

Perancangan Tas Bertema Tren Year 2000 Menggunakan Metode Trend Forecasting untuk Gen Z Saat Festival Musik

Diza Khadijah Afiff^{1, *}, Mohamad Arif Waskito²

^{1,2} Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional Bandung, Indonesia

Email: diza.khadijah@mhs.itenas.ac.id¹, mawaskito@itenas.ac.id² *

*Corresponding author

ABSTRACT

The Fashion industry, especially among Gen Z, is highly influenced by rapidly changing trends, making it a part of fast fashion. This phenomenon presents challenges such as waste accumulation and the risk of products losing relevance if the production process takes too long. On the other hand, Gen Z tends to prefer products that are more personalized and aligned with their individual styles. Addressing these issues, this study proposes a strategy for designing festival-themed bags using the Trend Forecasting method. This method enables product planning based on predicted trends, ensuring a more structured production process that aligns with the annual trend cycle. By establishing relevant themes each year, this strategy helps minimize the risk of products becoming outdated before reaching the market. The outcome of this study is a bag design that not only follows the latest fashion trends but also offers personalization options to meet Gen Z's preferences. Furthermore, this approach contributes to reducing the negative impact of fast fashion by ensuring that products remain relevant within a well-planned timeframe. In conclusion, the application of Trend Forecasting in designing festival-themed bags not only enhances product appeal for Gen Z but also serves as a strategic solution to the challenges of the dynamic fashion industry.

Keywords: accessories, fast fashion, fashion trend

Article history

Received:	Revised:	Accepted:	Published:
21 January 2025	13 March 2025	17 March 2025	04 June 2025

Citation (IEEE Style): D.K. Afiff and M.A. Waskito, "Perancangan Tas Bertema Tren Year 2000 Menggunakan Metode Trend Forecasting untuk Gen Z Saat Festival Musik" MERAKI: Journal of Creative Industries, vol. 02, no. 02, pp. 44-57, June 2025.

PENDAHULUAN

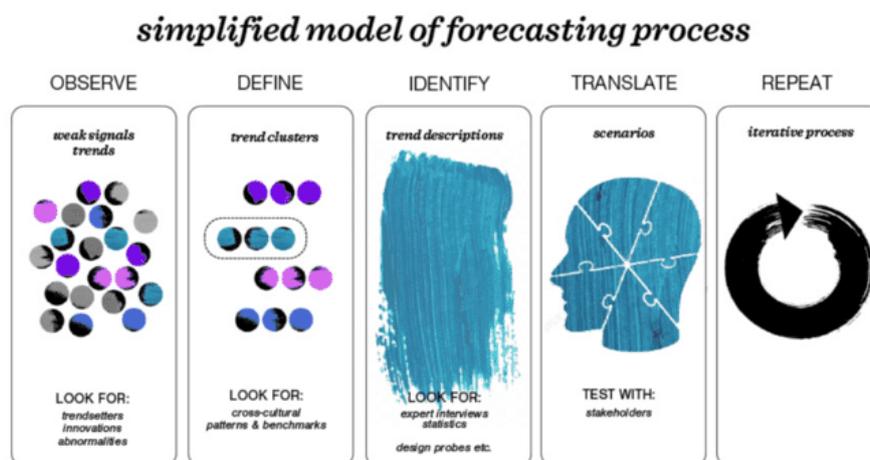
Pada festival musik, masyarakat gen z sering mengutamakan fashion statement yang berani dan ekspresif. Mereka cenderung memadukan gaya kasual dengan elemen yang unik seperti warna-warna cerah, aksesoris mencolok, atau potongan pakaian yang oversized. Ini mendorong penciptaan produk yang mampu menampung semua kebutuhan mereka, mulai dari peralatan dasar seperti elektronik dan perlengkapan festival hingga barang-barang yang lebih personal seperti alat make-up dan aksesoris. Dengan demikian, tujuan utama dari perancangan alat bawa bertema kombinasi tren 2024-2025 ini adalah untuk menciptakan solusi inovatif yang tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis pengguna selama festival musik, tetapi juga berfungsi sebagai media untuk mengekspresikan gaya dan identitas mereka. Desain yang adaptif dan menarik ini diharapkan dapat menjadi bagian penting dari pengalaman festival, memperkuat koneksi antara fashion, fungsi, dan estetikanya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggabungkan elemen-elemen yang menyenangkan, futuristik, dan warna mencolok dengan gaya khas Y2K (*Year 2000*), yang merupakan tren fesyen yang berkembang dari akhir 90-an hingga awal 2000-an, pada perancangan tas. Gaya ini mencakup perpaduan futuristik, budaya pop, dan tampilan *playful*, dengan aksen metalik dan cerah yang sangat sesuai dengan preferensi visual Gen Z. Selain itu, desain dan fitur produk ini dirancang untuk tetap relevan dengan tren *fashion* dan kebutuhan terkini Gen Z sebagai target pasar, sehingga menciptakan daya tarik yang kuat. Dengan memadukan tema Y2K dan kebutuhan spesifik saat festival musik, produk ini menawarkan perbedaan signifikan dibandingkan produk sejenis melalui kombinasi unik seperti ukuran yang pas untuk membawa kebutuhan esensial, bahan yang ringan, serta elemen desain yang menarik bagi pengguna.

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan desain alat bawa yang tidak hanya fungsional tetapi juga mampu menjadi medium ekspresi gaya khas Gen Z melalui tema Y2K, karena Generasi Z mendorong tren Y2K dengan merangkul mode uniknya sebagai bentuk ekspresi diri dan konstruksi identitas, sehingga memberikan solusi inovatif yang relevan dengan kebutuhan dan preferensi saat festival musik. [1]

METODE

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah Metode *Trend Forecasting*. *Trend Forecasting* adalah metode yang digunakan untuk memprediksi atau memperkirakan tren dalam jangka waktu tertentu (Gambar 1). Tujuannya adalah menciptakan desain baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera pasar dalam bidang fesyen. Sementara banyak negara maju telah mengembangkan metode ini, di Indonesia, pelaku yang terjun dalam bidang *Trend Forecasting* masih tergolong sedikit. Salah satu tokoh yang pernah berkontribusi di bidang ini adalah mendiang Irvan A. Noe'man, seorang ahli *branding*, desain, dan pengembangan produk. Dalam memprediksi trend, menurut alm Irvan A. Noe'man bahwa “sebaiknya memproyeksikan trend maksimal 18 bulan kedepan, setelah itu desainer bisa meninjau ulang produk yang dibuat apakah masih mengikuti tren atau tidak dan apakah saatnya untuk dikembangkan lebih lanjut”. [2] [3]



Gambar 1 (skema metode *trend forecasting*, sumber: *aalto design factory*)

dibandingkan periode yang sama pada 2018 yang hanya mencapai 7,46% (Investasi/BKPM, 2019). Untuk meraih keuntungan dari pelanggan lama maupun calon pembeli baru, perusahaan mengembangkan berbagai strategi, salah satunya adalah memanfaatkan *Electronic Commerce (E-Commerce)*. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia, dan tingginya permintaan pakaian, terutama di Indonesia, mendorong peningkatan kinerja industri tekstil dan pakaian. Industri tersebut telah berhasil memperoleh kepercayaan konsumen baik di pasar domestik maupun internasional. [5] Namun, hal ini juga membawa dampak negatif terhadap lingkungan. Salah satu bentuk pencemaran lingkungan yang dihasilkan adalah limbah kain, baik dalam skala besar maupun kecil, yang menyebabkan penumpukan limbah *fashion*. [6]

“The clothing industry has evolved from a seasonally based collection to a very fast-changing industry. The fashion industry had previously been able to anticipate fashion, create and even impose it on consumers. They will test the product, write down preferences, and finally develop a homogeneous fashion with a guaranteed market for the company” (Dari, 2010). [7] Artinya, siklus distribusi produk dalam industri ini berlangsung selama enam bulan. Perusahaan harus memikirkan manajemen produk mereka yang bersifat sementara karena fenomena mode yang selalu berubah. Untuk menghadapi tantangan ini, perusahaan perlu mengantisipasi tren yang akan terjadi di masa depan, bahkan sering kali bergantung pada pihak ketiga untuk menentukan tren yang akan mendominasi pasar. [8]

2. Subkultur dalam masyarakat

Masyarakat dari era 90-an hingga saat ini sering kali mengkaitkan genre musik dengan penampilan, salah satu genre musik pada awal era 90-an bernama *grunge* yang memiliki karakteristik perpaduan musik mentah dengan distorsi berat, lirik gelap yang emosional, dan gaya kasual yang mencerminkan perlawanan terhadap budaya konsumerisme dan kemapanan. Berlanjut pada tahun 2000, gaya yang marak digunakan adalah futuristik sebagai salah satu bentuk inspirasi dari teknologi. [9] Futuristik ini mengekspresikan masa depan dan hal-hal yang inovatif. *Grunge* dan futuristik digabungkan menjadi satu style yaitu “Y2K”. [10] Gaya ini berkembang pesat secara global. Istilah Y2K (Year 2000) awalnya merujuk pada permasalahan dalam program komputer, tetapi kemudian menjadi simbol budaya visual yang muncul di negara-negara barat pada akhir 1990-an hingga awal abad ke-21, yang akhirnya melahirkan estetika khas “Y2K.” Gaya ini memadukan unsur fashion, desain perangkat keras, dan teknologi. Dalam kehidupan masyarakat, estetika Y2K paling menonjol di dunia fashion dengan ciri khasnya yang memadukan elemen *grunge* 90-an dengan nuansa futuristik yang menciptakan kesan desain yang playful. [11]



Gambar 3-5 (gaya fesyen Y2K, sumber: [pinterest.com](https://www.pinterest.com))

Meskipun gaya desain Y2K telah berkembang sejak lama, pengaruhnya masih terasa hingga kini, terutama pada tahun 2022 hingga 2023, di mana Y2K kembali populer dan menjadi tren di berbagai bidang, seperti *fashion*, *make-up*, desain interior, fotografi, dan desain grafis. Kebangkitan popularitas Y2K di periode tersebut dipicu oleh pesatnya perkembangan teknologi pada era 2020-an, yang mengingatkan kembali pada awal tahun 2000-an sebagai era kemajuan teknologi yang signifikan. [12] Selain itu, budaya *K-pop* asal Korea Selatan turut berkontribusi dalam memopulerkan kembali estetika Y2K (Gambar 3-5). Budaya *K-pop*, yang tengah mendominasi dunia, mempengaruhi berbagai sektor industri kreatif dan hiburan, termasuk *fashion*, desain grafis, fotografi, serta audiovisual [13]. Fesyen Y2K memiliki karakteristik yang cenderung tidak terlalu feminin, meskipun tidak secara eksklusif menyerupai gaya berpakaian laki-laki, dan banyak pria juga mengadopsi gaya ini. Sebagai bagian dari dunia fesyen yang selalu menawarkan beragam model, fesyen Y2K mencakup berbagai gaya yang dapat dikategorikan ke dalam tiga tema utama yang dikenal di masyarakat, yaitu *monochrome* (Gambar 6), *colorful* (Gambar 7), dan *earth tone* (Gambar 8).



Gambar 6-8 (*monochrome*, *colorful*, *earth tone*, sumber: [pinterest.com](https://www.pinterest.com))

Salah satu karakteristik nya yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi membuat gay aini termasuk *timeless*, karena situs-situs *time forecasting* pun memprediksi bahwa tren ini akan berlangsung pada jangka waktu yang panjang. [14]

3. Perilaku konsumen (Generasi Z)

Populasi dunia yang terus bertambah telah menciptakan beberapa generasi, dimulai dari Generasi *Baby Boomers* (1946-1960) hingga Generasi Z atau Gen Z (1995-2010), yang memiliki peran penting saat ini. [15] Gen Z adalah generasi pertama yang sejak usia dini sudah terbiasa dengan teknologi, seperti komputer, perangkat elektronik lainnya seperti ponsel, jaringan internet, hingga media sosial. Gen Z adalah generasi yang sangat terhubung dengan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, sehingga tidak mengherankan jika perilaku mereka, termasuk gaya berpakaian, banyak dipengaruhi oleh platform tersebut. Beragam tren fashion yang bermunculan di media sosial, seperti Instagram dan TikTok, mendorong Gen Z untuk cenderung mengikuti tren yang sedang populer. [16] [17]

Gen Z dikenal sebagai generasi yang menonjolkan kebebasan berekspresi, termasuk melalui pilihan pakaian yang mereka gunakan sebagai sarana untuk menunjukkan identitas individu. Berdasarkan teori identitas sosial, cara berpakaian Gen Z dapat dipengaruhi oleh keinginan untuk menjadi bagian dari kelompok tertentu. Gaya berpakaian mereka juga dapat dianggap sebagai bentuk *self-presentation*, di mana pakaian menjadi alat untuk mengekspresikan diri sekaligus menciptakan citra tertentu yang ingin mereka tunjukkan kepada orang lain. [18]

Terdapat beberapa tempat atau kegiatan yang menjadi ajang mengekspresikan penampilan bagi mereka, atau berlomba-lomba terlihat paling *stylish*. Salah satunya pada festival musik. Di Indonesia, tren konser musik mulai berkembang pada tahun 1960-an. Memasuki periode 2010-an, Indonesia sempat menjadi tujuan banyak artis dan musisi internasional untuk menggelar konser tunggal. Namun, intensitas konser semacam itu kini mengalami penurunan. Beberapa promotor yang sebelumnya aktif mendatangkan musisi asing tidak lagi fokus pada konser tunggal. Saat ini, tren yang berkembang adalah menghadirkan musisi internasional dalam acara festival. Festival sendiri merupakan acara yang erat kaitannya dengan budaya masyarakat tertentu, di mana ia mencerminkan kekuatan kolektif, semangat, pengetahuan, serta nilai kekeluargaan (Noor, 2013). Festival musik di Indonesia sebenarnya bukan hal baru. Sejak tahun 2015-2016, berbagai festival musik mulai bermunculan, baik yang diadakan oleh korporasi besar maupun organisasi berskala lebih kecil, dengan genre musik yang semakin beragam.



Gambar 9-11 (festival musik Indonesia 2024, sumber: *instagram*)

Gen Z memanfaatkan acara-acara ini sebagai *fashion statement*, mereka berpenampilan sesuai dengan tren yang sedang terjadi, kemudian berfoto dan mengunggahnya di media sosial (Gambar 12-13). Para *influencer* dan *fashionist* pun banyak yang menghadiri festival musik, penampilan yang mereka unggah di akun media sosial mereka dan tentu nya dilihat banyak

orang, kerap menjadi *trend setter* bagi masyarakat gen z lainnya. Salah satu majalah besar, populix, merilis studi terbaru terkait minat dan partisipasi masyarakat Indonesia terhadap konser musik. Berdasarkan laporan bertajuk “Beyond Borders: A Study of Indonesian Concert-Goers’ Behavior” yang mengulas bagaimana antusiasme masyarakat Indonesia terhadap perhelatan festival tersebut di Indonesia maupun luar negeri, sebanyak 77% mengutarakan ketertarikan mereka. [19]



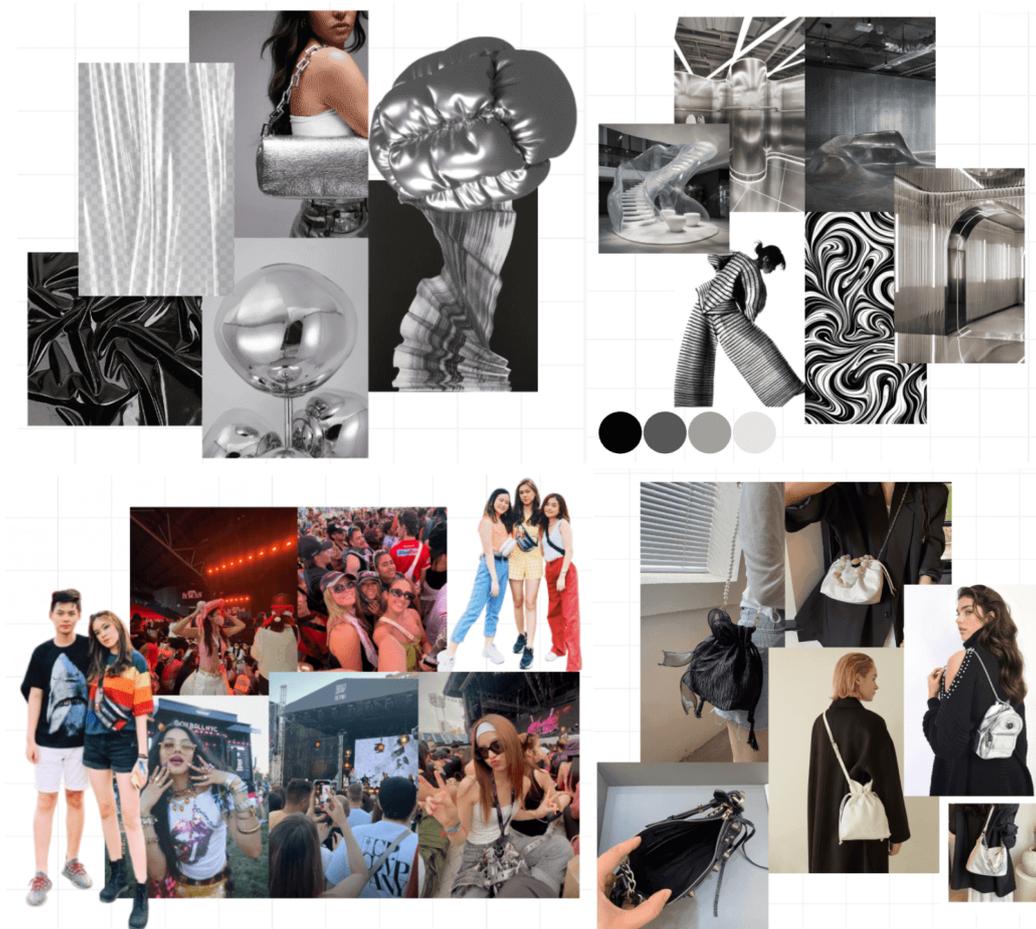
Gambar 12-13 (penampilan gen z di festival musik, sumber: *instagram*)

A. Skenario aktivitas

Berikut merupakan data skenario aktivitas sebagai dasar penentuan konsep desain dengan studi kasus pada acara *We The Fest 2024*

1. persiapan sebelum pergi (12:00 - 14:00)
 - 12:00 - 13:00: memilih *OOTD* bertema festival seperti gaya Y2K dengan warna mencolok atau aksesoris unik. Pastikan tas kecil berisi barang penting seperti tiket digital, *power bank*, *sunscreen*, dan botol minum.
 - 13:30 - 14:00: mengecek ulang jadwal artis yang ingin ditonton dan mempersiapkan rute perjalanan ke lokasi.
2. perjalanan menuju lokasi (14:00 - 15:00)
 - 14:00 - 14:45: menggunakan motor menuju lokasi festival sambil mendengarkan lagu-lagu dari musisi yang akan tampil untuk membangun *mood*.
 - 14:45 - 15:00: mencari tempat parkir di area yang telah disediakan untuk pengendara motor.
3. tiba di lokasi dan eksplorasi venue (15:00 - 16:30)
 - 15:00 - 15:15: *check-in* di gerbang masuk festival dan mengambil foto di depan *sign age We The Fest*.
 - 15:15 - 16:00: menjelajahi *venue*, mengunjungi *booth* makanan, minuman, dan merchandise, serta mencoba aktivitas seru di area *chill zone*.
4. menikmati konser (16:30 - 21:00)
 - 16:30 - 18:30: menonton penampilan musisi favorit di panggung utama, ikut bernyanyi, dan menari.
 - 18:30 - 19:00: beristirahat, membeli makanan ringan, dan menikmati suasana festival di area lain.
 - 19:00 - 21:00: kembali ke area konser untuk menikmati pertunjukan dari *headliner* atau musisi terkenal lainnya.

Menggunakan metode *trend forecasting*, memasuki tahap translate yaitu setelah pengumpulan dan identifikasi data. Tahap translate ini dilakukan melalui FGD (*Forum Group Discussion*) yang terdiri dari pimpinan industri, tim desain, tim *research and development*, dan tim produksi. FGD dimulai dari menentukan tren 2024-2025 yang akan digunakan, tren yang terpilih adalah Y2K, karena tren ini mencakup garis besar tren lainnya, dan Y2K memiliki masa yang lebih lama dari tren lainnya. Konsep dari tren Y2K didefinisikan melalui data visual berupa *boards* desain



Gambar 20-23 (styling board, image board, lifestyle board, usage board, sumber: pinterest.com dan instagram)

Suatu produk dapat dinilai secara menyeluruh berdasarkan tiga aspek utama: fungsi (apakah produk beroperasi sesuai dengan desainnya), bentuk (apakah produk menarik secara visual), dan kesesuaian (apakah produk sesuai dengan tujuan penggunaannya). Dalam banyak kasus, kesesuaian sering kali menjadi faktor yang memengaruhi aspek fungsional, sehingga menjadikannya salah satu kriteria penting dalam evaluasi produk. [20] Alternatif desain yang merupakan kombinasi fungsional berupa solusi permasalahan pada alat bawa di festival musik dengan estetika yang diambil dari tren pada kalangan gen z yaitu tren Y2K ini, kemudian di analisa kesesuaian nya. Satu persatu anggota FGD memberikan tanggapan hingga keputusan akhir dipilih satu desain berikut:



Gambar 24 (desain terpilih, sumber: procreate)

Alasan dipilihnya desain ini adalah mulai dari *body* tas yang tidak kaku sehingga termasuk *body fit* dan tidak akan mengganggu pergerakan *audience* pada saat menonton konser. Kemudian, *strap* dapat dilempangkan atau hanya digantungkan di pundak, sehingga memenuhi kriteria *multi-wear*. Desain ini juga memiliki *double lock* yaitu adanya *flap* dengan sistem kunci *toggle clasp* sehingga tidak mudah dibuka oleh sembarang orang, tapi tetap ada *quick access pocket* untuk menyimpan kartu, tiket, dan uang kecil pada bagian depan. Pada desain ini, terdapat *pocket* kecil yang dikaitkan di depan berisi pelindung atau jas hujan untuk tas, sehingga tas aman dari hujan atau basah lainnya. Desain ini kemudian dikembangkan berdasarkan kesesuaiannya dengan tren Y2K melalui pemilihan warna dan material utama serta aksesoris pada tas. Warna yang dipilih adalah *monochrome* dan *metallic* agar tidak mendominasi dengan banyaknya aksesoris yang akan ditambahkan pada tas. Warna seperti silver *metallic* yang merupakan salah satu karakteristik tren Y2K juga cocok dengan suasana festival yang dipenuhi pencahayaan dan dekorasi warna-warni.



Gambar 25-28 (Forum Group Discussion, eksplorasi material, sumber: dokumentasi proses kegiatan penelitian)

Terdapat beberapa pertimbangan sebelum memasuki desain akhir yang mengubah beberapa bagian dalam desain yang sebelumnya terpilih. Pertimbangan pertama terdapat pada

pocket kecil yang berisi rain cover untuk tas. Pocket kecil tersebut terlalu rumit untuk kegunaannya, karena jika akan digunakan saat hujan, perlu diambil dahulu dan dibuka, sedangkan hujan dapat turun kapan saja tanpa diduga. Maka dari itu, diputuskan untuk menggunakan artificial leather yang tahan air, sehingga tas akan terlindungi dengan sendirinya. Selanjutnya pada sistem pengunci, toggle clasp yang awalnya direncanakan digantikan dengan penggunaan buckle yang memiliki aksesoris Y2K, karena faktor diameter pada toggle clasp hanya ada hingga 22 mm, sedangkan tas yang dibuat membutuhkan ukuran yang lebih besar. Dari beberapa pertimbangan tersebut, dihasilkan final desain sebagai berikut;



Gambar 29 (final design, sumber: procreate)

Desain akhir tersebut melalui beberapa tahap lagi sebelum akhirnya akan menjadi prototype. Langkah selanjutnya berupa sampling yang menggunakan bahan taslan. Studi model ini dibuat untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai desain dan apa saja yang perlu dibahas serta direvisi agar produk dapat dibuat dengan sempurna.



Gambar 30 (*final design*, sumber: penulis)

Setelah beberapa evaluasi dan revisi pada studi model, barulah berlanjut ke tahap *prototyping*, dengan hasil prototype sebagai berikut,



Gambar 31 (*final design*, sumber: penulis)

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah perancangan alat bawa bertema Y2K berhasil menggabungkan elemen-elemen futuristik, *playful*, dan warna mencolok yang khas dari tren Y2K dengan kebutuhan fungsional Gen Z, khususnya dalam konteks festival musik. Melalui pendekatan metode *trend forecasting*, produk ini mampu mengidentifikasi elemen desain yang relevan seperti warna, material, bentuk, dan fungsi yang sesuai dengan preferensi visual Gen Z. Proses perancangan yang dimulai dengan diskusi kelompok terarah (FGD) serta eksplorasi tren, eksperimen material, dan pembuatan prototipe menghasilkan produk yang tidak hanya estetis, tetapi juga ergonomis dan nyaman digunakan. Secara keseluruhan, produk ini menawarkan solusi inovatif yang menggabungkan desain Y2K dengan fungsionalitas yang relevan bagi Gen Z, memberikan daya tarik yang kuat, serta memenuhi kebutuhan estetika dan praktis saat festival musik.

REFERENSI

- [1] D. Vidyanata, I. I. M. Hanika, S. D. R. C. Kusuma and E. M. Seseli, "ANALYSIS OF GENERATION Z'S SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES RELATIONS ON BRAND EQUITY: CONTEXTON FASHION PRODUCTS," *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, vol. 12, pp. 67-79, 2024.
- [2] E. Deviona and S. S. Alamiyah, "Hiperrealitas dan Perubahan Gaya Komunikasi Gen Z pada TikTok," *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, vol. 7, 2024.
- [3] S. U. Khabibah and G. , "Respons Generasi Z terhadap Konser Musik dalam Kampanye Politik 2024," *sasdaya*, vol. 8, 2024.
- [4] M. A. Waskito, "Pemanfaatan Teknik Pemodelan Digital untuk Meningkatkan Kualitas Bentuk dan Ergonomi pada shoe last Sepatu," *Jurnal Teknologi Ramah Lingkungan*, vol. 5, 2021.
- [5] S. D. I. Teguh Setiadi, "PENERAPAN METODE FORECAST ANALISIS TREND BEBAS DALAM MENYUSUN LAPORAN PENJUALAN MENGGUNAKAN SISTEM INFORMASI BERBASISWEB," *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 10, pp. 60-67, 2023.
- [6] R. P. S. Sonam Nagpal, "A Study on Factors Affecting Fashion Trends," *International Journal for Multidisciplinary Research*, vol. 5, no. 1, 2023.
- [7] Z. Yawen, "Analysis on the Communication Routes and Influence of the Y2K Style as a Subculture in the New Era," *Creative Commons*, 2023.
- [8] A. Tunjung, "TINJAUAN"TREND FORECASTING" PADA INDUSTRI DESAIN INTERIOR INDONESIA," *Journal of Art, Design, Education And Culture Studies*, vol. 5, 2020.
- [9] A. F. RAMADHAN, "Tren fast fashion pakaian masa new normal di Indonesia: Efektivitas konsep sustainable fashion terhadap lingkungan," *Journal of Waste and Sustainable Consumption*, vol. 1, no. 2, pp. 77-89, 2024.
- [10] C. Nidia and R. Suhartini, "DAMPAK FAST FASHION DAN PERAN DESAINER DALAM MENCIPTAKAN SUSTAINABLE FASHION," *e-journal*, vol. 09, pp. 157-166, 2020.
- [11] S. Susilawati, "Pengembangan Kreatifitas, Bakat dan Partisipasi," *Jurnal Peradaban Masyarakat*, vol. 2, 2022.
- [12] X. Lin, "Explore Global Fashion Trends and Cultural Influences," *Journal of Education, Humanities and Social Sciences* , vol. 46, 2024.
- [13] T. R. Deanda, "ANALISIS POST-STRUKTURALISME PADA GENDERLESS FASHION DI JEPANG SEBAGAI REPRESENTASI AKTUALISASI DIRI OLEH GENERASI MUDA DI JEPANG," *visualita*, vol. 09, 2021.
- [14] A. K. Yahya, "PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP CULTURE FASHION SNEAKERS KOMUNITAS INDONESIA SNEAKER TEAM," *Jurnal Sintesa*, vol. 02, pp. 113-123, 2023.
- [15] N. F. Shafira, "PERANCANGAN BUKU ILUSTRASI Y2K SEBAGAI MEDIA PENGENALAN TREN FASHION STYLE 2000-AN UNTUK KALANGAN PEREMPUAN USIA 18-26 TAHUN," *e-prints poltek tegal*, pp. 73-74, 2023.

- [16] R. Nabila, D. Rahmawaty, R. Magdalena, T. Kusmayadi, S. Syamsiah and Vincent, "FASHION COLLECTION INSPIRED BY THE Y2K BUG IN THE YEAR 2000," *JURNAL DESAIN-KAJIAN PENELITIAN BIDANG DESAIN*, vol. 2, 2022.
- [17] M. J. R. Vedaarum and M. A. Islam, "ANALISIS PREFERENSI GAYA DESAIN Y2K PADA VISUAL DESAIN KONTEN INSTAGRAM @POPBELA_COM," *Jurnal Barik*, vol. 5, pp. 183-195, 2023.
- [18] N. Salsabila, "PERANCANGAN INFORMASI TREN FESYEN Y2K DI KALANGAN PENGGUNA HIJAB MELALUI MEDIA POSTER INFOGRAFIS," *elibrary unikom*, 2023.
- [19] T. Kullolli and B. Trebicka, "Generation Z and the Evolution of Social Media: A Two-Decade Analysis of Impact and Usage Trends," *Interdisciplinary Journal of Research and Development*, vol. 10, 2023.
- [20] A. Alfinaldi, "Pengaruh Fashion Influencer terhadap Sikap Merek dan Niat Beli Konsumen," *dspace uii*, p. 155, 2023.