk buku zine ini, informasi disampaikan dengan merujuk pada teori yang mendukung perancangan, dengan fokus pada proses karir label musik independen dalam industri musik yang penuh keterbatasan. Zine musik digunakan sebagai jenis zine yang relevan, meliputi ulasan album dan lagu baru, wawancara dengan musisi, artikel sejarah musik, serta tulisan kreatif tentang musik dan sampul karya album. Jenis zine ini menjadi sarana penting untuk mengekspresikan kreativitas, memperluas pengetahuan tentang musik baru, berinteraksi dengan sesama pecinta musik, dan juga berfungsi sebagai sumber informasi dan dokumentasi sejarah musik yang berharga.

Zine akan dirancang dengan mengadopsi metode komunikasi AIDA (Attention, Interest, Desire, Action). Menurut Lewis (1898:27), konsep AIDA meliputi empat langkah penting dalam komunikasi yang melibatkan perhatian, minat, keinginan, dan tindakan. Dalam pembuatan zine ini, pendekatan AIDA akan digunakan untuk menciptakan efek yang diinginkan pada calon pembaca. Langkah pertama, "Attention," akan diwujudkan melalui strategi pemasangan poster dan

x-banner pada acara musik, kafe, kedai, dan media sosial yang mudah dijangkau. Langkah kedua, "Interest," akan ditekankan melalui desain visual dan tata letak menarik yang menyoroti konsep kemandirian label independen, yang dipromosikan melalui poster, media sosial, dan versi elektronik zine. Langkah ketiga, "Desire," akan diupayakan dengan penyampaian informasi komprehensif mengenai label musik independen kepada target audiens, mengarahkan mereka ke zine utama dan dilengkapi dengan stiker pendukung. Akhirnya, langkah keempat, "Action," akan mendorong pembaca untuk mendapatkan zine dan media pendukungnya, serta menerapkan nilai-nilai kemandirian dalam aspek distribusi dan produksi musik, yang ditekankan melalui penjelajahan variasi aliran musik masing-masing dalam zine sebagai panduan mereka.

Dalam perancangan media informasi melalui buku zine cetak, diterapkan konsep visual yang dipandu oleh temuan studi literatur yang terkumpul. Konsep ini menekankan elemen grafis seperti tata letak dan aset visual, termasuk fotografi, dengan tujuan mengkomunikasikan nilai kemandirian dan membangun atmosfer yang ramah seperti dalam komunitas atau sub-kultur label musik independen. Palet warna yang terdiri dari biru dan merah dipilih untuk melambangkan independensi dan keberanian dalam bermusik. Tipografi yang digunakan adalah huruf Sans Serif untuk memberikan ketegasan dan keterbacaan yang baik, ditambah dengan jenis tipografi lainnya seperti Dekoratif, Handwriting, dan Bold untuk menambahkan variasi. Fotografi digunakan sebagai aset visual, dengan penambahan efek Halftone Pattern yang khas dalam zine. Teknik layout asimetris dan simetris digunakan untuk menciptakan variasi dalam tata letak zine. Teknik cetak yang digunakan adalah cetak offset untuk menghasilkan warna full block yang tahan lama dalam jangka panjang. Semua elemen ini bekerja bersama untuk menciptakan zine yang komunikatif dan estetis, mengangkat nilai-nilai kemandirian dalam dunia label musik independen.

Dalam distribusi media utama dan pendukung, konsep bisnis menjadi data penting untuk mengatur anggaran produksi dan memilih kualitas produk media. Rincian biaya produksi mencakup berbagai elemen seperti Zine dengan isi buku menggunakan Book Paper A3 90gr dan cover buku Mohawk Loop Unxwell 298gr, tanpa laminasi dan jilid steples dengan biaya Rp70.000,00. Poster dengan Art Paper 260gr A3 x3, laminasi doff dingin sebesar Rp52.500,00. Stiker menggunakan Vinyl Doff A3 x3 dengan laminasi doff dingin dan Kiss Cut, biaya Rp90.000,00. Banner dengan bahan Flexy Korea China 410 gr 1,5m dan laminasi doff seharga Rp100.000,00. Tote Bag dari bahan Canvas dengan cetak DTF, biaya Rp30.000,00. Total biaya produksi adalah Rp342.500,00. Selain itu, ada juga rincian biaya lainnya, seperti Paket Zines yang mencakup Buku, Tote Bag, Stiker, dan Poster seharga Rp125.000,00, biaya Booth Pameran sebesar Rp100.000,00, dan biaya Iklan Sosial Media Instagram sejumlah Rp95.000,00, dengan total biaya sebesar Rp320.000,00.



Gambar 1 Media Utama Zine
Sumber: Fauzi, Rafid 2023
sumber: dokumen pribadi



Gambar 2 Sticker

Sumber: Fauzi, Rafid 2023

sumber: dokumen pribadi



Gambar 3 Totebag

Sumber: Fauzi, Rafid 2023

sumber: dokumen pribadi



Gambar 4 X-Banner

Sumber: Fauzi, Rafid 2023

sumber: dokumen pribadi





Gambar 5 Poster
Sumber: Fauzi, Rafid 2023
sumber: dokumen pribadi



Gambar 6 Media Sosial
Sumber: Fauzi, Rafid 2023
sumber: dokumen pribadi

KESIMPULAN

Dalam merancang media informasi zine musik untuk menyebarkan nilai kemandirian kepada pelaku label musik independen, beberapa tantangan dan solusi penting dapat diidentifikasi. Pertama, ada kekurangan dalam media informasi yang mampu menggali lebih dalam mengenai esensi kemandirian bagi para pelaku label musik independen. Kedua, media cetak telah membuktikan keefektifannya sebagai alat pemasaran dan periklanan, yang memungkinkan terjalinnya hubungan yang lebih erat antara pelaku label dan audiens melalui zine musik. Ketiga, melalui pendekatan media yang terstruktur dengan baik, label-label independen mampu meningkatkan pemahaman publik akan keunikan serta nilai kemandirian yang mereka usung dalam industri musik.

Dengan menerapkan pendekatan yang tepat, label musik independen dapat terus mengembangkan nilai kemandirian ini dalam kontribusi dan distribusi mereka. Dengan begitu, mereka memiliki potensi yang signifikan untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi dan terus memainkan peran krusial dalam keberlanjutan industri musik. Dengan zine musik sebagai media informasi yang kuat, pelaku label independen dapat mengartikulasikan pesan-pesan kemandirian mereka dengan lebih baik kepada khalayak, membangun kesadaran yang lebih besar, dan pada akhirnya memperkuat fondasi industri yang beragam dan dinamis ini.

Dalam pengembangan media informasi mengenai label musik independen, praktisi di industri musik perlu mengambil tindakan konkret guna mendukung nilai kemandirian para pelaku label. Pertama, mereka perlu memberikan dukungan finansial dan distribusi melalui pendekatan seperti pendanaan kolaboratif atau kemitraan dengan lembaga keuangan. Selanjutnya, praktisi dapat mengadakan lokakarya atau pelatihan untuk memperdalam pemahaman pelaku label mengenai strategi pemasaran digital dan media sosial. Kerjasama dengan lembaga pendidikan atau komunitas juga dapat memperluas akses pada pengetahuan dan sumber daya yang dibutuhkan oleh pelaku label independen.

Dalam aspek akademis, penelitian lebih lanjut mengenai label musik independen, terutama dalam ranah sub-kultur, akan sangat bernilai. Peneliti bisa melakukan studi mendalam dengan berpartisipasi langsung dalam komunitas label independen atau bekerja sama dengan pelaku industri ini. Pendekatan wawancara mendalam dengan pelaku label dapat memberikan wawasan mendalam mengenai tantangan, kebutuhan, dan potensi dalam industri ini. Selain itu, penelitian dapat mengevaluasi dampak dari media informasi yang dirancang terhadap kesadaran akan nilai kemandirian di masyarakat dan industri musik secara keseluruhan. Dalam konteks pendidikan, perguruan tinggi dapat menyisipkan materi tentang

label musik independen dalam kurikulum sehingga mahasiswa dapat memahami serta menghargai kontribusi serta peran penting yang dimainkan oleh label independen dalam evolusi musik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, Ansal. 1995. *The Manual of Photography*. London: Focal Press
- Adi, Kusrianto. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Buckle, B. (2022, March 29). *Pioneering Dance Music Labels Celebrated In New Zine Collection*. Mixmag. Diakses pada tanggal 13 Mei, 2023, dari <https://mixmag.net/read/pioneering-dance-music-labels-celebrated-in-new-zine-collection-news/>
- Bull, David. 2010. *The Art of Printing*. London: Thames & Hudson
- Bringhurst, Robert. 2004. *The Elements of Typographic Style*. Vancouver: Hartley & Marks Publishers.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Duncombe, Stephen. 1997. *Notes from Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture*. Bloomington: Microcosm Publishing
- E. J. Tisdell dan Merriam, S. B. (2016). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. San Fransisco: Jossey-Bass.
- Founder, S. (2022, May 12). *Vintage Record Collectors Will Love This Poppy Indonesian Music Zine*. PRINT. Diakses pada tanggal 13 Mei, 2023, dari <https://www.printmag.com/publication-design/vintage-record-collectors-will-love-this-poppy-indonesian-music-zine/>

- Guest, Greg, Kathleen MacQueen, dan Emily Namey. 2012. *Applied Thematic Analysis*. USA: SAGE Publications.
- Harvard, Joe. 2004. *The Velvet Underground and Nico*. New York: Continuum.
- Lester, Paul Martin. 2011. *Visual Communication: Images with Messages*. Boston: Wadsworth.
- Lewis, E. S. E. (1898). *The Anatomy Of Advertising*. New York: Printers' Ink.
- Lupton, Ellen. 2010. *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. New York: Princeton Architectural Press.
- Lupton, Ellen, & Phillips, Jennifer Cole. 2014. *Graphic Design: The New Basics (2nd ed.)*. New York: Princeton Architectural Press.
- Margolis, Stephen H. (1979). *The Art of the Print: A History of Prints, Drawings, and Techniques*. New York: Harry N. Abrams
- Matos, Michaelangelo. 2015. *The Underground Is Massive: How Electronic Dance Music Conquered America*. New York: Dey Street Books
- Mayer, R. E. (2016). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Norman, D. A. (2005). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. USA: Basic Books.
- Rams, Dieter. 2015. *Less but better: The design ethos of Dieter Rams*. Jerman: Braun.
- Resmadi, Idhar. 2008. *Music Records Indie Label: Cara Membuat Label Independen!*. Bandung: DAR! Mizan
- Resmadi, I., Bastari, R. P., & Prahara, G. A. (2020). Analisis Strategi media komunikasi visual label Rekaman Independen Di Era Digital. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 5(2), 212. <https://doi.org/10.25124/demandia.v5i2.2742>
- Samara, Timothy. 2005. *Making and Breaking the Grid*. USA: Rockport Publishers.

Tondreau, Beth. 2019. Layout Essentials: 100 Design Principles for Using Grids.

New York: Rockport Publishers.

Triggs, Teal. 2010. Fanzines. London: Thames & Hudson

Williams, Robin. 1994. The Non-Designer's Design Book: Design and Typographic Principles for the Visual Novice. USA: Peachpit Press.

