

DESKRIPSI MINAT FANDOM AESPA (MY) TERHADAP Y2K STYLE

Novia Nabela ¹, Mein Kharnolis ²

Universitas Negeri Surabaya
novianabela.21036@mhs.unesa.ac.id

Abstract (English)

This study aims to describe the interest of the Aespa (MY) fandom in Y2K style based on Slameto's (2010) theory of interest. The study uses a quantitative descriptive approach with a survey method of 94 respondents from the Aespa (MY) fandom in Indonesia who follow the group's fashion developments. Data were collected through a 5-point Likert scale questionnaire distributed via Google Form, measuring the cognitive, affective, and conative dimensions of interest according to Slameto (2010) towards Y2K style as a whole as Aespa's visual aesthetics. Data analysis was performed using descriptive statistics (mean and percentage). The results showed that the MY fandom's interest in Y2K style was in the fair to good category. The factors of positive association, social support, and social environment had the highest average scores, indicating the strong influence of external factors in shaping interest in Aespa's cyber-retro Y2K aesthetic. Conversely, the tendency to act factor recorded the lowest value, indicating that cognitive-affective interest has not been fully realized in the actual behavior of adopting the Y2K style. It can be concluded that the interest of the Aespa (MY) fandom in Y2K style is dominated by internal (positive association) and external (social support) factors with a moderate to good level of interest, although the conative gap still needs attention to encourage the actualization of fashion behavior. This study contributes to mapping the psychological responses of K-Pop fandoms to global fashion trends in the context of Indonesia.

Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style berdasarkan teori minat Slameto (2010). Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode survei terhadap 94 responden fandom Aespa (MY) di Indonesia yang mengikuti perkembangan fashion grup tersebut. Data dikumpulkan melalui angket Likert 5 tingkat yang disebarakan via Google Form, mengukur dimensi minat kognitif, afektif, dan konatif menurut Slameto (2010) terhadap Y2K style secara keseluruhan sebagai estetika visual Aespa. Analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif (mean dan persentase). Hasil penelitian menunjukkan minat fandom MY terhadap Y2K style berada pada kategori cukup hingga baik. Faktor asosiasi positif, dukungan sosial, dan lingkungan sosial memiliki nilai rata-rata tertinggi, menunjukkan pengaruh kuat faktor eksternal dalam membentuk minat terhadap estetika cyber-retro Y2K Aespa. Sebaliknya, faktor kecenderungan bertindak tercatat terendah, mengindikasikan bahwa minat kognitif-afektif belum sepenuhnya terwujud dalam perilaku nyata mengadopsi Y2K style. Dapat disimpulkan bahwa minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style didominasi oleh faktor internal (asosiasi positif) dan eksternal (dukungan sosial) dengan tingkat minat yang cukup hingga baik, meskipun gap konatif masih perlu perhatian untuk mendorong actualization perilaku fashion. Penelitian ini berkontribusi memetakan respons psikologis fandom K-Pop terhadap tren fashion global di konteks Indonesia.

Article History

Submitted: 25 Januari 2026

Accepted: 28 Januari 2026

Published: 29 Januari 2026

Key Words

Aespa, Y2k Style, Fashion Style,
Fashion, Fashion interest

Sejarah Artikel

Submitted: 25 Januari 2026

Accepted: 28 Januari 2026

Published: 29 Januari 2026

Kata Kunci

Aespa, Y2k Style, Gaya Fesyen,
Fashion

PENDAHULUAN

Fenomena kembalinya gaya fashion masa lalu dikenal dalam kajian mode sebagai fashion revival, yaitu kecenderungan industri dan konsumen untuk mengadopsi kembali gaya dari periode sebelumnya dengan reinterpretasi kontemporer (Craik, 2020). Salah satu gaya yang menunjukkan kebangkitan signifikan adalah fashion Y2K yang merepresentasikan estetika awal tahun 2000-an. Dalam konteks budaya populer, industri K-Pop berperan sebagai medium visual yang kuat dalam merepresentasikan dan menyebarkan tren fashion melalui konsep visual, styling, dan penampilan idol (Kim & Ko, 2019).

Y2K style telah menjadi fenomena fashion global yang banyak diadopsi dalam budaya populer kontemporer sejak awal 2020-an., ditandai estetika cyber-retro dari akhir 1990-an hingga awal 2000-an (Yang, 2023). Gaya ini identik dengan siluet low-rise (jeans pinggang rendah 3 cm di bawah pusar, mini skirts pleated), baby tees (crop top pendek ketat), velour tracksuits mengkilap, platform chunky sneakers, serta aksesoris statement seperti choker ketat, butterfly hair clips, giant hoop earrings, dan shoulder bags mini (Yawen Zhang, 2023). Palet warna neon bold (bubblegum pink, electric green, cyan blue) berpadu metallic silver-gold dan pastel soft menciptakan kontras visual hiper-feminine yang playful sekaligus futuristik, dipengaruhi estetika Bratz doll dan tech optimism era millennium (Yang, 2023; Yawen Zhang, 2023).

Perkembangan Y2K style semakin pesat melalui penyebaran konten nostalgia dan visual vintage di platform TikTok, X, dan Instagram yang mendorong Generasi muda mengadopsi elemen estetika tersebut sebagai identitas subkultur visual (Putri, 2022). Dalam konteks ini, fashion Y2K tidak hanya berfungsi sebagai penutup tubuh, melainkan sebagai bentuk ekspresi diri yang merepresentasikan kebebasan, eksperimentalisme, serta penolakan terhadap gaya minimalis normcore (Adam Fauzi et al., 2017). Meskipun tren Y2K telah mendominasi panggung runway internasional dan street style global, minat komunitas tertentu terhadap gaya ini masih belum banyak diukur secara empiris, khususnya di kalangan fandom K-Pop yang dikenal sebagai kelompok early adopter tren fashion (Nurul Arsita & Sanjaya, 2021).

Tren Y2K meledak melalui TikTok vintage edits dan nostalgia content yang viral, mendorong Gen Z mengadopsi elemen visual tersebut sebagai identitas subkultur (Putri, 2022). Item fashion Y2K bukan sekadar pakaian, melainkan statement visual yang mengekspresikan kebebasan, eksperimentalisme, dan rejection terhadap minimalisme normcore (Adam Fauzi et al., 2017). Namun, meskipun tren ini mendominasi runway (Chanel FW22, Miu Miu SS23) dan street style global, minat komunitas spesifik terhadap elemen Y2K masih belum terukur secara empiris, terutama di kalangan fandom K-Pop yang menjadi early adopter utama (Nurul Arsita & Sanjaya, 2021).

Dalam konteks budaya populer, industri K-Pop berperan sebagai medium visual yang kuat dalam merepresentasikan dan menyebarkan tren fashion melalui konsep styling dan penampilan idol. Penelitian menunjukkan bahwa idol K-Pop memiliki pengaruh signifikan terhadap minat dan niat perilaku penggemar dalam mengadopsi gaya fashion yang ditampilkan (Kim & Ko, 2019). Elemen visual tersebut kemudian dimaknai dan direproduksi oleh fandom sebagai bagian dari identitas budaya dan ekspresi diri di ruang digital (Oh & Park, 2021; Click et al., 2017).

Salah satu grup K-Pop yang secara konsisten mengusung estetika Y2K adalah Aespa, girl group generasi keempat di bawah naungan SM Entertainment. Aespa dikenal sebagai pionir konsep cyber-Y2K melalui narasi “metahuman” dan dunia virtual Kwangya (Juliana Nurwahyuni & Yuliana, 2024). Video musik seperti Next Level, Savage, Girls, hingga Spicy secara konsisten menampilkan gaya visual Y2K melalui penggunaan kostum metallic bodysuit low-rise, platform

boots, baby tee bernuansa futuristik, choker berhias kristal, serta riasan glossy bernuansa neon (Tenardi, 2024; Juliana Nurwahyuni & Yuliana, 2024). Visual setiap anggota Aespa juga kerap dijadikan referensi gaya berpakaian oleh penggemar dalam merepresentasikan estetika Y2K.

Aespa, girl group generasi ke-4 SM Entertainment, menjadi pionir cyber-Y2K dalam industri K-Pop melalui konsep "metahuman" dan dunia virtual Kwangya (Juliana Nurwahyuni & Yuliana, 2024). Video musik "Next Level" (2021), "Savage", "Girls", dan "Spicy" (2024) menampilkan kostum metallic bodysuit low-rise, platform stiletto boots, baby tee silver, choker berhias kristal, dan makeup glossy neon pink yang autentik merepresentasikan estetika Y2K (Tenardi, 2024; Juliana Nurwahyuni & Yuliana, 2024).

Dalam kajian budaya populer kontemporer, fandom tidak lagi dipandang sebagai konsumen pasif, melainkan sebagai komunitas aktif yang berpartisipasi dalam produksi, reproduksi, dan penyebaran makna budaya melalui media digital (Duffett, 2015; Oh & Park, 2021). Dalam konteks K-Pop, fandom berperan penting dalam mengadopsi serta merepresentasikan identitas visual idolanya, termasuk melalui gaya berpakaian dan ekspresi fashion di media sosial (Click et al., 2017).

Fandom Aespa yang dikenal dengan sebutan MY ("My precious friend") merupakan komunitas penggemar global dengan identitas visual yang kuat. Di Indonesia, fandom MY aktif melalui berbagai aktivitas komunitas, seperti pengelolaan fanbase lokal, proyek dukungan, serta produksi konten visual dan fashion-inspired di media sosial (Nurul Arsita & Sanjaya, 2021). Dalam kajian budaya populer kontemporer, fandom tidak lagi dipandang sebagai konsumen pasif, melainkan sebagai komunitas aktif yang berpartisipasi dalam produksi dan penyebaran makna budaya melalui media digital (Oh & Park, 2021). Dalam konteks K-Pop, fandom berperan penting dalam mengadopsi serta merepresentasikan identitas visual idolanya, termasuk melalui gaya berpakaian dan ekspresi fashion di media sosial (Click et al., 2017).

Aktivitas fandom yang intens dalam mengadopsi dan merepresentasikan estetika visual idolanya menunjukkan adanya keterlibatan psikologis yang tidak hanya bersifat perilaku, tetapi juga mencakup aspek perhatian, kesukaan, dan kecenderungan bertindak terhadap objek tertentu. Oleh karena itu, untuk memahami keterlibatan fandom secara lebih mendalam, diperlukan kajian mengenai minat sebagai konstruk psikologis yang dapat menjelaskan kecenderungan fandom dalam merespons estetika visual yang ditampilkan oleh idolanya (Duffett, 2015).

Minat merupakan keadaan psikologis yang stabil dan konsisten yang mendorong seseorang untuk berpikir dan bertindak mengenai suatu objek secara efektif dan penuh perhatian (Slameto, 2010:180). Dalam konteks fashion, minat melibatkan dimensi kognitif (pengetahuan dan perhatian terhadap elemen visual), afektif (kesukaan dan emosi positif), serta konatif (keinginan untuk memiliki/menggunakan item fashion tertentu) (Slameto, 2010; Ajzen & Driver, 1991). Minat terhadap Y2K style oleh fandom dapat diukur melalui tingkat ketertarikan terhadap elemen spesifik, preferensi item fashion, dan intensitas respons terhadap paparan visual. Minat dalam konteks psikologi konsumen didefinisikan sebagai kecenderungan konsisten seseorang untuk menyukai, memperhatikan secara intensif, dan mengadopsi objek tertentu yang tercermin dalam perilaku nyata (Ajzen & Driver, 1991).

Permasalahan dalam penelitian ini terletak pada belum tersedianya data empiris yang secara khusus mendeskripsikan tingkat minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style sebagai satu kesatuan estetika Aespa (MY) visual yang ditampilkan Aespa. Selain itu, pola respons minat komunitas MY di Indonesia—yang mencakup dimensi kognitif, afektif, dan konatif—terhadap gaya cyber-Y2K khas Aespa masih belum terukur secara ilmiah. Ketiadaan pengukuran tersebut

menyebabkan pemahaman mengenai respons psikologis fandom terhadap tren fashion K-Pop masih bersifat deskriptif umum dan belum berbasis data empiris yang sistematis.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style melalui pengukuran tingkat minat kognitif, afektif, dan konatif berdasarkan teori Slameto (2010), serta memetakan pola minat komunitas MY di Indonesia terhadap estetika Y2K yang ditampilkan Aespa.

METODE PENCIPTAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis atau mencari hubungan sebab akibat, melainkan untuk mendeskripsikan gambaran minat MY (penggemar Aespa) terhadap Y2k *style* ditinjau dari faktor-faktor yang mempengaruhinya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif Minat Fandom Aespa (MY) Terhadap Y2k Style

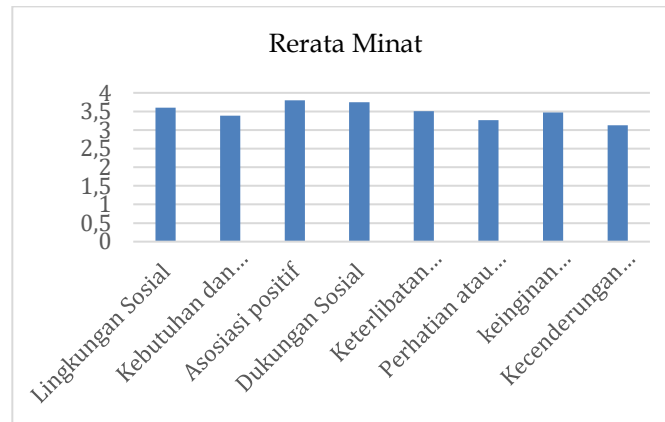
Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style ditinjau dari faktor-faktor yang memengaruhinya. Analisis ini bertujuan untuk mendeskripsikan kecenderungan jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam instrumen penelitian berdasarkan skor yang diperoleh. Data yang dianalisis merupakan data hasil pengisian angket oleh 89 responden yang telah dinyatakan memenuhi kriteria sebagai subjek penelitian.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (mean) dan persentase dari skor jawaban responden pada setiap faktor minat. Skor jawaban responden diperoleh dari skala Likert yang digunakan dalam instrumen penelitian. Selanjutnya, hasil perhitungan tersebut diinterpretasikan untuk mengetahui tingkat minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style secara umum maupun berdasarkan masing-masing faktor.

Minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style dalam penelitian ini ditinjau dari beberapa faktor yang memengaruhinya, yaitu lingkungan sosial, kebutuhan dan keinginan pribadi, asosiasi positif, dukungan sosial, keterlibatan emosional, perhatian atau ketertarikan, keinginan memiliki, serta kecenderungan bertindak. Masing-masing faktor dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui kontribusinya dalam membentuk minat terhadap Y2K style.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style berada pada kategori tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata skor responden yang cenderung berada pada rentang skor tinggi pada sebagian besar pernyataan. Temuan ini menunjukkan bahwa Y2K style memiliki daya tarik yang kuat di kalangan fandom Aespa (MY), baik dari segi visual, identitas gaya, maupun keterkaitannya dengan citra dan konsep yang ditampilkan oleh Aespa.

1. Mean (rata-rata)



Gambar 3. 1 Diagram batang mean faktor penelitian

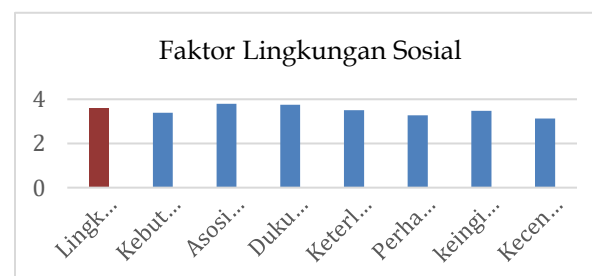
Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai rerata yang bervariasi pada setiap faktor minat. Variasi nilai rerata tersebut menunjukkan adanya perbedaan tingkat minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style ditinjau dari aspek psikologis dan sosial yang melatarbelakanginya. Faktor dengan nilai rerata yang lebih tinggi mengindikasikan tingkat minat yang lebih kuat, sedangkan faktor dengan nilai rerata yang lebih rendah menunjukkan kecenderungan minat yang relatif lebih lemah.

Secara umum, nilai rerata pada seluruh faktor berada pada rentang sedang hingga tinggi, yang mengindikasikan bahwa fandom Aespa (MY) memiliki minat yang cukup kuat terhadap Y2K style sebagai estetika visual yang ditampilkan Aespa. Hasil ini selanjutnya dianalisis lebih lanjut melalui pemaparan nilai rerata masing-masing faktor dan divisualisasikan dalam bentuk diagram batang untuk memperjelas perbandingan tingkat minat antar faktor.

a. Faktor Lingkungan Sosial

Tabel 3.1 rata-rata faktor lingkungan sosial

Lingkungan Sosial	
Butir Item	Mean
1	2.967742
2	3.913978
3	3.666667
4	3.860215
Total	3.602151



Gambar 3. 2 Diagram batang faktor lingkungan sosial

Faktor lingkungan sosial merupakan salah satu faktor eksternal yang memengaruhi minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style. Lingkungan sosial mencakup pengaruh dari pergaulan, komunitas, serta interaksi sosial yang dialami responden dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam konteks fandom dan media sosial.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap faktor lingkungan sosial, diperoleh nilai rata-rata (mean) keseluruhan sebesar 3,60. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden cenderung setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang menggambarkan pengaruh lingkungan sosial dalam membentuk minat terhadap Y2K style.

Jika ditinjau berdasarkan masing-masing butir item, butir item 1 memperoleh nilai mean sebesar 2,97, yang menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial pada aspek tersebut berada pada kategori cukup. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak semua responden merasakan pengaruh lingkungan sosial secara kuat pada aspek yang diukur dalam butir tersebut.

Selanjutnya, butir item 2 memperoleh nilai mean tertinggi, yaitu sebesar 3,91, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa lingkungan sosial, seperti teman atau komunitas, memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap ketertarikan mereka pada Y2K style. Temuan ini menunjukkan bahwa interaksi sosial berperan penting dalam membentuk preferensi gaya berpakaian responden.

Pada butir item 3, nilai mean yang diperoleh sebesar 3,67, yang termasuk dalam kategori baik. Hasil ini menunjukkan bahwa responden cenderung merasakan adanya dorongan atau pengaruh dari lingkungan sosial dalam mengembangkan minat terhadap Y2K style, meskipun pengaruh tersebut tidak sekuat pada butir item sebelumnya.

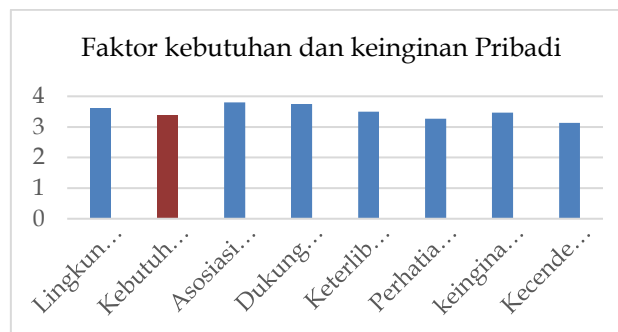
Sementara itu, butir item 4 memperoleh nilai mean sebesar 3,86, yang menunjukkan bahwa responden pada umumnya setuju bahwa lingkungan sosial berperan dalam memperkuat minat mereka terhadap Y2K style. Hal ini dapat diartikan bahwa dukungan atau eksistensi gaya Y2K di lingkungan sosial responden turut membentuk ketertarikan mereka.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata faktor lingkungan sosial sebesar 3,60 menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam membentuk minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style. Lingkungan pergaulan dan komunitas, baik secara langsung maupun melalui media sosial, berkontribusi dalam menumbuhkan dan memperkuat minat responden terhadap gaya berpakaian tersebut.

2. Kebutuhan dan Keinginan Pribadi

Tabel 3.2 Tabel Rata-Rata Kebutuhan dan Keinginan Pribadi

Kebutuhan dan Keinginan Pribadi	
Butir Item	Mean
5	3.387096774
6	3.129032258
7	3.365591398
8	3.494623656
9	3.559139785
Total	3.387096774

**Gambar 3. 3 Diagram batang faktor kebutuhan dan keinginan**

Faktor kebutuhan dan keinginan pribadi merupakan bagian dari faktor internal yang memengaruhi minat individu terhadap suatu objek. Faktor ini berkaitan dengan dorongan dari dalam diri responden, baik berupa kebutuhan pribadi maupun keinginan untuk mengekspresikan diri melalui gaya berpakaian tertentu, dalam hal ini Y2K style.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap faktor kebutuhan dan keinginan pribadi, diperoleh nilai rata-rata (mean) keseluruhan sebesar 3,39. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden cenderung setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang menggambarkan adanya kebutuhan dan keinginan pribadi dalam memengaruhi minat mereka terhadap Y2K style.

Jika ditinjau berdasarkan masing-masing butir item, butir item 5 memperoleh nilai mean sebesar 3,39, yang menunjukkan bahwa kebutuhan dan keinginan pribadi responden berada pada kategori cukup baik dalam mendorong minat terhadap Y2K style.

Selanjutnya, butir item 6 memperoleh nilai mean terendah, yaitu sebesar 3,13. Hal ini menunjukkan bahwa pada aspek yang diukur dalam butir tersebut, pengaruh kebutuhan dan keinginan pribadi terhadap minat responden relatif lebih rendah dibandingkan butir lainnya, meskipun masih berada pada kategori cukup.

Pada butir item 7, nilai mean yang diperoleh sebesar 3,37, yang menunjukkan bahwa responden cenderung cukup setuju bahwa faktor kebutuhan dan keinginan pribadi turut berperan dalam membentuk minat terhadap Y2K style.

Sementara itu, butir item 8 memperoleh nilai mean sebesar 3,49, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa keinginan pribadi memiliki kontribusi

dalam ketertarikan mereka terhadap Y2K style. Hal ini mengindikasikan bahwa gaya Y2K dipandang mampu memenuhi kebutuhan ekspresi diri responden.

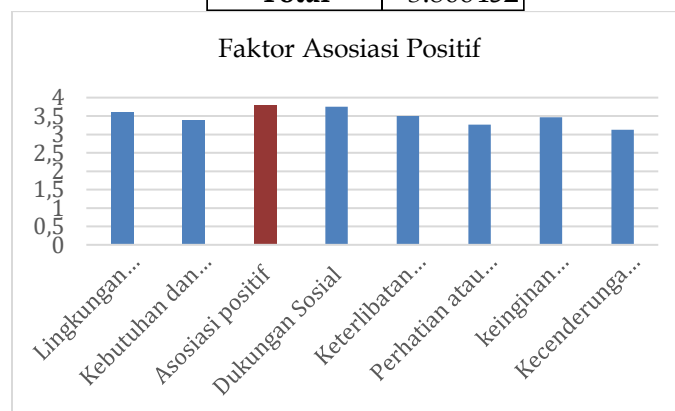
Pada butir item 9, nilai mean yang diperoleh sebesar 3,56, yang merupakan nilai tertinggi dalam faktor ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung setuju bahwa keinginan pribadi menjadi salah satu pendorong utama dalam membentuk minat terhadap Y2K style.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata faktor kebutuhan dan keinginan pribadi sebesar 3,39 menunjukkan bahwa dorongan internal berupa kebutuhan dan keinginan pribadi memiliki peran yang cukup signifikan dalam membentuk minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style.

3. Asosiasi Positif

Tabel 3.3 Tabel Rata-rata Asosiasi Positif

Asosiasi Positif	
Butir Item	Mean
10	3.956989
11	3.935484
12	3.526882
Total	3.806452



Gambar 3. 4 Diagram batang faktor asosiasi positif

Faktor asosiasi positif merupakan bagian dari faktor internal yang mencerminkan hubungan positif dan kesan yang dimiliki responden terhadap Y2K style. Asosiasi positif berperan dalam memperkuat minat individu karena adanya pengalaman atau kesan yang menyenangkan terhadap objek yang diminati.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diperoleh nilai rata-rata (mean) keseluruhan sebesar 3,81. Nilai ini menunjukkan bahwa secara umum, responden memiliki kecenderungan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang mengukur asosiasi positif terhadap Y2K style.

Jika kita tinjau berdasarkan masing-masing butir item, butir item 10 memperoleh nilai mean tertinggi, yaitu 3,96, yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa asosiasi positif terhadap Y2K style cukup kuat.

Butir item 11 juga menunjukkan nilai mean yang tinggi, yaitu 3,94, menandakan bahwa sebagian besar responden juga memiliki kesan positif yang kuat terhadap Y2K style.

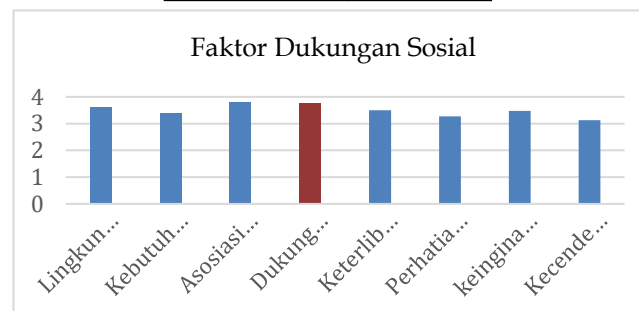
Sementara itu, butir item 12 memperoleh nilai mean sebesar 3,53, yang juga menunjukkan bahwa responden cenderung setuju bahwa asosiasi positif terhadap Y2K style berperan dalam membentuk minat mereka.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata faktor asosiasi positif sebesar 3,81 menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat asosiasi positif yang cukup tinggi terhadap Y2K style. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman dan kesan positif yang dimiliki responden terhadap gaya tersebut berperan penting dalam membentuk minat mereka.

4. Dukungan Sosial

Tabel 3.4 Rata-Rata Dukungan Sosial

Dukungan Sosial	
Butir Item	Mean
13	3.698925
14	3.849462
15	3.612903
16	3.83871
Total	3.75



Gambar 3. 5 Diagram batang faktor dukungan sosial

Faktor dukungan sosial merupakan bagian dari faktor eksternal yang memengaruhi minat individu terhadap suatu objek. Dukungan sosial dapat berasal dari teman sebaya, komunitas, maupun lingkungan sosial yang memberikan penguatan terhadap ketertarikan individu, termasuk dalam konteks minat terhadap Y2K style.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap faktor dukungan sosial, diperoleh nilai rata-rata (mean) keseluruhan sebesar 3,75. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden cenderung setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang menggambarkan adanya dukungan sosial dalam membentuk minat mereka terhadap Y2K style.

Jika ditinjau berdasarkan masing-masing butir item, butir item 13 memperoleh nilai mean sebesar 3,70, yang menunjukkan bahwa dukungan sosial pada aspek tersebut berada pada kategori cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa responden merasakan adanya pengaruh dari lingkungan sosial, meskipun tidak terlalu dominan.

Selanjutnya, butir item 14 memperoleh nilai mean tertinggi, yaitu sebesar 3,85, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa dukungan dari lingkungan

sekitar, seperti teman atau komunitas, memberikan pengaruh yang kuat terhadap minat mereka pada Y2K style.

Pada butir item 15, nilai mean yang diperoleh sebesar 3,61, yang menunjukkan bahwa responden cukup setuju bahwa dukungan sosial turut mendorong minat terhadap Y2K style, meskipun intensitasnya lebih rendah dibandingkan butir lainnya.

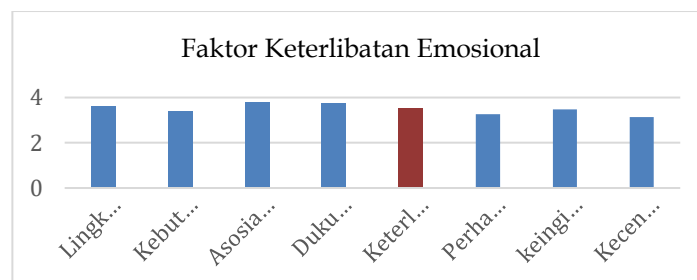
Sementara itu, butir item 16 memperoleh nilai mean sebesar 3,84, yang menunjukkan bahwa responden cenderung setuju bahwa adanya dukungan sosial dapat memperkuat ketertarikan mereka terhadap Y2K style.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata faktor dukungan sosial sebesar 3,75 menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki peran yang cukup kuat dalam membentuk minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style. Dukungan dari lingkungan sosial dan komunitas berkontribusi dalam memperkuat ketertarikan responden terhadap gaya berpakaian tersebut.

5. Keterlibatan Emosional

Tabel 3.5 Tabel Rata-Rata Keterlibatan Emosional

Keterlibatan Emosional	
Butir Item	Mean
17	3.741935
18	3.645161
19	3.451613
20	3.473118
21	3.387097
22	3.322581
Total	3.503584



Gambar 3. 6 Diagram Batang faktor keterlibatan emosional

Faktor keterlibatan emosional merupakan bagian dari faktor internal yang berkaitan dengan perasaan dan respons emosional individu terhadap suatu objek. Keterlibatan emosional berperan dalam membentuk minat karena individu cenderung tertarik pada objek yang mampu menimbulkan perasaan senang, nyaman, atau keterikatan emosional.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap faktor keterlibatan emosional, diperoleh nilai rata-rata (mean) keseluruhan sebesar 3,50. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden cenderung setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang menggambarkan adanya keterlibatan emosional dalam membentuk minat mereka terhadap Y2K style.

Jika ditinjau berdasarkan masing-masing butir item, butir item 17 memperoleh nilai mean tertinggi, yaitu sebesar 3,74, yang menunjukkan bahwa responden setuju bahwa keterlibatan emosional memiliki peran dalam ketertarikan mereka terhadap Y2K style.

Selanjutnya, butir item 18 memperoleh nilai mean sebesar 3,65, yang menunjukkan bahwa responden cenderung setuju bahwa perasaan dan emosi yang muncul saat melihat atau mengikuti Y2K style memengaruhi minat mereka.

Pada butir item 19, nilai mean yang diperoleh sebesar 3,45, yang menunjukkan bahwa responden cukup setuju bahwa keterlibatan emosional turut berperan dalam membentuk minat terhadap Y2K style.

Sementara itu, butir item 20 memperoleh nilai mean sebesar 3,47, yang juga menunjukkan bahwa responden cukup setuju terhadap pernyataan yang mengukur keterlibatan emosional.

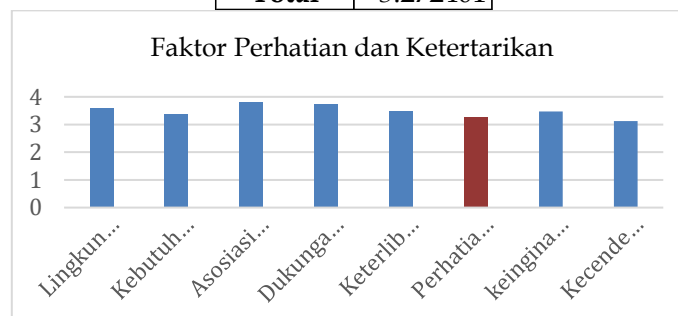
Pada butir item 21, nilai mean sebesar 3,39 menunjukkan bahwa keterlibatan emosional responden terhadap Y2K style berada pada kategori cukup, sedangkan butir item 22 memperoleh nilai mean terendah, yaitu sebesar 3,32, yang menunjukkan bahwa aspek keterlibatan emosional pada butir tersebut dirasakan relatif lebih rendah dibandingkan butir lainnya.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata faktor keterlibatan emosional sebesar 3,50 menunjukkan bahwa keterlibatan emosional memiliki peran yang cukup signifikan dalam membentuk minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style. Perasaan senang dan keterikatan emosional terhadap gaya berpakaian tersebut turut mendorong ketertarikan responden.

6. Perhatian dan Ketertarikan

Tabel 3.6 Tabel Rata-Rata Faktor Perhatian dan Ketertarikan

Perhatian atau Ketertarikan	
Butir Item	Mean
23	3.784946
24	3.516129
25	3.344086
26	3.086022
27	2.956989
28	2.946237
Total	3.272401



Gambar 3. 7 Diagram batang faktor perhatian dan ketertarikan

Faktor perhatian atau ketertarikan merupakan bagian dari faktor internal yang berkaitan dengan fokus dan ketertarikan individu terhadap suatu objek. Perhatian menjadi dasar munculnya minat, karena individu cenderung memberikan fokus lebih besar pada objek yang dianggap menarik atau relevan dengan dirinya.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap faktor perhatian atau ketertarikan, diperoleh nilai rata-rata (mean) keseluruhan sebesar 3,27. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden berada pada kategori cukup setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang menggambarkan adanya perhatian atau ketertarikan terhadap Y2K style.

Jika ditinjau berdasarkan masing-masing butir item, butir item 23 memperoleh nilai mean tertinggi, yaitu sebesar 3,78, yang menunjukkan bahwa responden cenderung setuju bahwa Y2K style menarik perhatian mereka.

Selanjutnya, butir item 24 memperoleh nilai mean sebesar 3,52, yang menunjukkan bahwa responden cukup setuju terhadap pernyataan pada butir tersebut, sehingga menunjukkan adanya ketertarikan terhadap Y2K style.

Pada butir item 25, nilai mean yang diperoleh sebesar 3,34, yang menunjukkan bahwa tingkat perhatian responden terhadap Y2K style berada pada kategori cukup.

Sementara itu, butir item 26 memperoleh nilai mean sebesar 3,09, yang menunjukkan bahwa responden cenderung netral hingga cukup setuju terhadap pernyataan yang mengukur perhatian atau ketertarikan terhadap Y2K style.

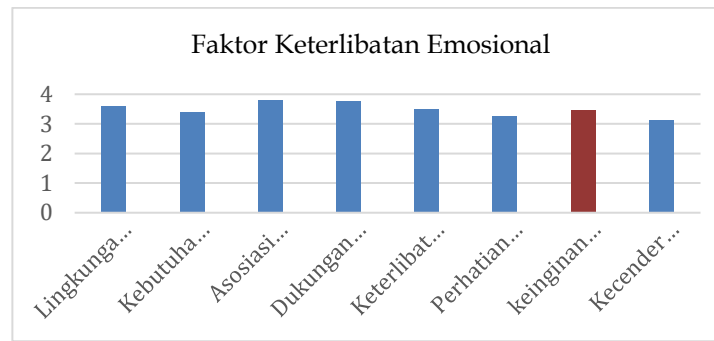
Pada butir item 27 dan butir item 28, nilai mean yang diperoleh masing-masing sebesar 2,96 dan 2,95, yang merupakan nilai terendah dalam faktor ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada aspek tertentu, tingkat perhatian atau ketertarikan responden terhadap Y2K style relatif lebih rendah dibandingkan aspek lainnya.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata faktor perhatian atau ketertarikan sebesar 3,27 menunjukkan bahwa perhatian fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style berada pada kategori cukup. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun Y2K style menarik bagi sebagian responden, tingkat perhatian yang diberikan masih bervariasi dan belum sepenuhnya kuat pada seluruh aspek yang diukur.

7. Keinginan Memiliki

Tabel 3.7 Tabel Rata-Rata Faktor Keinginan memiliki

Keinginan Meimiliki	
Butir Item	Mean
29	3.258065
30	3.677419
31	3.956989
32	3.83871
33	3.225806
34	2.666667
Total	3.437276



Gambar 3. 8 Diagram batang faktor keterlibatan emosional

Faktor keinginan memiliki merupakan bagian dari faktor internal yang berkaitan dengan dorongan individu untuk memiliki atau menggunakan suatu objek. Keinginan memiliki mencerminkan intensitas minat yang lebih lanjut, karena individu tidak hanya tertarik, tetapi juga terdorong untuk mewujudkan ketertarikan tersebut dalam bentuk kepemilikan.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap faktor keinginan memiliki, diperoleh nilai rata-rata (mean) keseluruhan sebesar 3,44. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden cenderung setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang menggambarkan adanya keinginan memiliki terhadap Y2K style.

Jika ditinjau berdasarkan masing-masing butir item, butir item 29 memperoleh nilai mean sebesar 3,26, yang menunjukkan bahwa keinginan memiliki responden terhadap aspek yang diukur berada pada kategori cukup.

Selanjutnya, butir item 30 memperoleh nilai mean sebesar 3,68, yang menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan yang mengukur dorongan untuk memiliki produk atau busana dengan gaya Y2K.

Pada butir item 31, nilai mean yang diperoleh sebesar 3,96, yang merupakan nilai tertinggi dalam faktor ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa mereka memiliki keinginan yang kuat untuk memiliki atau menggunakan fashion Y2K.

Sementara itu, butir item 32 memperoleh nilai mean sebesar 3,84, yang menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan pada butir tersebut, sehingga memperkuat indikasi adanya keinginan memiliki terhadap Y2K style.

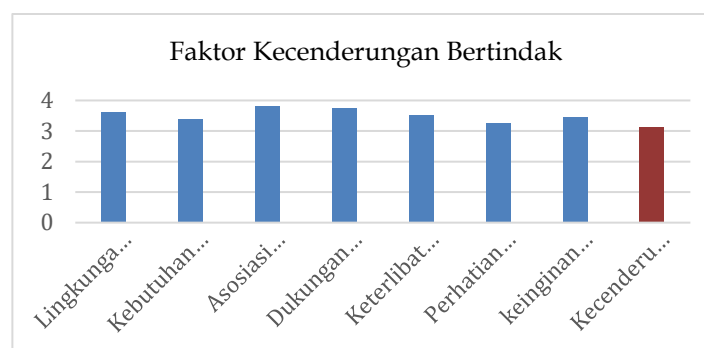
Pada butir item 33, nilai mean sebesar 3,23 menunjukkan bahwa keinginan memiliki responden berada pada kategori cukup. Sebaliknya, butir item 34 memperoleh nilai mean terendah, yaitu sebesar 2,67, yang menunjukkan bahwa pada aspek tertentu, keinginan memiliki terhadap Y2K style relatif rendah dibandingkan aspek lainnya.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata faktor keinginan memiliki sebesar 3,44 menunjukkan bahwa keinginan fandom Aespa (MY) untuk memiliki fashion dengan gaya Y2K berada pada kategori cukup baik hingga baik. Hal ini menunjukkan bahwa minat terhadap Y2K style tidak hanya berhenti pada ketertarikan, tetapi juga berkembang menjadi dorongan untuk memiliki.

8. Kecenderungan bertindak

**Tabel 3.8 Tabel Rata-Rata Faktor
Kecenderungan Bertindak**

Kecenderungan Bertindak	
Butir Item	Mean
35	3.05376344
36	3.3655914
37	2.69892473
38	3.66666667
39	2.88172043
40	3.13978495
Total	3.1344086



Gambar 3. 9 Diagram batang faktor kecenderungan bertindak

Faktor kecenderungan bertindak merupakan bagian dari faktor internal yang berkaitan dengan kesiapan dan dorongan individu untuk mewujudkan minat dalam bentuk tindakan nyata. Kecenderungan bertindak mencerminkan sejauh mana minat yang dimiliki individu berlanjut pada perilaku, seperti mencoba, menggunakan, atau mengikuti suatu gaya tertentu, dalam hal ini Y2K style.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap faktor kecenderungan bertindak, diperoleh nilai rata-rata (mean) keseluruhan sebesar 3,13. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden berada pada kategori cukup, yang mengindikasikan bahwa kecenderungan untuk bertindak berdasarkan minat terhadap Y2K style belum sepenuhnya kuat.

Jika ditinjau berdasarkan masing-masing butir item, butir item 35 memperoleh nilai mean sebesar 3,05, yang menunjukkan bahwa kecenderungan bertindak responden pada aspek tersebut berada pada kategori cukup. Selanjutnya, butir item 36 memperoleh nilai mean sebesar 3,37, yang menunjukkan bahwa responden cukup setuju bahwa mereka memiliki kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan minat terhadap Y2K style.

Pada butir item 37, nilai mean yang diperoleh sebesar 2,70, yang merupakan salah satu nilai terendah dalam faktor ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada aspek tertentu, kecenderungan responden untuk bertindak masih relatif rendah.

Sementara itu, butir item 38 memperoleh nilai mean tertinggi, yaitu sebesar 3,67, yang menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap pernyataan yang mengukur kesiapan bertindak dalam konteks Y2K style.

Pada butir item 39, nilai mean sebesar 2,88 menunjukkan bahwa kecenderungan bertindak responden terhadap aspek tersebut masih berada pada kategori cukup rendah.

Sedangkan butir item 40 memperoleh nilai mean sebesar 3,14, yang menunjukkan bahwa responden cukup setuju terhadap pernyataan yang mengukur kecenderungan bertindak terhadap Y2K style.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata faktor kecenderungan bertindak sebesar 3,13 menunjukkan bahwa meskipun responden memiliki minat terhadap Y2K style, kecenderungan untuk merealisasikan minat tersebut dalam bentuk tindakan nyata masih berada pada tingkat sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi keputusan responden untuk bertindak, seperti keterbatasan finansial, kesempatan, atau situasi sosial.

B. Pembahasan

1. Pembahasan Faktor Lingkungan Sosial

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa faktor lingkungan sosial memiliki nilai rata-rata sebesar 3,60, yang berada pada kategori baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa lingkungan sosial, seperti pergaulan dan komunitas fandom, berperan dalam membentuk minat responden terhadap Y2K style.

Menurut Slameto (2010), lingkungan sosial merupakan faktor eksternal yang dapat memengaruhi minat individu melalui interaksi sosial dan norma yang berlaku di lingkungan tersebut. Dalam konteks fandom Aespa (MY), lingkungan sosial tidak hanya terbatas pada lingkungan fisik, tetapi juga lingkungan digital melalui media sosial. Paparan terhadap gaya berpakaian Y2K yang sering ditampilkan oleh sesama penggemar maupun idol yang dikagumi mendorong munculnya ketertarikan terhadap gaya tersebut.

Namun demikian, terdapat variasi nilai mean pada tiap butir item, yang menunjukkan bahwa tidak semua responden merasakan pengaruh lingkungan sosial secara sama kuat. Hal ini menandakan bahwa meskipun lingkungan sosial berperan, minat terhadap Y2K style tetap dipengaruhi oleh kondisi dan preferensi pribadi masing-masing individu.

2. Pembahasan Faktor Kebutuhan dan Keinginan Pribadi

Faktor kebutuhan dan keinginan pribadi memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,39, yang berada pada kategori cukup baik. Hasil ini menunjukkan bahwa dorongan internal berupa kebutuhan dan keinginan pribadi turut berperan dalam membentuk minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style.

Slameto (2010) menyatakan bahwa kebutuhan dan motif merupakan faktor internal yang dapat menumbuhkan minat, karena individu cenderung tertarik pada objek yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya. Dalam penelitian ini, Y2K style dipersepsikan oleh responden sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, identitas, dan selera fashion.

Meskipun demikian, nilai rata-rata yang tidak terlalu tinggi menunjukkan bahwa kebutuhan dan keinginan pribadi bukan satu-satunya faktor dominan. Hal ini dapat disebabkan oleh adanya pertimbangan lain, seperti keterbatasan ekonomi atau kesesuaian gaya Y2K dengan kehidupan sehari-hari responden.

3. Pembahasan Faktor Asosiasi Positif

Faktor asosiasi positif memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,81, yang termasuk dalam kategori baik dan merupakan salah satu faktor dengan nilai tertinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman dan kesan positif responden terhadap Y2K style memiliki peran penting dalam membentuk minat.

Menurut Slameto (2010), minat akan tumbuh apabila individu memiliki perasaan senang dan pengalaman positif terhadap suatu objek. Dalam konteks penelitian ini, asosiasi positif dapat berasal dari citra Y2K style yang melekat pada Aespa, seperti kesan modern, unik, dan sesuai dengan konsep grup tersebut.

Tingginya nilai faktor asosiasi positif menunjukkan bahwa pengalaman visual dan emosional yang menyenangkan saat melihat Y2K style mampu memperkuat minat responden. Hal ini menegaskan bahwa aspek psikologis berupa kesan positif memiliki pengaruh besar dalam pembentukan minat terhadap gaya berpakaian.

4. Pembahasan Faktor Dukungan Sosial

Faktor dukungan sosial memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,75, yang berada pada kategori baik. Hasil ini menunjukkan bahwa dukungan dari lingkungan sosial, seperti teman sebaya atau komunitas fandom, turut memperkuat minat responden terhadap Y2K style.

Slameto (2010) menyebutkan bahwa faktor eksternal, termasuk dukungan dari lingkungan sekitar, dapat memengaruhi minat individu. Dalam penelitian ini, dukungan sosial dapat berupa penguatan dari sesama penggemar, diskusi di media sosial, maupun penerimaan lingkungan terhadap penggunaan Y2K style.

Dukungan sosial yang positif dapat menumbuhkan rasa percaya diri responden untuk menyukai dan mengadopsi Y2K style. Namun, perbedaan nilai mean antarbutir menunjukkan bahwa tingkat dukungan sosial yang dirasakan responden bervariasi.

5. Pembahasan Faktor Keterlibatan Emosional

Faktor keterlibatan emosional memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,50, yang berada pada kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa perasaan dan keterikatan emosional responden terhadap Y2K style berperan dalam membentuk minat.

Menurut Slameto (2010), perasaan senang merupakan salah satu faktor internal yang mendorong munculnya minat. Responden yang merasakan keterikatan emosional terhadap Y2K style cenderung memiliki minat yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak memiliki keterlibatan emosional.

Namun demikian, nilai rata-rata yang tidak terlalu tinggi menunjukkan bahwa keterlibatan emosional responden masih bersifat moderat. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan intensitas ketertarikan emosional terhadap konsep Y2K yang ditampilkan oleh Aespa.

6. Pembahasan Faktor Perhatian atau Ketertarikan

Faktor perhatian atau ketertarikan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,27, yang berada pada kategori cukup. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun Y2K style menarik perhatian responden, tingkat perhatian yang diberikan belum sepenuhnya tinggi pada seluruh aspek yang diukur.

Slameto (2010) menjelaskan bahwa perhatian merupakan dasar munculnya minat. Individu yang memberikan perhatian lebih besar terhadap suatu objek cenderung memiliki minat yang lebih kuat. Dalam penelitian ini, variasi nilai mean antarbutir menunjukkan bahwa tidak semua aspek Y2K style mampu menarik perhatian responden secara konsisten.

7. Pembahasan Faktor Keinginan Memiliki

Faktor keinginan memiliki memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,44, yang berada pada kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa minat responden terhadap Y2K style

telah berkembang menjadi dorongan untuk memiliki atau menggunakan fashion dengan gaya tersebut.

Menurut Slameto (2010), kebutuhan dan motif dapat mendorong individu untuk bertindak. Keinginan memiliki merupakan salah satu bentuk manifestasi dari minat yang lebih lanjut. Namun, nilai rata-rata yang tidak terlalu tinggi menunjukkan bahwa keinginan memiliki masih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kemampuan finansial dan kebutuhan prioritas responden.

8. Pembahasan Faktor Kecenderungan Bertindak

Faktor kecenderungan bertindak memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,13, yang merupakan nilai terendah dibandingkan faktor lainnya dan berada pada kategori cukup. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun responden memiliki minat terhadap Y2K style, kecenderungan untuk mewujudkan minat tersebut dalam bentuk tindakan nyata masih terbatas.

Slameto (2010) menyatakan bahwa kesiapan diri memengaruhi munculnya tindakan. Rendahnya kecenderungan bertindak dapat disebabkan oleh keterbatasan tertentu, seperti situasi sosial, ekonomi, atau kurangnya kesempatan untuk menerapkan Y2K style dalam kehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa minat fandom Aespa (MY) terhadap Y2K style berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Y2K style memiliki daya tarik yang kuat di kalangan fandom Aespa (MY) dan menjadi salah satu gaya fashion yang diminati serta relevan dengan karakteristik responden.

Hasil analisis deskriptif menggunakan nilai rerata (mean) menunjukkan bahwa seluruh faktor minat berada pada kategori sedang hingga tinggi, yang mengindikasikan bahwa Y2K style sebagai estetika visual Aespa mendapat respons positif dari fandom MY di Indonesia.

Hasil analisis deskriptif menggunakan nilai rerata (mean) menunjukkan bahwa seluruh faktor minat berada pada kategori sedang hingga tinggi, yang mengindikasikan bahwa Y2K style sebagai estetika visual Aespa mendapat respons positif dari fandom MY di Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode analisis yang lebih mendalam, seperti analisis korelasional atau analisis faktor, guna mengetahui hubungan antar faktor yang memengaruhi minat terhadap Y2K style. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memperluas jumlah responden dan cakupan objek penelitian agar hasil penelitian lebih representatif.

2. Bagi Pelaku Industri Fashion

Pelaku industri fashion diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam merancang produk fashion dengan gaya Y2K yang sesuai dengan preferensi dan karakteristik fandom K-pop, khususnya fandom Aespa (MY).

3. Bagi Fandom dan Komunitas

Fandom dan komunitas penggemar diharapkan dapat memanfaatkan Y2K style sebagai sarana ekspresi diri yang positif dan kreatif, serta tetap mempertimbangkan nilai-nilai kesesuaian dan kenyamanan dalam berbusana.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam Fauzi, M., Nuraeni, R., Telekomunikasi], J., & Buah Batu Bandung, T. (2017). *PENGELOLAAN KESAN MAHASISWA PENGGUNA OOTD STYLE DI INSTAGRAM (Studi Dramaturgi)*
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1991). *Prediction of leisure participation from behavioral, normative, and control beliefs: An application of the theory of planned behavior. Leisure sciences, 13*(3), 185-204.
- Arsita, N., & Sanjaya, V. F. (2021). The Influence of Lifestyle and Fashion Trends on Online Purchase Decisions for Fashion
- AS A MEDIA PRESENTATION (Study of Communication In approach Dramaturgy Erving Goffman)* (Vol. 2, Issue 1).
- Ayu Sukmadewi, A., & Mas Bakar, R. (2022). *Efektivitas Penggunaan Selebriti (Attractiveness Selebriti Endorse) Melalui Media*
- Bambang, 1984-; Sudarma S.. (2012.). *Instagram handbook / Bambang ; penyunting, Sudarma S.. Jakarta :: Mediakita*
- Barnard, M. (2014). *Fashion theory: An introduction*. Routledge.
- Blumer, H. (1969). Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection. *The Sociological Quarterly, 10*(3), 275– 291.
- Cania, N., & Heryani, R. D. (2020). PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN MINAT
- Click, M. A., Lee, H., & Holladay, H. W. (2017). Making monsters: Lady Gaga, fan identification, and social media. *Journal of Fandom Studies, 5*(2), 201–218.
- Craik, J. (2020). *Fashion: The key concepts* (2nd ed.). Bloomsbury.
- Crane, D. (2012). *Fashion and its social agendas: Class, gender, and identity in clothing*. University of Chicago Press.
- Crow, L. D., & Crow, A. (2010). *Educational psychology*. American Book Company.
- Fikrian, M. (2018). *Analisis Peran Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Angkatan Indian Management, 14*(3), 14-30.
- Holland, J. (2007). *Fashion theory* (Vol. 11, Issue 1).
- Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium. *Avant Garde, 7*(1), 19-41.
- Iqbal, M., Hasanuddin, U., Perintis, J., & Km10, K. (n.d.). *Efektifitas Penggunaan Fitur Instagram Dalam Meningkatkan Pertemanan Remaja SMA Negeri 1 Maros Di Era Digital* (Vol. 08, Issue 02).
- Juliana Nurwahyuni, F., & Yuliana, N. (2024). Pengaruh Estetika Visual dalam Video Musik K-Pop Aespa Terhadap Persepsi Merek di Kalangan Gen-Z. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research, 1*(3b), 802–812. <https://doi.org/10.32672/mister.v1i3b.1741>

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kawamura, Y. (2018). *Fashion-ology: An introduction to fashion studies* (2nd ed.). Bloomsbury Academic.
- Kim, J., & Ko, E. (2019). The impact of K-pop celebrities on fashion brand awareness and purchase intention. *Journal of Global Fashion Marketing*, 10(1), 1–15.
- Maryolein, S., Hapsari, N. D., & Oktaviani, R. C. (2019).
- Nurkarima, N. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlakul Karimah dan Akhlakul Madzmumah Siswa Di SMAN 1 Kauman Tahun Ajaran 2017/2018.
- NUSANTARA. *Research and Development Journal of Education*, 1(1), 91. <https://doi.org/10.30998/rdje.v1i1.7562>
- Oh, I., & Park, G. S. (2021). The global circulation of K-pop: Fan participation and cultural production. *International Journal of Cultural Studies*, 24(1), 121–137.
- Products on Instagram Social Media. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 7(02).
- Putri, A. A. M. S., & Patria, A. S. (2022). Perancangan referensi gaya berpakaian thrifting melalui feed instagram. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 3(2), 125-137.
- Putri, N. K. (2022). *TIKTOK SEBAGAI REFERENSI FASHION*
- Rastika, I. (2017). Menguak layar bisnis selebgram. Retrieved from <https://megapolitan>.
- Renninger, K. A., & Hidi, S. (2016). Interest matters: The importance of promoting interest in education. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 3(1), 20–29.
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tenardi, S. G. (2024). Next level of Y2K fashion trend in Aespa Spicy. *Atlantis Press Proceedings*.
- Ulfah, R., Ratnamulyani, I. A., & Fitriah, M. (2016). *FENOMENA PENGGUNAAN FOTO OUTFIT OF THE DAY DI INSTGRAM*
- Wicaksono, M. A., & Maryana, D. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia. *Jurnal Sosial-Politika*, 2(2), 74-85.
- Yang, X. (2023). *Retro Futurism: The Resurgence of Y2K Style in the Fashion Field*. *SHS Web of Conferences*.
- Zhang, Y. (2023). *Nostalgia, youth culture, and Y2K fashion revival*. *Journal of Cultural Trends*, 12(4), 389–402.