

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Musik *Indie*

Menurut penelitian dari Dewi, Lesmana, dan Wijayanti (2020), istilah “*indie*” dijelaskan berasal dari kata *independent* yang bermakna mandiri dan bebas dalam berkarya. Pemaknaan ini juga bisa terlihat dalam praktik musik *indie*, di mana musisi menjalankan proses produksi dan distribusi tanpa ketergantungan pada label besar dengan etika *do it yourself*. Selain itu, sesuai dengan penjelasan dari Putra dan Irwansyah (2021), praktik ini juga berkembang tidak hanya sebagai model produksi, tetapi juga sebagai praktik kultural yang menekankan otonomi kreatif, semangat *do it yourself*, serta keterikatan yang kuat pada komunitas.

2.1.1 Jenis Musik *Indie*

Menurut Rayos (2025), musik *indie* sendiri, memiliki jenis-jenisnya tersendiri yang dibagi sesuai dengan genre musik spesifik. Subgenre tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Indie Rock*

Didefinisikan sebagai *subgenre* musik *indie* yang terinspirasi dari pergerakan *punk rock* di era 70-an. *Indie rock* dikenali dengan suara gitar yang *grungy*, tempo yang *upbeat* dengan kualitas recording mentah dengan lagu-lagu bertema komentar sosial. Contoh beberapa musisi paling terkenal yang berkategori *indie rock* adalah The Strokes, Weezer dan The White Stripes.

2. *Indie Pop*

Rayos mendefinisikan *indie pop* sebagai *subgenre* dari musik *indie* yang memiliki unsur lagu pop namun dengan melodi yang unik dan lirik lagu yang terkesan *relatable*. Contoh musisi terkenal yang bergenre indie pop adalah The Marias, Wallows dan Beabadoobee.

3. *Indie Hip Hop*

Subgenre ini didefinisikan sebagai *subgenre* musik *indie* yang dibuat dengan mempertahankan nilai ekonomi dan kreatifnya dengan kualitas suara yang dianggap lebih autentik dibanding dengan produksi label besar. Contoh musisi *indie hip hop* yang paling terkenal adalah *MF Doom*, *Brockhampton* dan *Dalek*.

4. *Indie Electronic*

Indie electronic merupakan *subgenre* musik *indie* yang menggabungkan produksi khas musik *indie* yang kasar dan mentah dengan produksi elektronik yang memiliki suara dan ritme futuristik. Contoh musisi dalam *subgenre* ini yang terkenal adalah *Passion Pit*, *LCD Soundsystem* dan *M83*.

5. *Indie Folk*

Rayos mendefinisikan *indie folk* sebagai *subgenre* yang menggabungkan unsur-unsur musik *folk* yang memiliki ciri khas penggunaan instrumen akustik, lirik yang bercerita dan bertema tentang hal-hal seperti alam dan pengalaman manusia. Contoh musisi pada *genre* ini adalah seperti *Danilla* dan *Banda Neira* serta dengan *Fourtwnty* dan *Sal Priadi*.

6. *Indie Blues*

Rayos menjelaskan bahwa *subgenre* ini menggunakan ciri khas musik blues seperti gitar elektrik dan harmonika dengan tema lagu perjuangan dan ketahanan. Contoh musisi dengan musik yang berbasis pada suara *indie blues* yang terkenal adalah *Larkin Poe*, *Cage The Elephant* dan *The Black Keys*.

7. *Indie R&B*

Indie R&B merupakan *subgenre* musik indie dengan suara yang lebih eksperimental dibanding R&B biasa dengan lirik lagu yang dibuat dengan penuh perasaan untuk memberikan rasa introspektif kepada pendengar. Contoh musisi dari subgenre ini adalah *FKA Twigs*, *Blood Orange* dan *Fana Hues*.

8. *Indie Jazz*

Indie jazz merupakan sebuah subgenre dari musik *indie* yang menggabungkan elemen-elemen dari musik *jazz* dengan produksi yang lebih modern atau melodi dari genre lain sehingga menciptakan suara yang walaupun mirip dengan *jazz* dari era lama namun tetap berasa baru. Contoh dari musisi genre *indie jazz* adalah Kamasi Washington, Robert Glasper dan Nubya Garcia.

9. *Shoegaze*

Shoegaze merupakan subgenre dari musik *indie* yang bercabang dari *indie rock* namun memiliki suara yang lebih experimental dengan banyak penggunaan distorsi, *reverb* dan *delay* pada suara gitar sehingga menciptakan pesan musik yang lebih introspektif dan melankolis. Contoh dari musisi *Shoegaze* adalah Slowdive, My Bloody Valentine dan Nothing.

2.1.2 Nilai dan Estetika

Sesuai dengan penjelasan dari Kaisyan & Kartikasari, (2024), musik *indie* juga membawakan nilai-nilai yang juga menjadi ciri khas terkandung dalam bukan hanya proses pembuatan-nya tetapi juga musik-nya sendiri. Nilai-nilai tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Do-It-Yourself*

Kaisyan & Kartikasari (2024) menjelaskan bahwa dengan *Indie* juga bisa dikenal dengan istilah “*Do-It-Yourself*” yang sering dipendek sebagai “*D.I.Y*” yang bisa diartikan sebagai sebuah gerakan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan atau menciptakan suatu barang sendiri. Hal ini menjelaskan bahwa musisi yang berada dalam jalur *indie* memiliki ideologi yang kuat yang tercipta dari istilah tersebut, karena menggambarkan identitas mereka dalam berkarya melalui konsep “*Do-It-Yourself*” tersebut.

2. Kebebasan Berekspresi

Dijelaskan oleh Kaisyan & Kartikasari (2024), genre musik *indie* menekankan sebuah kebebasan berekspresi dalam proses pembuatan musik yang direpresentasikan melalui lagu-lagunya. Kebebasan

berekspresi ini sering dikatakan tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh label industri musik besar dan dianggap tidak sesuai dengan selera konsumen di pasar. Namun, di Indonesia terjadi sebuah fenomena dimana standar yang ditetapkan oleh label industri musik besar justru terbalik, karena banyak musisi *indie* di Indonesia telah menjadi tren dalam selera musik anak muda terutama Generasi Z pada saat ini.

3. Melawan Arus Utama

Menurut Fawaid (2022), musik *indie* pada dasarnya, berada di luar arus utama atau arus “*mainstream*” yang bisa diartikan sebagai budaya yang dominan dan dianut oleh mayoritas orang. Seperti apa yang dijelaskan sebelumnya, label besar di industri musik lebih ingin melihat keinginan pasar dan menghasilkan musik yang bisa melayani kepada masyarakat yang mayoritas. Hal ini mengakibatkan musisi-musisi yang terikat kepada permintaan label besar dan tuntunan pasar untuk terbatas dalam kreativitasnya. Industri musik *indie* di sisi lain, menjadi sebuah solusi terhadap masalah yang dihadapi oleh industri musik “*mainstream*” dengan tanpa dinaungi oleh label dan , musisi *indie* dapat menambah kreatifitas dalam lagu yang mereka membuat sehingga membuktikan sifatnya yang tidak terpaku pada tuntutan pasar *mainstream* dan lebih digerakkan oleh idelisme dan bukan tuntutan luar.

4. Komunitas

Dalam komunitas musik *indie*, tempat musik *live* yang berukuran kecil seperti konser yang diadakan oleh musisi *Indie* merupakan tempat yang bisa memfasilitasi koneksi sosial dan budaya akar rumput yang karena ruang budaya-nya bersifat “*niche*” bisa membantu membangun keterikatan antara audiens dan artis. Hal ini juga relevan dalam komunitas musik *indie* di Indonesia juga, seperti apa yang dijelaskan oleh Dusa (2024), keberadaan komunitas seperti “*Menace Space*” di Padang berfungsi menjadi sebuah platform yang membantu menjadi wadah untuk interaksi antara musisi dan audiens yang bisa membantu mengembangkan keterampilan artistik dari musisi dan memperluas jaringan kreatif mereka.

2.2 Subkultur Musik

Menurut Kristiano (2019), subkultur pada awalnya lahir sebagai bentuk budaya tandingan atau yang disebut sebagai *counterculture* yang berkembang sebagai respons terhadap dominasi budaya arus utama. Dalam konteks musik, subkultur dapat dipahami sebagai praktik kultural yang dijalankan secara mandiri dengan semangat *do it yourself*, memiliki basis komunitas yang kuat, serta beroperasi di luar orientasi pasar industri arus utama (Haeruddin, 2024). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa subkultur musik yang terinspirasi dari genre tertentu tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ekspresi estetika, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas, nilai, dan solidaritas komunitas (Putra & Irwansyah, 2021). Seiring perkembangannya, subkultur musik telah meluas menjadi berbagai bentuk dan jenis. Selain subkultur musik *indie*, berada juga subkultur musik lain yang tumbuh dari semangat kemandirian dan resistensi terhadap arus utama.

2.2.1 Subkultur *Emo*

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fathallah (2020), Subkultur *emo* merupakan bentuk subkultur musik yang dibangun melalui ekspresi emosional, serta dengan solidaritas komunitas yang ketat, Dimana hal ini bukan sekadar sekumpulan preferensi musik atau mode tertentu. Dalam penelitian ini, beliau juga menghubungi kenaikan subkultur ini dengan kembang popularitas band seperti *My Chemical Romance*, dan *Fall Out Boy* yang turut membangun identitas subkultur ini melalui nilai keterbukaan emosi dan solidaritas komunitas. Hal ini juga tercemin dalam praktik gaya visual komunitas yang tidak terikat pada norma gender konvensional.

2.2.2 Subkultur *Grunge*

Sesuai dengan artikel dari Kompasiana (2023), subkultur musik *grunge* atau yang sering disebut *Seattle Sounds* merupakan subkultur yang muncul dari musik *rock* alternatif yang terlahir di tahun 1980an dan menjadi populer di tahun 1990an dengan munculnya band seperti *Nirvana* yang membuat lagu yang memiliki prinsip dasar yang sama dengan musik *grunge*

yang diciptakan di tahun 1980an yaitu kekecewaan terhadap politik dan sistem sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marino (2021), yang menjelaskan mengenai subkultur *grunge* sebagai fenomena subkultural yang mengandung kritik terhadap budaya populer arus utama serta membentuk identitas dan komunitas penggemarnya.

2.2.3 Subkultur Metal

Terlansir dari artikel yang diterbitkan oleh Liputan6 (2024), Subkultur *metal* terlahir dari musik keberadaan *hard rock* yang muncul sekitar akhir 1960an dengan suara musik yang menggunakan distorsi gitar yang agresif, vocal kuat penampilan musisi yang esentrik dan juga tema lirik yang cukup gelap, satanis dan kontroversial. Namun, sesuai dengan sebuah penelitian yang dilakukan oleh Sutopo dan Lukisworo (2020), praktik subkultur *metal* lebih bergerak untuk menonjolkan nilai autentisitas, independensi, dan menyuarakan opini-nya mengenai isu politik dan sosial.

2.2.4 Subkultur Hip Hop

Sesuai informasi yang dibicarakan pada artikel dari *Columbia School of Social Work* (2023), subkultur musik hip hop muncul sekitar tahun 1960an terlahir oleh komunitas ras afrika-amerika, *afro-caribbean* dan *latino* yang mengalami banyak tantangan seperti narkoba, kekerasan dan kemiskinan yang banyak menjadi tema pada lagu-lagu *hip hop*. Nilai-nilai tersebut diwujudkan melalui elemen budaya *hip hop* seperti kegiatan *DJ*, *breakdance*, *rap*, dan *graffiti* yang telah menjadi sebuah bentuk dari peminat subkultur ini dalam menantang ketidakadilan sosial. Hal-hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (2023) yang menjelaskan fungsi subkultur *hip hop* sebagai bentuk fungsi ekspresi identitas dan juga fungsinya dalam memberikan kritik sosial di luar norma budaya yang dominan atau *mainstream*.

2.2.5 Subkultur Indie

Subkultur *indie* berkembang dari praktik bermusik yang dijalankan secara mandiri dan berlandaskan semangat *do it yourself*, serta beroperasi di luar orientasi industri musik arus utama (Putra & Irwansyah, 2021). Sesuai

dengan data dari penelitian yang dilakukan oleh Hendrastomo dan Septian (2020) pada anak muda yang memiliki ketertarikan pada musik *indie* di Yogyakarta, banyak peminat dari musik *indie* tersebut membuat sebuah identitas dari musik *indie* sendiri seperti mengenakan baju seperti musisi favoritnya. Style fashion tersebut menurut TEG (2024), banyak mengenakan pakaian hasil thrifting untuk menciptakan sebuah penampilan yang mirip dengan penampilan era lema dan tidak konvensional namun penuh rasa autentis dan individualis.

2.3 Generasi Z

Menurut sejumlah penelitian Brown (2020), Generasi Z atau sering disebut sebagai “Gen Z” merupakan generasi yang terlahir dari periode 1995 sampai 2012 dan merupakan generasi yang memiliki ketertarikan kepada teknologi dan lebih terhubung secara online yang merupakan karakteristik yang dominan dimiliki oleh Generasi Z. Namun, tentu-nya Generasi Z memiliki karakteristik lain-nya yang dijelaskan oleh Stillman & Stillman (2018) yang terlampir sebagai berikut:

2.3.1 Karakteristik Generasi Z

Dijelaskan oleh Stillman & Stillman (2018), Generasi Z memiliki karakteristik tertentu yang terlampir sebagai berikut:

1. *Figital*

Figital yang berarti “fisik-digital”. Hal ini dijelaskan oleh Stillman & Stillman (2018) bahwa Generasi Z itu tidak pernah membatasi mengenai aktivitas dan ruang lingkup dunia nyata dan dunia virtual. Dengan adanya perkembangan teknologi yang mempermudah akses kepada hal-hal seperti aplikasi musik yang mana tujuan-nya adalah untuk mencari dan mengikuti musik yang sedang trending di antara kalangan mereka istilah tersebut, karena menggambarkan identitas mereka dalam berkarya melalui konsep “*Do-It-Yourself*” tersebut.

2. *Fear Of Missing Out (FOMO)*

Menurut Deniz (2021), *Fear of Missing Out (FOMO)* merupakan kecemasan sosial di mana individu merasa takut kehilangan pengalaman atau interaksi sosial yang berharga jika tidak terus terhubung atau

mengikuti aktivitas orang lain, terutama dalam konteks media sosial dan interaksi digital. *FOMO* sering dikaitkan dengan kebutuhan untuk terus memantau kegiatan orang lain agar tidak merasa tertinggal atau terlewatkan. Dalam konteks penelitian ini, karakteristik *FOMO* ini dapat menjelaskan mengapa Generasi Z juga memiliki ketertarikan untuk mengerti esensi dari hal yang disukai oleh orang lain sehingga menjadi tetap *up to date* mengenai tren terbaru.

3. Inklusif

Sesuai artikel yang dicetak oleh John Hopkins University (2023), Generasi Z dibandingkan dengan generasi sebelumnya, lebih inklusif dan beragam baik itu hal seperti ras, etnis, kemampuan finansial ataupun seksualitas. Dimana hal seperti *diversity and inclusion* (DEI) merupakan hal yang tidak diperhatikan dulu pada generasi sebelumnya, sekarang adalah sebuah ekspektasi pada Generasi Z dalam sebuah komunitas atau situasi pekerjaan. Dalam konteks penelitian ini, komunitas musik indie membuktikan kecenderungan tersebut dengan menghadirkan ruang alternatif yang lebih cair dan terbuka terhadap perbedaan dengan adanya berbagai macam artis dari berbagai macam latar belakang yang sedang naik daun. Sebuah contoh bisa dilansir dari Bauman (2024) yang menceritakan mengenai skena *indie rock* di America yang banyak memiliki artis dengan latar belakang Asia seperti Harry Teardrop, Juliet Ivy dan James Ivy.

4. Environmentally Conscious

Dilansir dari artikel yang dicetak oleh McKinsey & Co. (2024), Generasi Z memiliki moral yang kuat terhadap isu terkait dengan keberlanjutan lingkungan dicontohkan oleh pegerakan keberlanjutan lingkungan seperti *Global Climate March* yang dipimpin oleh aktivis Generasi Z, Greta Thunberg. Dalam konteks penelitian ini, bisa diketahui bahwa banyak musisi *indie* yang peduli akan lingkungan juga, dilansir dari artikel yang dicetak oleh Now Jakarta (2019), band Batubara Percussion terkenal menggunakan barang seperti plastik, kaleng dan

peralatan dapur untuk membuat musik tetapi juga sebagai cara untuk mempromosikan gaya hidup ramah lingkungan.

5. *Driven*

Generasi Z merupakan generasi yang dianggap realistik dan tidak bermimpi besar. Namun, mereka itu memiliki kemauan untuk membawa sebuah dampak atau perubahan yang bersifat positif dalam lingkungan mereka dengan penggunaan hal seperti media sosial. Dalam konteks koneksi Generasi Z dan musik *indie*, mereka memiliki sebuah upaya untuk membuat *personal branding* melalui selera musik mereka yang menjadi cara pengekspresian diri. Dengan pendekatan ini, mereka dapat menonjolkan identitas dan nilai-nilai mereka yang sekaligus terkoneksi dengan komunitas-komunitas yang memiliki minat yang sama.

2.4 *Webzine*

Sesuai dengan penelitian mengenai media alternatif oleh Akbar (2020), zine merupakan publikasi non-komersial dan independen yang berkembang dalam ranah komunitas sebagai bentuk komunikasi di luar media arus utama. Seiring perkembangan teknologi digital, praktik ini bertransformasi menjadi *webzine*, yaitu publikasi berbasis internet yang tetap mempertahankan karakter zine, seperti orientasi komunitas dan pendekatan yang alternatif.

Di Indonesia, *zine* sudah lama hadir sebagai media alternatif yang digunakan oleh komunitas yang bersifat *underground* atau luar arus *mainstream* untuk membagikan informasi mengenai promosi sebuah musisi independen ataupun informasi tentang liputan konser namun dalam harga yang terjangkau dan swadaya produksi yang terbatas tetapi juga berfungsi sebagai ruang untuk membagikan idealisme yang sering tidak dibagikan oleh media besar. Seiring perkembangan zaman, *zine* cetak mulai berkurang karena keterbatasan biaya produksi dan kemudian bertransformasi ke bentuk digital. Perkembangan ini melahirkan *webzine* sebagai bentuk publikasi digital yang mengadaptasi praktik dan pendekatan penerbitan zine untuk konteks media berbentuk digital, seperti Ronascent yang muncul pada tahun 2012 (Rahma & Mutiah, 2020). Poletti (2018) juga menjelaskan bahwa perkembangan zine di era digital mencakup publikasi

berbasis web, yang memanfaatkan infrastruktur internet untuk distribusi dan akses, sehingga secara teknis dapat dipahami sebagai publikasi yang berjalan di situs web. Sebagai media komunikasi, *webzine* tidak terlepas dari penerapan prinsip desain komunikasi visual untuk memperkuat fungsi dan efektivitas penyampaian pesan.

Menggunakan buku Graphic Design Solutions 6th Edition (2018) karya Robin Landa sebagai acuan, penulis dapat mengertikan mengenai aspek desain komunikasi visual dan beberapa aspek utama yang dapat dijadikan basis pada perancangan ini, hal tersebut dijelaskan sebagai berikut:

2.4.1 *Typography*

Dalam konteks *webzine*, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ribeiro dan Costa (2024), dengan evolusi media cetak yang berubah menjadi digital, desain sebuah tipografi harus disesuaikan dengan platform atau *device* yang digunakan untuk menjaga daya tarik dan keterbacaan, hal ini juga meliputi *webzine* dan *zine*. *Zine* secara historis seringkali memiliki sebuah fleksibilitas dalam penggunaan teks yang tidak konvesional untuk mencerminkan karakter budaya dari komunitas pembuatnya (Kusuma et al., 2022). Oleh karena itu, *webzine* menggabungkan dua metode dalam tipografinya yaitu keterbacaan yang baik dalam konteks media digital dan juga ciri khas eksperimental *zine* yang menjadi identitas visualnya. Untuk jenis tipografi yang paling umum digunakan adalah sebagai berikut (Tidwell et al., 2020):

1. *Sans Serif*

Jenis tipografi *sans serif* tidak memiliki garis tipis pada ujung huruf dengan sebuah tampilan yang terkesan modern dan mudah dibaca. Jenis *typeface* ini juga sering digunakan pada sebuah desain antarmuka. Sesuai dengan perkataan Mcnutt (2021), teks *sans serif* sering digunakan dalam navigasi atau judul sebuah *webzine* untuk mempertahankan aspek non-kovensional dari sebuah *zine*.

Helvetica	Open sans
Acumin	Din Alternate
Futura	Comforta
Fredoka	Acumin Extra Condensed
San Francisco	Lato
Impact	Arial
Tahoma	Gill Sans
Raleway	Verdana

Gambar 2.1 *Font Sans Serif.*

Sumber: Tidwell et al. (2020)

2. *Display*

Typeface ini didefinisikan sebagai jenis huruf ukuran besar, terdiri atas sans serif dan serif yang memiliki keterbacaan yang menurun pada ukuran kecil sehingga jarang diigunakan untuk teks panjang melainkan lebih berfungsi sebagai elemen untuk menonjolkan identitas visual. Dengan sifat *zine* dan *webzine* yang lebih eksperimental, menurut Kusuma et al (2022), *typeface* ini dapat dimanfaatkan sebagai bentuk visual untuk pembaca dapat merasakan nuansa dari kultur atau topik yang sedang dibahas.

Super Clarendon	Raleway Dots
PHOSPHATE	AMATIC
Bevan	Shrikhand
Alfa Slab	MONOTON
Abril	<i>Lobster</i>
Henry Penny	BUNGEE
BARRIO	Fredericka
Erica	<i>Leckerli One</i>

Gambar 2.2 *Font Display.*

Sumber: Tidwell et al. (2020)

2.4.2 Warna

Menggunakan dasar dari *web design*, warna memiliki peran yang penting bukan hanya sebagai elemen estetika namun juga dalam pembentukan identitas sebuah bentuk media. Alotaibi (2025), menjelaskan bahwa skema

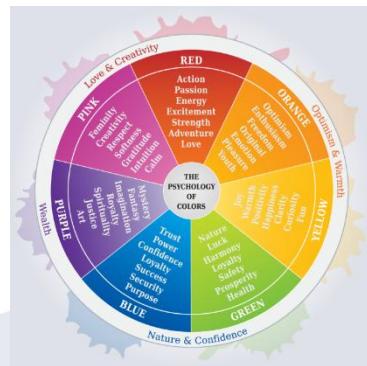
warna dalam desain web memiliki pengaruh yang besar untuk pembaca baik itu dari segi visual maupun pengalaman secara langsung. Hal ini membuktikan bahwa warna merupakan elemen yang penting untuk menciptakan pengalaman dan interaksi yang efektif bagi pengguna atau pembaca.

Sesuai dengan sebuah penelitian dari Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Media Baru (2025), dibuktikan bahwa dalam perancangan visual serta dengan palet warna dipilih secara strategis berdasarkan moodboard dan referensi gaya visual untuk mencapai identitas visual yang konsisten, fleksibel, dan mampu menyampaikan karakter. Dengan melihat konteks *webzine*, penggunaan warna serta visual tidak hanya berfungsi sebagai bentuk estetis, tetapi juga berfungsi dalam memberntuk identitas yang jelas dalam media serta dengan memaksimalisasikan suasana pada konten.

Selain itu, Dengan konteks *zine* dan keterkaitannya dengan *webzine*, sifat eksperimental pada plarform ini seringkali tidak konvensional. Sebagai contoh, penelitian Alfarizy dan Kadarisman (2021), merancang sebuah *zine* menggunakan sistem warna budaya Jawa, yaitu *Mancawarna* dengan tujuan menghadirkan kembali nilai budaya lokal melalui media visual. Dengan ini, bisa dikatakan bahwa *zine* dan juga *webzine* dapat menggunakan warna sebagai ruang ekspresi visual yang berbeda dari media konvensional.

2.4.2.1 Psikologi Warna

Selain hal tersebut, penelitian dari Zahra dan Mansoor (2024) mengenai penggunaan warna dalam sebuah desain interaktif membuktikan bahwa warna memiliki pengaruh dalam emosi, persepsi dan keputusan dari sebuah pengguna platform digital. Berikut ini melalui sebuah artikel yang dibuat oleh Telkom University (2025), menjelaskan mengenai kolerasi antara warna dan emosi. Berikut ini juga merupakan bentuk warna yang akan digunakan dalam perancangan.



Gambar 2.3 Psikologi Warna.

Sumber: <https://www.color-meanings.com/color-psychology-how-colors-affect-your-everyday-life/>

1. Biru

Warna ini sering dikaitan dengan profesionalisme, ketenangan dan kepercayaan. Dalam desain, warna biru sering digunakan oleh perusahaan seperti *facebook* untuk menciptakan hubungan dengan pengguna mereka.

2. Kuning

Warna ini sering terhubung dengan emosi kebahagiaan, energi yang positif dan emosi optimisme. Dengan visualnya yang cerah, warna ini sering digunakan untuk memperlihatkan elemen yang penting atau menyampaikan kesan yang lebih ramah.

3. Hijau

Untuk warna ini, seringkali dilambang oleh pertumbuhan, alam, kesejahteraan, keberlanjutan dan kesehatan. Dengan hal tersebut pada konteks desain, warna hijau sering digunakan oleh perusahaan investasi ataupun oleh bank.

4. Hitam

Dikenal sebagai warna yang elegan, kuat serta misterius. Pada konteks desain, hitam sering berguna pada

desain yang minimalis untuk memberi kesan kemewahan dan sofistikasi serta dengan kesan yang dramatis.

5. Putih

Sering dibanding dengan warna hitam, warna putih melambang kesederhanaan, kemurnian serta kebersihan. Dalam desain, warna ini juga sering berguna dalam desain yang minimalis untuk menciptakan kesan keterbukaan atau *white space* yang berguna untuk membantu elemen visual lainnya lebih mudah dibaca.

2.4.2.2 Skema Warna

Dalam desain komunikasi visual, pemilihan warna yang baik untuk sebuah media interaksi dapat berpengaruh dalam kenyamanan visual dan pengalaman pengguna secara visual (Chantika et al. 2025). Sebuah skema warna yang baik dapat membantu dalam menghasilkan desain yang efektif untuk sebuah audiens (Interaction Design Foundation, 2025). Skema warna tersebut dibagikan menjadi beberapa kategori, namun untuk perancangan ini akan digunakan skema warna sebagai berikut:

1. *Split-Complementary*

Mirip dengan skema warna *complementary*, namun memiliki perbedaan dimana penggunaan warna berada pada salah satu sisi pasangan warna untuk memperhaluskan kontras.



Gambar 2.4 Skema Warna *Split-Complementary*.

Sumber: Interaction Design Foundation (2025)

2. Analogous

Untuk skema warna *analogous* bisa dijelaskan sebagai jenis skema warna dimana desainer dapat mengambil tiga warna bersebelahan untuk menciptakan skema warna untuk satu desain.

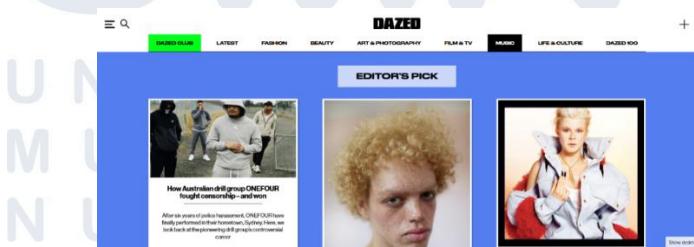


Gambar 2.5 Skema Warna *Analogous*.

Sumber: Interaction Design Foundation (2025)

2.4.2.3 Tren Penggunaan Warna

Sebuah studi yang dilakukan oleh desain komunikasi visual, Erdiana et al. (2023) membuktikan bahwa Generasi Z memiliki preferensi warna dari influensi kultur digital seperti gaya visual *retro-futuristic*, desain yang minimalis dan skema warna yang pastel. Hal ini juga terbukti pada *webzine* kontemporer seperti Dazed Digital yang memiliki gaya visual yang sesuai dengan keperluan dari audiens Generasi Z, dilansir dari artikel Creative Review (2017).



Gambar 2.6 Tampilan *Webzine* Dazed Digital

Sumber: <https://www.dazeddigital.com/music>

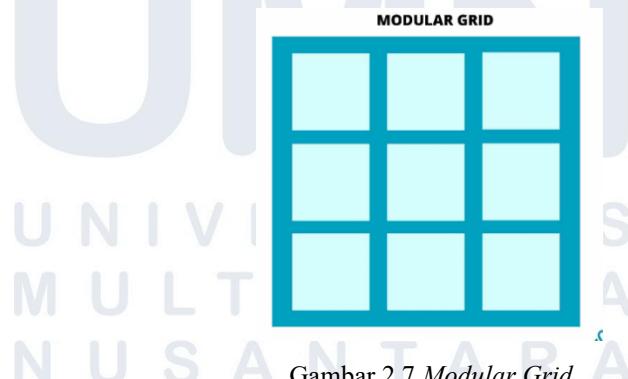
2.4.3 Grid

Sesuai dengan definisi Tondreau (2019), *grid* adalah sebuah kerangka atau panduan yang digunakan dalam pengaturan tata letak atau penyusunan

untuk terlihat terstruktur dan konsisten pada sebuah bentuk komunikasi. Dalam konteks sebuah *zine* dan *webzine*, sesuai dengan penelitian dari Pradana dan Islam (2021), peletakan *grid* bersifat lebih abstrak dimana peletakan foto atau hal lain terlihat acak namun memiliki harmoni dan keseimbangan visual. Hal ini sejalan dengan karakteristik praktik penerbitan independen yang cenderung eksperimental dan memanfaatkan fleksibilitas untuk membuka ruang ekspresi visual yang lebih beragam. Selain itu, sesuai dengan perkataan Harahap (2020), berada empat jenis *grid* yang digunakan pada sebuah *layout*, yaitu sebagai berikut. Dalam perancangan ini, akan digunakan *grid* berikut ini.

2.4.3.1 *Modular Grid*

Didefinisikan sebagai *grid* yang terdiri atas berbagai macam modul dengan pembagian kolom dan baris yang terstruktur. *Grid* ini memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi dalam bentuk tabel serta memperlihatkan konten yang berjumlah banyak dan lebih kompleks dibanding *grid* yang biasa. Pada konteks *webzine*, jenis *grid* ini yang paling sering digunakan alasan keperluan *layout* yang responsif sebagai contoh situs *e-zine* Dazed Digital yang menggunakan sistem *grid* ini untuk lebih banyak menempatkan konten, dilansir dari artikel Creative Review (2017).

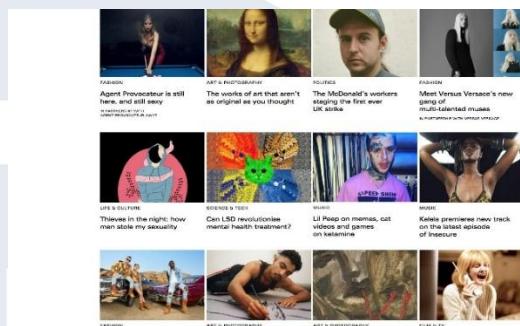


Gambar 2.7 *Modular Grid*

Sumber: <https://dibimbang.id/blog/detail/grid-system-dalam-ui-ux>

2.4.3.2 Penggunaan Modular Grid

Padakonteks *webzine*, jenis grid ini yang paling sering digunakan alasan keperluan *layout* yang responsif sebagai contoh situs *e-zine* Dazed Digital yang menggunakan sistem grid ini untuk lebih banyak menempatkan konten, dilansir dari artikel Creative Review (2017).



Gambar 2.8 Penggunaan *Modular Grid*

Sumber: <https://www.creativereview.co.uk/dazed-website-redesign/>

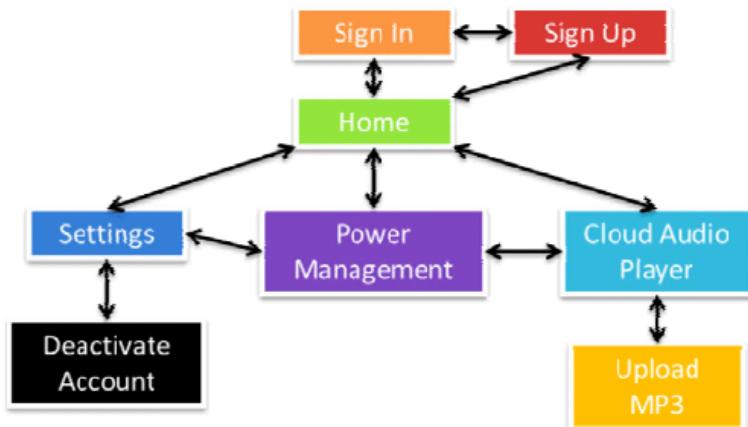
2.5 Interactivity

Webzine termasuk dalam sebuah bentuk media digital, tentunya sebuah bentuk digital memiliki interaktivitas. Hal ini dijelaskan oleh Landa (2018) sebagai tautan, *multimedia* (audio/video), hingga fitur navigasi yang intuitif namun juga bergantung kepada dua prinsip yaitu *user experience* (UX) dan *user interface* (UI) dalam perancangan digital. Kedua prinsip tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

2.5.1 User Interface

Dalam bukunya yang berjudul UI/UX Design Guide, Joel Parker Henderson (2024), mendefinisikan *user interface* atau pengalaman pengguna sebagai elemen-elemen visual serta interaktif sebuah produk digital atau sistem. Hal ini dapat mencakup bagian seperti *layout* grafis, elemen *control* dan navigasi yang befungsi untuk membantu pengguna untuk menggunakan berbagai macam *program* seperti aplikasi, *website* dan *webzine*. Sebuah cara untuk membuat *user interface* yang efektif adalah dengan sebuah desain visual yang konsisten, mudah digunakan dan enak dilihat serta dengan *usability* yang

efektif melalui navigasi serta *layout* yang jelas sehingga pengguna tidak mengalami kesusahan menggunakan aplikasi.



Gambar 2.9 Tampilan Struktur *User Interface* Website Musik.

Sumber: https://www.researchgate.net/figure/User-interface-diagram-of-the-clouds-web-interface-Power-Management-Page-Integrated_fig5_296327928

Unsur kunci dari sebuah user interface adalah sebagai berikut:

1. *Visual Design*

Didefinisikan sebagai sebuah elemen kunci dalam menciptakan pengalaman yang efektif untuk pengguna sebuah platform digital dan berupa prinsip-prinsip seperti hierarki visual yang membantu menonjolkan konten yang penting menggunakan ukuran, warna dan posisi untuk menciptakan desain yang efektif (RMCAD, 2025); keseimbangan yang membantu membuat tampilan bisa mudah dipahami dan enak dilihat bagi pembaca (Interaction Design Foundation, 2025); serta penggunaan kontras pada teks dan latar belakang yang membantu keterbacaan dan mempermudah navigasi pengguna (Gordon, 2020). Dengan menggunakan prinsip-prinsip ini, sebuah webzine dapat meningkatkan kualitas dari pengalaman pengguna serta memperkuat identitas visualnya. Sesuai dengan penelitian dari Rodiah dan Kurniasih (2024), elemen visual yang digunakan dan sering ditemukan pada sebuah platform digital adalah sebagai berikut:

a. Tombol

Memiliki fungsi untuk diklik untuk melakukan atau menyelesaikan sebuah tindakan.

b. Ikon

Merupakan representasi grafis pada sebuah objek atau konsep dalam sebuah platform digital.

c. Gambar

Berupa ilustrasi, foto ataupun grafik sebagai elemen penambah atau *storytelling* dalam sebuah platform digital,

d. Tipologi

Merupakan representasi grafis yang berupa atas gaya, susunan ataupun tipografi untuk memperkuat gaya visual dan identitas sebuah platform digital seperti situs web atau *webzine*.

e. Formulir

Memiliki fungsi untuk pembaca atau pengguna bisa memasukan atau mengirim informasi kepada pembuat platform.

f. Tautan

Berupa teks atau gambar yang berfungsi untuk memperlihatkan informasi.

g. Pop-up

Mirip dengan tautan namun bersifat interaktif dan berfungsi untuk menampilkan informasi atau opsi tambahan.

h. Slider

Memiliki fungsi untuk pengguna bisa menggulir serangkaian konten.

i. Footer

Bagian ini memiliki isi informasi tautan kepada halaman penting sebuah platform seperti detail kontak serta dengan link kepada media sosial.

j. Breadcrumb

Merupakan sebuah daftar tautan yang membantu untuk memvisualisasikan lokasi sebuah halaman dalam struktur hierarki sebuah *platform* yang memungkinkan navigasi lebih mudah bagi pengguna.

k. Search Bar

Memiliki fungsi untuk memungkinkan pengguna memasukkan kata kunci atau frasa dan mendapatkan informasi yang relevan.

l. Progress Bar

Berfungsi sebagai indikator yang menunjukkan kemajuan penyelesaian tugas atau tindakan.

m. Tooltip

Merupakan sebuah *pop-up* yang menampilkan informasi terkait suatu elemen saat elemen tersebut mendapat fokus *keyboard* atau *mouse* diarahkan ke atasnya.

2. Organization

Menurut definisi Interaction Design Foundation (2025), organization dalam UI/UX dapat didefinisikan sebagai sebuah pembuatan sebuah struktur yang logis dan intuitif untuk penempatan elemen-elemen seperti menu, kontrol dan bagian sehingga memudahkan navigasi dan pemahaman untuk pengguna. Dalam konteks *webzine*, organisasi yang baik memastikan pemahaman mudah bagi pembaca, sebagai contoh melalui penggunaan grid *modular layout* sebagai metode efektif untuk menjaga keteraturan tanpa menghilangkan sifat khas eksperimental dari *webzine* (Pradana & Islam, 2021).

3. Interaction

Sesuai dengan Interaction Design Foundation (2025), prinsip ini berfokus pada cara interaksi pengguna dengan elemen-elemen pada sebuah platform digital seperti *scroll*, klik, navigasi dan lain-lain. Dalam konteks *webzine*, interaction dapat diwujudkan melalui hal-hal seperti *hyperlink* kepada video yang menghubungkan pembaca kepada konten yang mendukung seperti video tentang topik yang dibaca. Hal ini menciptakan

pengalaman pembacaan yang berbeda dengan media konvesional sehingga tetap cocok dengan sifat khas eksperimental dari *webzine* (Clotmag, 2023).

4. Accessibility

Dilansir dari artikel yang dicetak oleh WCAG (2023), prinsip ini dalam konteks *user interface* dapat dijelaskan sebagai konsep bahwa setiap elemen *UI* seperti kontras warna, navigasi dan elemen lain dalam sebuah platform digital harus atau bisa digunakan oleh setiap orang yang mungkin dapat menggunakan platform tersebut termasuk dengan yang berkebutuhan khusus. Sebagai contoh, menggunakan konteks *webzine* terlansir dari sebuah blog yang dibuat oleh Veronica (2023), pembuatan *webzine* yang menawarkan alternatif berbasis berbeda dengan *webzine* atau *e-zine* yang berbentuk visual untuk pengguna yang mengandalkan *screen reader*.

2.5.2 User Experience

Henderson (2024) menjelaskan bahwa *User Experience* adalah opini serta dengan pengalaman secara keseluruhan dari seorang pengguna setelah menggunakan sebuah produk, sistem atau servis. *User Experience* lebih berfokus kepada keperluan, perasaan dan kebiasaan dari pengguna untuk menciptakan pengalaman penggunaan yang bisa dinikmati dan bermakna. *User experience* memiliki sebuah unsur kunci sebagai berikut:

1. Usability

Didefinisikan oleh Nielsen (2020), sebagai atribut kualitas untuk menilai seberapa mudah sebuah *interface* untuk digunakan oleh pengguna. Kata “*usability*” sendiri megacu juga pada metode untuk meningkatkan kemudahan penggunaan selama proses desain.

2. Usefulness

Sesuai dengan definisi dari Interaction Design Foundation (2025), *usefulness* itu menggambarkan segala sesuatu yang bisa membantu pengguna untuk mencapai sebuah tujuan. Hal ini juga merupakan salah satu dimensi yang mempengaruhi dan berkontribusi dari sebuah produk.

3. Desirability

Menurut penjelasan dari UX Design Institute (2022), *desirability* didefinisikan sebagai ukuran seberapa besar pengguna menginginkan atau membutuhkan suatu produk atau layanan, dengan fokus pada kemampuannya untuk menarik, melibatkan dan memuaskan pengguna secara emosional dan praktis. Prinsip ini berkaitan juga dengan apakah pengguna menganggap solusi tersebut intuitif, menyenangkan, dan berharga, melampaui sekadar fungsionalitas untuk menciptakan pengalaman emosional yang menarik.

4. *Accessibility*

Berbeda dengan *accesibility* pada UI, prinsip ini pada UX lebih berhubungan dengan pengalaman pengguna secara keseluruhan seperti pemahaman dan interaksi yang inklusif yang bisa dinikmati oleh setiap pengguna, dibanding dengan akses perancangan elemen visual saja (WCAG, 2023).

5. *Feasibility*

Sesuai dengan penjelasan dari UX Design Institute (2022), prinsip ini merupakan apakah sebuah ide produk secara teknis memungkinkan untuk dibangun dengan sumber daya, keahlian, dan perangkat yang dimiliki perusahaan, serta apakah ide tersebut dapat diselesaikan dalam jangka waktu dan anggaran yang wajar.

6. *Viability*

UX Design Institute (2022) menjelaskan *viability* sebagai sebuah penilaian mengenai apabila solusi yang diusulkan dapat menguntungkan, selaras dengan tujuan bisnis, dan dapat menghasilkan nilai serta pendapatan yang memadai untuk menjadi usaha yang berharga bagi organisasi. Ide yang layak akan memberikan nilai bisnis yang baik dalam jangka pendek maupun panjang, memastikan produk tersebut dapat bertahan dan berkembang di pasar.

2.6 *Photography*

Dengan menggunakan *webzine* sebagai konteks, fotografi memiliki peran yang penting bukan hanya sebagai elemen estetika tetapi juga semenjak era *zine*,

jadi sebuah format untuk komunitas yang arus luar untuk merekam kisah mereka serta dengan menyebarkan informasi dan juga berorganisasi (French, 2021). Dengan adanya webzine yang berbentuk media digital, sesuai dengan penelitian Ratmingsih dan Budasi (2020), ruang untuk bereksperimen dengan fotografi menjadi lebih luas dibanding dengan media cetak dulu, hal ini tentunya selaras dengan sifat khas *zine* dan *webzine* yang memang lebih experimental. Dalam perancangan ini yang lebih membicarakan mengenai sejarah musik *indie* tentunya fotografi memiliki peran yang penting dalam menceritakan narasi historis yang ditampilkan. Peran ini bisa dilihat dari dua jenis fotografi yaitu *music photography* sebagai penjelasan mengenai visualisasi estetika serta atmosfer dalam kegiatan musik dari era lama dan juga *journalism photography* yang akan menjelaskan aspek dokumentasi. Kedua hal ini akan dijelaskan sebagai berikut:

2.6.1 *Music Photography*

Seperti apa yang dijelaskan di bagian sebelumnya, fotografi memiliki sebuah peran yang penting dalam konteks pembuatan *webzine* bukan hanya sebagai elemen visual tetapi juga berfungsi untuk mencerminkan identitas sebuah komunitas. Hal ini dijelaskan oleh Nugroho (2024), dimana fotografi dalam musik yang berupa dokumentasi dalam kegiatan manggung sebuah band dan aktivitas audiens dapat menjadi media untuk menyampaikan sebuah pengalaman performatif dan serta memperlihatkan identitas sebuah komunitas. Hal ini juga ditekan oleh Siri, Khairini dan Halim (2022) yang menjelaskan mengenai perkembangan media cetak menjadi media digital, ruang untuk kreativitas dan berkespresi melalui fotografi menjadi lebih luas, seakan-akan fotografi dalam sebuah platform digital seperti *webzine* tidak mesti hanya menjadi catatan visual tetapi juga sebagai elemen yang memperlihatkan narasi historis, yang menjadi inti dari perancangan ini.



Gambar 2.10 *Music Photography*.

Sumber: Nugroho (2024)

2.6.2 *Journalism Photography*

Dengan sifat perancangan ini yang memiliki sifat jurnalistik, baiknya melihat aspek fotografi ini dengan lensa yang jurnalistik. Fotografi jurnalistik atau yang bisa disebutkan pada bahasa Inggrisnya yaitu *photojournalism* dijelaskan oleh Rhomadoni (2023) adalah sebuah bentuk fotografi yang bertujuan untuk merekam sesuatu secara objektif dan berisi informasi faktual. Hal ini telah menjadi bagian penting dari sebuah bentuk media terutama pada surat kabar dan majalah semenjak abad ke-19 dengan fotografi perang. Namun, dalam era digital sekarang bentuk fotografi ini sudah mulai memasuki aspek-aspek yang lebih luas seperti menangkap seni kontemporer, media surreal, serta budaya ekspresif (Merten, 2020). Hal ini bisa dikaitkan pada music photography di bagian sebelumnya tetapi juga digunakan pada konteks perancangan webzine yang berupa dokumentasi pada kegiatan *gigs* atau perkembangan skena musik *indie* dari era dahulu. Menurut Pangestu (2023), dalam era digital sekarang fotografi jurnalistik sekarang bisa dipandang sebagai sebuah seni serta alat komunikasi secara visual yang memperkaya pemahaman pembaca yang menggunakan platform digital seperti *webzine*. Dengan itu, dapat diambil kesimpulan bahwa dengan kegunaan dan fleksibilitas fotografi jurnalistik, aspek narasi historis serta kredibilitas dari publikasi perancangan *webzine* menjadi lebih kuat.



Gambar 2.11 *Journalism Photography*.

Sumber: <https://independent-photo.com/news/photography-and-music>

2.7 Penelitian Yang Relevan

Sebelum melaksanakan penelitian ini, penulis menemukan beberapa banyak penelitian yang relevan dengan topik serupa untuk dijadikan sebuah basis penelitian dari penelitian-penelitian tersebut. Berikut adalah ringkasan dari hasil penelitian yang ditemukan:

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Perancangan Media Informasi Sejarah Musik Rap Indonesia.	Farras Rayhan Agustiana, Bambang Melga, & Nisa Eka Nastiti. (2020)	Informasi sejarah musik rap Indonesia masih minim dan belum terstruktur.	Sebuah <i>webzine</i> menjadi cocok untuk menjadi bentuk media informasi mengenai topik sejarah musik yang tidak didokumentasi secara terstruktur

2.	Perkembangan Musik <i>Indie</i> di Indonesia	Paramabira. (2022)	Penelitian ini menunjukkan bahwa musik <i>indie</i> di Indonesia telah berkembang pesat dari semangat independen dan kini didukung kuat oleh platform digital.	Dalam perancangan <i>webzine</i> ini, baiknya memperlihatkan peran media <i>online</i> yang telah memungkinkan musisi <i>indie</i> untuk menjangkau audiens yang luas sehingga mencapai popularitas yang besar juga.
3.	Melampaui Subkultur/Post-Subkultur: Musisi sebagai Jalan Hidup Kaum Muda.	OR Sutopo & GR Wibawanto. (2020)	Penelitian ini menunjukkan mengenai musisi muda di Yogyakarta telah menjadikan membuat musik <i>indie</i> sebagai jalan hidup dan bukan hanya sebuah subkultur yang diikuti.	Baiknya memasuki konten dalam <i>webzine</i> yang menekan pembuatan musik sebagai bagian identitas dan jalan hidup dari pelaku skena <i>indie</i> . Dengan pendekatan ini, membuat pengalaman

				yang lebih personal untuk pembaca.
--	--	--	--	------------------------------------

Setelah menyimpulkan tiga penelitian yang ditemukan, musisi bisa mengertikan bahwa musik itu tidak hanya bisa dibuat sebagai sebuah bentuk hiburan atau juga karya namun juga sebagai jalan hidup dan juga identitas budaya dari para pelaku dalam skena masing-masing. Pada setiap penelitian, penulis menemukan sebuah kebutuhan akan bentuk media yang membantu mendokumentasikan perkembangan musik independent dan *underground* secara akurat dan juga mudah dipahami. Dengan itu, bisa disimpulkan bahwa setiap penelitian tersebut memang menegaskan keberadaan sebuah media informasi seperti sebuah *webzine*, yang berfungsi untuk meningkatkan pemahaman dari audiens mengenai musik *indie* dan memberikan konteks social yang berada padanya.

