JURNAL ACTA DIURNA KOMUNIKASI
Vol. 7 Nomor 1, 2026 [e-ISSN 2685 6999]

FASHION Y2K SEBAGAI KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL DAN IDENTITAS DIRI MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FISIP UNIVERSITAS SAM RATULANGI

Natasya Rosye Claudi Pandean[1)]
Julius Randang[2)]
Jeffry Wiliam Londa[3)]
Universitas Sam Ratulangi Manado, Jln. Kampus Bahu, 95115, Indonesia
email: natasyapandean085@student.unsrat.ac.id

ABSTRACT

Keywords:

Y2K Fashion; Artifact Communication; Self-Identity; Nonverbal Communication; University Students

This study aims to examine the phenomenon of Y2K fashion as a form of artifact communication and self-identity expression among students in the Department of Communication Studies, Faculty of Social and Political Sciences, Sam Ratulangi University, Manado. The resurgence of the Y2K trend not only reflects changes in clothing styles but also indicates a shift in the function of fashion as a medium of nonverbal communication. This study employs a qualitative descriptive approach. Informants were selected using purposive sampling, consisting of students who wear Y2K fashion and lecturers serving as supporting informants. Data were collected through participant observation, semi-structured interviews, and documentation, and were analyzed using thematic analysis. The findings indicate that Y2K fashion functions as a form of artifact communication that conveys messages regarding an individual's identity, values, and character prior to verbal communication. Appearance serves as a catalyst for social interaction and contributes to the formation of first impressions within the university environment. Furthermore, Y2K fashion is consciously used as a means of self-expression that can enhance self-confidence and communicate personal uniqueness. However, the use of fashion remains influenced by prevailing social and academic norms, making it contextual and subject to negotiation. Responses from the academic environment toward this phenomenon vary, although it is generally accepted as part of the social dynamics among university students. Thus, Y2K fashion should not merely be understood as a trend but also as a form of nonverbal communication practice that contributes to the construction of self-identity and social interaction among students within the university environment.

Kata Kunci:

Fashion Y2K; Komunikasi Artifaktual; Identitas Diri; Komunikasi Nonverbal; Mahasiswa

Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena fashion Y2K sebagai bentuk komunikasi artifaktual dan ekspresi identitas diri mahasiswa di lingkungan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sam Ratulangi Manado. Perkembangan tren Y2K yang kembali populer tidak hanya menunjukkan perubahan gaya berpakaian, tetapi juga mengindikasikan pergeseran fungsi fashion sebagai media komunikasi nonverbal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling yang terdiri dari mahasiswa pengguna fashion Y2K dan dosen sebagai informan pendukung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, serta dianalisis menggunakan analisis tematik.Hasil penelitian menunjukkan bahwa fashion Y2K berfungsi sebagai komunikasi artifaktual yang menyampaikan pesan tentang identitas, nilai, dan karakter individu sebelum komunikasi verbal terjadi. Penampilan menjadi pemicu interaksi sosial dan membentuk kesan awal dalam lingkungan kampus. Selain itu, fashion Y2K digunakan secara sadar sebagai sarana ekspresi diri yang dapat meningkatkan kepercayaan

diri dan menunjukkan keunikan personal. Namun, penggunaan fashion tetap mempertimbangkan norma sosial dan akademik yang berlaku, sehingga bersifat kontekstual dan dinegosiasikan. Respons lingkungan akademik terhadap fenomena ini cenderung beragam, namun secara umum masih dapat diterima sebagai bagian dari dinamika sosial mahasiswa. Dengan demikian, fashion Y2K tidak hanya dipahami sebagai tren, tetapi sebagai praktik komunikasi nonverbal yang berperan dalam pembentukan identitas diri dan interaksi sosial mahasiswa di lingkungan kampus.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman di era kontemporer telah mengubah fungsi pakaian dari sekadar kebutuhan primer menjadi media ekspresi identitas sosial. Dalam dekade terakhir, tren fashion yang dikenal sebagai Y2K (Year 2000) mengalami kebangkitan signifikan di berbagai belahan dunia. Karakteristik gaya ini mencakup penggunaan crop top, baby tee, tank top, celana cargo, celana low waist, serta aksesori bold yang mencerminkan estetika awal abad dua puluh satu. Fenomena ini tidak terbatas pada negara-negara Barat, melainkan telah merambah ke berbagai negara berkembang termasuk Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda perkotaan.

Di lingkungan Universitas Sam Ratulangi Manado, khususnya pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, tren fashion Y2K mulai terlihat secara konsisten dalam beberapa tahun terakhir. Mahasiswa terlihat memadukan berbagai elemen gaya Y2K dalam aktivitas harian mereka, baik saat mengikuti perkuliahan formal, berpartisipasi dalam kegiatan organisasi kemahasiswaan, maupun dalam aktivitas santai di lingkungan kampus.
Kehadiran gaya ini telah menjadi bagian dari rutinitas keseharian mahasiswa, bukan sekadar tren sesaat yang muncul pada momen tertentu. Fenomena penggunaan fashion Y2K tersebut tampak mencolok karena berbeda dari gaya berpakaian mahasiswa pada umumnya yang cenderung lebih sederhana dan netral. Kehadirannya di ruang-ruang publik kampus kerap memunculkan berbagai respons sosial, mulai dari pandangan, komentar, hingga diskusi informal antar mahasiswa.

Dalam beberapa situasi, gaya berpakaian ini juga menarik perhatian dosen atau pihak kampus karena dianggap berada di batas antara kebebasan berekspresi dan norma berpakaian akademik yang berlaku. Di sisi lain, penggunaan fashion Y2K juga menghadirkan dinamika tersendiri di lingkungan akademik. Mahasiswa mengekspresikan diri secara terbuka melalui pilihan berpakaian, sementara lingkungan kampus memberikan respons yang beragam. Sebagian pihak memandang gaya berpakaian tersebut sebagai bentuk kebebasan berekspresi yang positif, namun ada pula yang menilainya terlalu mencolok atau kurang sesuai dengan konteks akademik [1].

Bentuk pakaian khas gaya Y2K menampilkan siluet yang lebih terbuka dan menonjolkan bagian tubuh tertentu. Hal ini terlihat dari penggunaan low-rise jeans dengan potongan drop waist yang dipadukan dengan crop top atau baby tee. Selain itu, rok mini dengan panjang di atas lutut serta pakaian dengan potongan mengikuti bentuk tubuh juga menjadi bagian dari gaya yang sering dijumpai di era ini.

Kombinasi item dalam satu tampilan juga menjadi ciri penting. Penggunaan denim pada atasan dan bawahan secara bersamaan (denim on denim) cukup sering ditemukan dan menjadi salah satu tampilan yang ikonik.

Di sisi lain, tracksuit berbahan velour juga banyak digunakan, menunjukkan adanya percampuran antara gaya olahraga dan gaya kasual dalam satu outfit.[1],[2] Aksesori yang digunakan cenderung bersifat mencolok dan berfungsi sebagai penunjang tampilan. Tas berukuran kecil, kacamata dengan lensa berwarna, serta sepatu seperti platform shoes dan chunky sneakers sering dipadukan untuk memperkuat kesan visual. Penggunaan logo merek yang ditampilkan secara jelas pada pakaian maupun aksesori juga menjadi bagian dari gaya ini, yang berkaitan dengan representasi status dalam budaya populer [3]. Gaya yang ditandai dengan siluet yang unik menjadi karakteristik menunjukkan bahwa fashion Y2K pada masa awalnya menekankan kebebasan berekspresi serta keberanian untuk tampil berbeda dari norma berpakaian sebelumnya.

Dalam konteks budaya populer global, estetika Y2K juga berkembang pesat melalui industri hiburan, khususnya dalam visual musik dan penampilan artis. Konsep futuristik, digital, serta perpaduan antara nuansa retro dan modern menjadi ciri khas yang sering diangkat dalam berbagai karya visual. Hal ini menunjukkan bahwa fashion Y2K tidak hanya terbatas pada busana, tetapi juga menjadi bagian dari konstruksi budaya visual yang lebih luas dalam industri kreatif [3]. Selain itu, dalam kajian visual, gaya Y2K juga banyak diadaptasi dalam fotografi fashion sebagai bentuk eksplorasi estetika yang menggabungkan unsur nostalgia dan modernitas. Penggunaan pencahayaan, warna, serta komposisi visual dalam fotografi Y2K menunjukkan bahwa gaya ini memiliki dimensi visual yang kuat dan tidak hanya terbatas pada aspek pakaian semata [4].

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa fashion Y2K merupakan fenomena multidimensional yang mencakup aspek busana, visual, serta budaya populer. Dalam konteks ini, pilihan berpakaian mahasiswa tidak hanya berfungsi sebagai tampilan visual, tetapi juga berperan dalam proses interaksi sosial. Cara mahasiswa menampilkan diri melalui busana memunculkan beragam penafsiran dari lingkungan sekitarnya, baik sebagai bentuk ekspresi diri maupun sebagai simbol tertentu yang dibaca oleh orang lain. Perbedaan penafsiran tersebut menunjukkan adanya proses penyampaian dan penerimaan pesan yang berlangsung melalui penampilan, namun belum sepenuhnya dipahami secara mendalam [5]. Fenomena fashion Y2K dapat dipahami melalui perspektif komunikasi nonverbal, khususnya komunikasi artifaktual.

Pesan nonverbal dapat dipahami sebagai segala bentuk penyampaian makna yang tidak menggunakan bahasa lisan, tetapi tetap memiliki fungsi yang signifikan dalam interaksi sosial. Rakhmat (2018: 355) menjelaskan bahwa pesan nonverbal berperan dalam membentuk kesan, memperkuat pesan verbal, serta memengaruhi cara individu memahami informasi yang diterima. Melalui ekspresi wajah, gerakan tubuh, maupun isyarat lainnya, individu dapat menunjukkan emosi, sikap, serta maksud tertentu tanpa harus mengungkapkannya secara langsung melalui kata-kata .[6] Selain itu, komunikasi nonverbal juga memiliki sejumlah fungsi yang melengkapi komunikasi verbal. Fungsi repetisi memungkinkan pesan nonverbal mengulang atau menegaskan pesan verbal yang disampaikan. Fungsi substitusi

terjadi ketika pesan nonverbal menggantikan komunikasi verbal, misalnya melalui gestur tertentu.

Fungsi kontradiksi muncul ketika pesan nonverbal menunjukkan makna yang berbeda dari pesan verbal, sehingga dapat menimbulkan ambiguitas. Sementara itu, fungsi komplemen berperan dalam melengkapi pesan verbal, dan fungsi aksentuasi digunakan untuk menekankan bagian tertentu dari pesan yang ingin disampaikan. Keberagaman fungsi ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal memiliki peran yang kompleks dalam proses penyampaian makna. Pengamatan terhadap penampilan tidak berhenti pada apa yang terlihat, tetapi berlanjut pada pembentukan penilaian awal.

Warna pakaian, kerapian, hingga detail kecil lainnya dapat memunculkan kesan tertentu yang melekat pada individu. Rakhmat (2018: 359) menjelaskan bahwa penampilan bekerja sebagai bagian dari sistem tanda yang menghasilkan makna melalui proses pengamatan visual.[6] Dari sini, penilaian terhadap seseorang mulai terbentuk bahkan sebelum interaksi verbal terjadi. Kesan awal yang muncul melalui penampilan sering kali berlangsung cepat dan tidak disadari. Informasi visual langsung diproses sebagai dasar untuk memahami karakter atau latar seseorang.

Situasi ini menunjukkan bahwa komunikasi artifaktual berfungsi sebagai mekanisme awal yang memengaruhi bagaimana individu dipersepsikan. Apa yang dikenakan tidak hanya dilihat sebagai pilihan pribadi, tetapi juga sebagai petunjuk yang digunakan orang lain untuk menilai. Pilihan gaya berpakaian juga tidak lepas dari pertimbangan situasi sosial. Individu cenderung menyesuaikan penampilan dengan konteks yang dihadapi, baik dalam lingkungan formal maupun santai. Penyesuaian tersebut memperlihatkan bahwa penampilan digunakan secara sadar untuk menghadirkan kesan tertentu.

Dengan kata lain, cara seseorang berpakaian dapat mencerminkan bagaimana ia ingin dipandang dalam situasi tertentu. Faktor lingkungan turut berperan dalam membentuk cara individu menampilkan dirinya. Interaksi dengan orang lain, norma yang berlaku, serta kebiasaan dalam suatu kelompok memengaruhi pilihan gaya yang digunakan. Penampilan akhirnya menjadi hasil dari pertemuan antara preferensi pribadi dan tuntutan sosial. Hal ini membuat komunikasi artifaktual tidak bersifat tetap, melainkan terus menyesuaikan diri dengan kondisi di sekitarnya. Penggunaan elemen visual seperti pakaian, gaya rambut, dan kosmetik semakin menegaskan bahwa penampilan memiliki fungsi komunikatif (Adetya, 2015).

Kombinasi dari berbagai unsur tersebut memungkinkan individu menampilkan kesan tertentu yang dapat ditangkap oleh orang lain. Kesan yang muncul kemudian menjadi dasar bagi terbentuknya persepsi sosial terhadap individu tersebut.[7] Pada lingkungan mahasiswa, praktik ini dapat diamati melalui cara individu menampilkan diri di ruang kampus. Penampilan sering digunakan sebagai cara untuk memperlihatkan keberadaan diri di tengah lingkungan sosial yang dinamis. Pilihan gaya berpakaian tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan praktis, tetapi juga oleh interaksi dengan teman sebaya, paparan media sosial, serta tren yang sedang berkembang.Cinde (2025) menyatakan bahwa fashion dapat dipahami sebagai bagian dari komunikasi artifaktual yang berperan dalam pembentukan identitas sosial [8]. Pandangan ini menegaskan bahwa penampilan memiliki peran yang lebih

luas dibandingkan sekadar fungsi dasar berpakaian, karena melalui penampilan individu dapat menyampaikan informasi mengenai dirinya kepada orang lain. Kemunculan gaya Y2K di kalangan mahasiswa memperlihatkan bagaimana tren visual dapat dimanfaatkan sebagai cara menampilkan diri. Ciri khas yang mencolok membuat gaya ini mudah dikenali dan memberikan kesan tertentu bagi orang yang melihatnya.

Melalui pilihan tersebut, mahasiswa tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga membentuk cara dirinya dipersepsikan di lingkungan sosial Dalam kajian ilmu komunikasi, pakaian tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh, tetapi juga sebagai simbol sosial dan representasi identitas diri. Melalui fashion, individu dapat menyampaikan pesan tertentu kepada lingkungan sosialnya tanpa harus menggunakan bahasa verbal. Teori ini relevan untuk memahami bagaimana fashion Y2K berfungsi sebagai media komunikasi di kalangan mahasiswa.

Selain sebagai media komunikasi, fashion juga memiliki peran penting dalam pembentukan identitas diri. Melalui pilihan pakaian, individu dapat menunjukkan siapa diri mereka, nilai-nilai yang mereka pegang, serta kelompok sosial yang mereka inginkan. Fashion Y2K yang dipilih mahasiswa dapat menjadi penanda identitas generasi yang berbeda dari generasi sebelumnya. Pemahaman terhadap hal ini penting untuk melihat bagaimana identitas diri mahasiswa terbentuk melalui media nonverbal. Relasi antara identitas diri dan fashion dapat dipahami sebagai bentuk artikulasi nilai dan ideologi yang tidak selalu diungkapkan melalui bahasa verbal. Pilihan gaya berpakaian sering kali merepresentasikan preferensi estetika sekaligus posisi ideologis tertentu.

Misalnya, subkultur seperti punk menggunakan fashion sebagai bentuk resistensi terhadap norma dominan, sementara gaya minimalis dapat mencerminkan orientasi pada kesederhanaan dan efisiensi. Dalam kerangka komunikasi artifaktual, pakaian berfungsi sebagai medium simbolik yang mengandung pesan tentang status sosial, afiliasi kelompok, hingga orientasi identitas personal. Hal ini menunjukkan bahwa identitas tidak hanya dibangun melalui refleksi internal, tetapi juga diproyeksikan melalui objek material yang dikenakan. Dengan kata lain, fashion menjadi sarana konkret bagi individu untuk mengonstruksi dan menegaskan siapa dirinya di ruang sosial. Perbedaan latar belakang sosial dan pengalaman individu turut memengaruhi bagaimana identitas yang ditampilkan melalui fashion dimaknai oleh orang lain. Makna yang dilekatkan pada suatu gaya berpakaian tidak selalu bersifat universal, sehingga membuka kemungkinan terjadinya perbedaan interpretasi.

Sebuah gaya yang dimaksudkan sebagai ekspresi kebebasan oleh individu tertentu dapat dipersepsikan sebagai bentuk penyimpangan oleh pihak lain. Kondisi ini memperlihatkan bahwa identitas yang dikomunikasikan melalui simbol visual rentan terhadap proses negosiasi makna di tingkat sosial. Ketidaksesuaian antara maksud pengirim pesan dan penafsiran penerima menjadi bagian dari dinamika komunikasi nonverbal, termasuk dalam penggunaan fashion sebagai media ekspresi diri. Oleh karena itu, identitas diri tidak hanya ditentukan oleh niat individu, tetapi juga oleh bagaimana simbol tersebut dipahami dalam konteks sosial yang lebih luas. Konteks mahasiswa sebagai kelompok sosial yang sedang berada pada fase eksplorasi identitas menjadikan fashion sebagai salah satu medium penting dalam proses tersebut. Gaya Y2K, yang menggabungkan elemen nostalgia dengan

reinterpretasi modern, memberikan ruang bagi mahasiswa untuk menegosiasikan identitasnya di tengah arus budaya populer.

Pilihan untuk mengadopsi gaya ini tidak semata-mata didorong oleh tren, tetapi juga berkaitan dengan upaya membangun citra diri, menunjukkan afiliasi generasional, serta mengekspresikan keunikan personal. Dengan demikian, identitas diri mahasiswa tidak hanya tercermin melalui aspek psikologis, tetapi juga melalui representasi visual yang dikomunikasikan kepada lingkungan sosial. Relevansi ini memperkuat posisi identitas diri sebagai konsep kunci dalam penelitian mengenai fashion Y2K sebagai komunikasi artifaktual, karena memungkinkan analisis yang lebih mendalam mengenai bagaimana mahasiswa memaknai dan menampilkan dirinya melalui pilihan gaya berpakaian

Era digital juga memberikan pengaruh signifikan terhadap tren fashion Y2K. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Pinterest menjadi platform utama dalam penyebaran gaya Y2K di kalangan mahasiswa. Melalui media sosial, mahasiswa dapat melihat, meniru, dan memodifikasi gaya Y2K yang mereka lihat. Hal ini menunjukkan bahwa fashion tidak hanya dipengaruhi oleh lingkungan fisik, tetapi juga oleh lingkungan digital yang semakin kuat pengaruhnya.

Penelitian mengenai fashion sebagai bentuk komunikasi artifaktual telah banyak dilakukan dalam berbagai konteks sosial. Salah satunya adalah penelitian oleh Umar, Sadono, dan Kuncoro (2024) yang mengkaji komunikasi artifaktual pada penggemar musik hardcore di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya . Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa gaya berpakaian menjadi representasi identitas diri yang khas bagi penggemar, sekaligus berfungsi sebagai media penyampaian pesan nonverbal dan bentuk dukungan terhadap komunitas musik yang mereka ikuti. Temuan ini menegaskan bahwa fashion memiliki peran penting dalam membangun identitas dan komunikasi sosial. Namun demikian, perbedaan lokasi penelitian menunjukkan adanya kemungkinan variasi konteks sosial dan budaya yang memengaruhi perilaku serta respons individu dalam menggunakan fashion.

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Nurmaya (2019) yang meneliti pemaknaan fashion thrift sebagai komunikasi artifaktual pada mahasiswa IAIN Parepare dengan pendekatan fenomenologi . Hasil penelitian menunjukkan bahwa fashion thrift digunakan sebagai medium presentasi diri dan sarana untuk menyampaikan pesan serta kesan tertentu kepada lingkungan sosial. Hal ini memperkuat pandangan bahwa fashion tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga simbolik. Meskipun demikian, objek penelitian yang berbeda, yaitu fashion thrift, menunjukkan adanya perbedaan konteks makna dan praktik penggunaan fashion dibandingkan dengan fenomena fashion Y2K yang menjadi fokus penelitian ini. Selanjutnya, penelitian oleh Amara dan Nanang (2024) mengkaji budaya visual Y2K dalam industri hiburan Korea, khususnya pada K-Pop group NewJeans. Penelitian ini menemukan bahwa Y2K telah berkembang menjadi fenomena budaya populer yang signifikan dan mampu membentuk identitas visual generasi Z melalui media hiburan. Meskipun memiliki kesamaan dalam mengangkat fenomena Y2K, penelitian tersebut lebih berfokus pada industri hiburan dan media, bukan pada praktik penggunaan fashion dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa.

Oleh karena itu, terdapat perbedaan konteks subjek dan ruang sosial yang menjadi perhatian dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian oleh Muhammad dan

Muhammad (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki motivasi yang beragam dalam memilih fashion sebagai sarana komunikasi identitas sosial. Fashion digunakan untuk menyampaikan makna, membedakan kelompok, serta merepresentasikan identitas sosial tertentu. Temuan ini menguatkan bahwa fashion memiliki fungsi komunikatif dalam interaksi sosial.

Namun, penelitian tersebut lebih menekankan pada aspek motivasi, sehingga masih terdapat ruang untuk mengkaji lebih dalam mengenai makna simbolik dan proses komunikasi yang terjadi melalui fashion, khususnya dalam konteks tren Y2K di lingkungan akademik. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kesenjangan penelitian (research gap) terkait pemaknaan fashion Y2K sebagai komunikasi artifaktual dan ekspresi identitas diri mahasiswa dalam konteks kehidupan kampus.

Meskipun fashion Y2K menjadi tren yang cukup kuat di kalangan mahasiswa, kajian yang membahas fenomena ini dalam konteks ilmu komunikasi, khususnya di lingkungan Universitas Sam Ratulangi, masih terbatas. Sebagian penelitian sebelumnya lebih menekankan aspek budaya populer atau estetika visual, tanpa menggali secara mendalam makna simbolik dan pesan komunikasi yang terkandung dalam penggunaan fashion Y2K sebagai penanda identitas dan ekspresi diri mahasiswa. Selain itu, penelitian yang menyoroti respons lingkungan akademik terhadap fenomena ini juga masih jarang dilakukan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana fashion Y2K berfungsi sebagai bentuk komunikasi artifaktual, bagaimana makna fashion tersebut dalam pembentukan identitas diri mahasiswa, serta bagaimana fenomena ini hadir dan dimaknai dalam konteks kehidupan kampus. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi nonverbal dan identitas diri mahasiswa di era digital

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi Manado dengan subjek mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi yang aktif menggunakan gaya fashion Y2K. Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan berlangsung pada Oktober hingga Desember 2025, mencakup seluruh tahapan mulai dari pengumpulan data hingga analisis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami dan memaknai fenomena sosial berdasarkan pengalaman subjektif individu. Pendekatan ini dipilih karena tidak berfokus pada pengujian hipotesis, melainkan pada penggalian makna di balik perilaku dan simbol sosial dalam kehidupan sehari-hari [9]. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan serta menafsirkan makna fashion Y2K dari sudut pandang mahasiswa [10].

Fokus penelitian diarahkan pada empat aspek utama, yaitu makna fashion Y2K sebagai komunikasi nonverbal, pesan atau simbol yang disampaikan melalui penggunaan fashion, peran fashion sebagai sarana ekspresi identitas diri, serta respons lingkungan akademik terhadap penggunaannya. Fokus ini berfungsi sebagai pembatas kajian agar penelitian lebih terarah dalam menggali makna dan pengalaman subjek penelitian. Menurut Mulyana (2018), fokus dalam penelitian

kualitatif bersifat dinamis dan berkembang sesuai dengan fenomena yang diamati. Oleh karena itu, penelitian ini berangkat dari fenomena nyata penggunaan fashion Y2K di lingkungan kampus yang menunjukkan bahwa pakaian tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga memiliki makna sosial dalam interaksi sehari-hari [10].

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari mahasiswa sebagai informan utama dan dosen sebagai informan pendukung. Pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu, seperti mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi yang konsisten menggunakan fashion Y2K, memiliki kesadaran terhadap pilihan gaya berpakaian sebagai ekspresi diri, serta bersedia diwawancarai secara mendalam. Jumlah informan direncanakan sekitar tujuh orang, terdiri dari lima mahasiswa dan dua dosen, dengan mempertimbangkan prinsip saturasi data, yaitu ketika data yang diperoleh telah berulang dan tidak menghasilkan informasi baru yang signifikan. Dalam penelitian kualitatif, jumlah informan tidak menjadi prioritas utama, melainkan kedalaman dan relevansi informasi yang diberikan [11]

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, yaitu observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi untuk meningkatkan validitas data. Observasi dilakukan untuk mengamati langsung gaya berpakaian dan interaksi sosial mahasiswa di lingkungan kampus. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman dan makna subjektif informan terkait fashion Y2K, sedangkan dokumentasi berupa foto, catatan lapangan, dan data pendukung lainnya. Analisis data menggunakan analisis tematik yang meliputi tahap transkripsi, koding, kategorisasi tema, penafsiran makna berdasarkan perspektif interaksionisme simbolik, serta penarikan kesimpulan mengenai peran fashion Y2K sebagai komunikasi artifaktual dan pembentuk identitas diri mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggambarkan bagaimana mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sam Ratulangi Manado memaknai penggunaan fashion Y2K dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan kampus. Temuan penelitian tidak hanya menunjukkan bentuk penggunaan fashion sebagai tren, tetapi juga mengungkap bagaimana fashion menjadi bagian dari praktik komunikasi sosial serta proses pembentukan identitas diri mahasiswa.

Dalam kehidupan kampus sehari-hari, variasi gaya berpakaian mahasiswa terlihat cukup beragam. Namun demikian, terdapat kecenderungan tertentu di mana sebagian mahasiswa mengadopsi gaya berpakaian yang mengarah pada fashion Y2K. Gaya ini tampak melalui penggunaan warna yang lebih mencolok, kombinasi pakaian yang tidak konvensional, serta penggunaan aksesoris yang cukup dominan dibandingkan mahasiswa lain pada umumnya.

Pengamatan di lingkungan kampus, mahasiswa dengan gaya Y2K relatif lebih mudah dikenali. Penampilan mereka membentuk perbedaan visual yang cukup jelas, terutama jika dibandingkan dengan mahasiswa yang berpakaian lebih sederhana dan fungsional. Perbedaan ini tidak hanya bersifat visual, tetapi juga berdampak pada dinamika interaksi sosial yang terjadi di lingkungan kampus.

Mahasiswa yang menggunakan fashion Y2K seringkali menjadi bagian dari perhatian sosial, baik secara langsung maupun tidak langsung. Perhatian tersebut muncul dalam bentuk pandangan, komentar, maupun interaksi yang berkembang dari penampilan yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa fashion tidak hanya hadir sebagai pilihan personal, tetapi juga menjadi bagian dari proses komunikasi sosial yang berlangsung dalam kehidupan kampus.

Selain dalam interaksi langsung, penggunaan fashion Y2K juga terlihat dalam aktivitas mahasiswa di media sosial. Mahasiswa tidak hanya menggunakan fashion untuk kepentingan sehari-hari, tetapi juga menjadikannya sebagai bagian dari representasi diri dalam ruang digital. Hal ini menunjukkan bahwa makna fashion tidak hanya terbatas pada ruang fisik kampus, tetapi juga diperluas ke ruang sosial yang lebih luas.

Berdasarkan temuan tersebut, hasil penelitian ini difokuskan pada beberapa aspek utama, yaitu fashion Y2K sebagai komunikasi artifaktual, sebagai ekspresi identitas diri, serta sebagai bagian dari dinamika sosial dan budaya di lingkungan kampus Keseharian di lingkungan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sam Ratulangi Manado menunjukkan bahwa penggunaan fashion Y2K tidak hadir sebagai fenomena yang terpisah dari aktivitas mahasiswa, melainkan telah menyatu dalam rutinitas kampus.

Dalam berbagai situasi, seperti sebelum perkuliahan dimulai maupun saat mahasiswa berkumpul di area kampus, terlihat adanya keberagaman gaya berpakaian yang mencerminkan preferensi individu. Beberapa mahasiswa tampil dengan gaya Y2K yang mencolok melalui penggunaan tank top, baby tee, celana cargo, hingga aksesoris seperti kacamata dan tas mini. Penampilan tersebut secara visual langsung menarik perhatian lingkungan sekitar. Hal ini memperlihatkan bahwa fashion memiliki daya tarik awal dalam membentuk kesan visual. Dalam konteks komunikasi, kondisi ini menjadi penting karena kesan pertama sering kali terbentuk dari apa yang terlihat. Dengan demikian, fashion tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap penampilan, tetapi juga sebagai medium komunikasi awal.

Dalam situasi tersebut, penampilan tidak hanya dilihat sebagai sesuatu yang bersifat estetika, tetapi juga memicu respons sosial dari individu lain. Mahasiswa yang mengenakan fashion Y2K sering kali menjadi pusat perhatian, baik melalui tatapan maupun komentar yang muncul secara spontan. Hal ini menunjukkan bahwa pakaian mampu menciptakan interaksi sosial bahkan sebelum percakapan verbal terjadi. Fenomena ini sejalan dengan konsep komunikasi nonverbal yang menekankan pentingnya simbol visual dalam interaksi sosial [10]. Penampilan menjadi sarana penyampaian pesan yang dapat ditangkap oleh orang lain tanpa perlu penjelasan verbal. Dalam hal ini, fashion berperan sebagai bentuk komunikasi artifaktual yang melekat pada tubuh individu. Pesan yang disampaikan melalui fashion dapat berupa identitas, sikap, maupun preferensi personal. Oleh karena itu, penampilan memiliki peran strategis dalam membentuk dinamika komunikasi di lingkungan kampus.

Pengalaman informan seperti AK menunjukkan bahwa penampilan sering kali menjadi titik awal komunikasi. Ia menyadari bahwa sebelum berbicara, dirinya telah terlebih dahulu “dibaca” oleh orang lain melalui apa yang dikenakan. Hal ini memperlihatkan bahwa fashion berfungsi sebagai pesan awal yang membentuk persepsi sosial. Dalam perspektif interaksionisme simbolik, makna tidak melekat

pada objek, melainkan dibentuk melalui interaksi sosial [12]. Dengan demikian, pakaian memperoleh maknanya melalui interpretasi orang lain dalam konteks sosial tertentu.

Setiap elemen fashion yang dikenakan menjadi simbol yang dapat ditafsirkan secara beragam. Interpretasi tersebut dipengaruhi oleh pengalaman, latar belakang, dan nilai yang dimiliki oleh individu. Oleh karena itu, komunikasi melalui fashion bersifat dinamis dan kontekstual. Fenomena serupa juga terlihat pada pengalaman JW yang menyatakan bahwa penampilannya sering memicu percakapan dengan orang yang belum dikenal.

Hal ini menunjukkan bahwa fashion dapat berfungsi sebagai "jembatan sosial" yang membuka peluang interaksi. Penampilan menjadi pemicu komunikasi yang memungkinkan terbentuknya relasi baru. Dalam konteks ini, fashion tidak hanya berfungsi sebagai simbol, tetapi juga sebagai alat sosial. Kemampuan fashion dalam memicu interaksi memperlihatkan bahwa komunikasi tidak selalu harus diawali dengan kata-kata. Sebaliknya, simbol visual dapat menjadi pintu masuk dalam membangun hubungan sosial. Hal ini memperkuat pandangan bahwa komunikasi artifaktual memiliki peran penting dalam kehidupan sosial [7].

Dengan demikian, fashion menjadi bagian integral dalam proses interaksi mahasiswa. Selain sebagai pemicu interaksi, fashion juga memberikan dampak terhadap pengalaman internal individu. Informan JM mengungkapkan bahwa penggunaan fashion Y2K membuat dirinya merasa lebih diperhatikan dan percaya diri. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan tidak hanya menyampaikan pesan ke luar, tetapi juga memengaruhi kondisi psikologis individu. Rasa percaya diri yang muncul berkaitan dengan kesesuaian antara penampilan dan identitas diri. Dalam psikologi komunikasi, kondisi ini menunjukkan adanya hubungan antara persepsi diri dan ekspresi eksternal (Rakhmat, 2018). Fashion menjadi media yang memperkuat citra diri individu dalam lingkungan sosial. Dengan demikian, komunikasi melalui fashion tidak hanya bersifat eksternal, tetapi juga internal. Pengalaman ini memperlihatkan bahwa fashion memiliki dimensi psikologis yang signifikan.

Penggunaan fashion Y2K juga menunjukkan adanya proses yang disengaja dalam membentuk pesan visual. Informan QG menyatakan bahwa ia secara sadar melakukan mix and match untuk menciptakan tampilan yang khas. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi melalui fashion melibatkan proses encoding yang dilakukan secara aktif oleh individu. Mahasiswa tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga merancang penampilan untuk menyampaikan pesan tertentu. Setiap kombinasi pakaian menjadi representasi dari makna yang ingin disampaikan. Dalam konteks ini, fashion berfungsi sebagai bahasa visual yang memiliki struktur dan simbol tertentu. Proses ini memperlihatkan bahwa fashion merupakan bentuk komunikasi yang terencana. Oleh karena itu, penggunaan fashion tidak dapat dianggap sebagai tindakan yang bersifat spontan semata.

Meskipun demikian, penggunaan fashion sebagai komunikasi tidak terlepas dari pertimbangan konteks sosial. Informan LS menyatakan bahwa ia tetap menyesuaikan gaya berpakaian dengan situasi di kampus. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran terhadap norma yang berlaku di lingkungan akademik. Fashion tidak digunakan secara bebas tanpa batas, melainkan dinegosiasikan dengan nilai sosial yang ada. Dalam komunikasi, konteks memiliki peran penting dalam

menentukan makna pesan [13]. Penampilan yang dianggap sesuai dalam satu situasi belum tentu diterima dalam situasi lain.

Oleh karena itu, mahasiswa mempertimbangkan kondisi lingkungan dalam menentukan pilihan fashion. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi melalui fashion bersifat situasional. Dari perspektif dosen, penampilan mahasiswa juga menjadi bagian dari proses penilaian sosial. Dosen dapat menafsirkan cara mahasiswa membawa diri melalui gaya berpakaian yang ditampilkan. Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan melalui fashion tidak hanya ditujukan kepada sesama mahasiswa. Komunikasi melalui fashion berlangsung dalam struktur sosial yang lebih luas, termasuk relasi antara mahasiswa dan dosen. Dalam hal ini, fashion menjadi bagian dari identitas sosial yang terlihat secara langsung. Penilaian tersebut dapat memengaruhi interaksi akademik yang terjadi. Oleh karena itu, fashion memiliki implikasi yang lebih luas dalam kehidupan kampus. Hal ini memperkuat bahwa komunikasi artifaktual memiliki dampak sosial yang signifikan.

Selain itu, terdapat batasan normatif yang memengaruhi penggunaan fashion di lingkungan kampus. Dosen menegaskan bahwa terdapat standar tertentu yang perlu diperhatikan dalam berpenampilan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi melalui fashion tidak berlangsung dalam ruang yang sepenuhnya bebas. Norma institusi menjadi faktor yang membatasi ekspresi individu. Dalam konteks ini, mahasiswa harus menyeimbangkan antara ekspresi diri dan kepatuhan terhadap aturan. Proses ini menunjukkan adanya negosiasi antara individu dan lingkungan sosial. Fashion menjadi ruang di mana nilai pribadi dan norma sosial saling berinteraksi.

Dengan demikian, penggunaan fashion mencerminkan dinamika sosial yang kompleks. Berdasarkan keseluruhan temuan, dapat dipahami bahwa fashion Y2K merupakan bentuk komunikasi artifaktual yang memiliki berbagai lapisan makna. Fashion tidak hanya berfungsi sebagai penampilan visual, tetapi juga sebagai sarana penyampaian pesan sosial. Ia menjadi komunikasi awal sebelum interaksi verbal, pemicu relasi sosial, serta hasil konstruksi sadar individu. Selain itu, fashion juga bersifat kontekstual karena dipengaruhi oleh norma sosial dan institusi. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa fashion merupakan media komunikasi nonverbal yang efektif dalam menyampaikan identitas [14]. Dengan demikian, fashion Y2K dapat dipahami sebagai praktik komunikasi sosial yang hidup dalam keseharian mahasiswa. Fenomena ini memperlihatkan bahwa simbol visual memiliki peran penting dalam membentuk interaksi dan makna sosial di lingkungan kampus. Penggunaan fashion Y2K di kalangan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sam Ratulangi Manado menunjukkan bahwa pakaian tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan praktis. Dalam konteks ini, fashion menjadi sarana untuk merepresentasikan identitas diri di ruang sosial kampus.

Mahasiswa yang mengadopsi gaya Y2K cenderung menampilkan penampilan yang lebih ekspresif dan variatif. Pilihan seperti crop top, baby tee, dan celana baggy menjadi bagian dari gaya yang mencolok. Perbedaan ini memperlihatkan adanya upaya untuk menampilkan karakter personal melalui penampilan. Fashion menjadi medium yang menghubungkan antara diri internal

dan tampilan eksternal. Dengan demikian, pakaian berfungsi sebagai simbol identitas yang dapat diamati secara langsung.

Identitas dalam konteks ini tidak bersifat statis, melainkan terus terbentuk melalui proses interaksi sosial. Mahasiswa menggunakan fashion sebagai cara untuk memperkenalkan diri kepada lingkungan. Hal ini sejalan dengan teori interaksionisme simbolik yang menyatakan bahwa identitas dibentuk melalui interaksi [15].

Pakaian menjadi simbol yang membantu individu dalam membangun makna tentang dirinya. Setiap pilihan fashion mencerminkan bagaimana individu ingin dipersepsikan oleh orang lain. Dalam proses ini, identitas tidak hanya berasal dari dalam diri, tetapi juga dipengaruhi oleh respons sosial. Oleh karena itu, fashion menjadi bagian penting dalam konstruksi identitas. Hal ini memperlihatkan bahwa identitas bersifat dinamis dan kontekstual. Pengalaman AK menunjukkan bahwa penggunaan fashion Y2K memberikan rasa percaya diri yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara penampilan dan persepsi diri. Ketika individu merasa penampilannya sesuai dengan dirinya, ia cenderung lebih nyaman dalam berinteraksi.

Dalam psikologi perkembangan, fase mahasiswa merupakan tahap pencarian identitas (Erikson, 1968). Fashion menjadi salah satu sarana dalam proses tersebut. Rasa percaya diri yang muncul menunjukkan adanya keselarasan antara identitas internal dan eksternal. Dengan demikian, fashion berfungsi sebagai alat untuk memperkuat identitas diri. Kondisi ini memperlihatkan bahwa penampilan memiliki dampak psikologis yang signifikan. Selain itu, fashion juga dimaknai sebagai ruang ekspresi diri. Informan JM menyatakan bahwa ia merasa lebih bebas dalam mengekspresikan dirinya melalui gaya Y2K. Hal ini menunjukkan bahwa fashion memberikan kebebasan dalam menampilkan preferensi personal. Mahasiswa tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga menyesuaikannya dengan karakter masing-masing. Dalam konteks ini, fashion menjadi media kreatif yang memungkinkan eksplorasi identitas. Ekspresi tersebut dapat berupa pilihan warna, model, maupun kombinasi pakaian. Dengan demikian, fashion menjadi sarana komunikasi diri yang bersifat personal. Hal ini memperlihatkan bahwa identitas dapat diekspresikan melalui simbol visual.

Fashion juga memiliki dimensi sosial dalam pembentukan identitas. Informan JW menyatakan bahwa kesamaan gaya mempermudah interaksi dengan orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa fashion dapat menjadi faktor pembentuk kedekatan sosial. Kesamaan simbol menciptakan rasa kebersamaan di antara individu. Dalam konteks ini, fashion berfungsi sebagai penanda kelompok sosial. Mahasiswa dengan gaya yang sama cenderung merasa lebih terhubung. Hal ini memperlihatkan bahwa identitas tidak hanya bersifat individu, tetapi juga kolektif. Dengan demikian, fashion menjadi alat dalam membangun relasi sosial.

Selain sebagai alat ekspresi, fashion juga digunakan untuk menunjukkan diferensiasi diri. Informan QG menyatakan bahwa ia sengaja tampil berbeda untuk menunjukkan ciri khas. Hal ini menunjukkan bahwa identitas juga dibentuk melalui perbedaan. Dalam lingkungan yang beragam, individu berusaha menampilkan keunikan masing-masing. Fashion menjadi sarana untuk menegaskan identitas tersebut. Perbedaan yang ditampilkan tidak hanya bersifat visual, tetapi juga

simbolik. Hal ini memperlihatkan bahwa identitas dapat dibangun melalui strategi representasi. Dengan demikian, fashion menjadi alat diferensiasi sosial.
Namun, ekspresi identitas melalui fashion tidak terlepas dari pengaruh lingkungan sosial. Mahasiswa sering kali menerima komentar dari keluarga maupun lingkungan sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa identitas tidak sepenuhnya bebas dari penilaian sosial.
Respons yang muncul dapat memengaruhi keputusan individu dalam berpenampilan. Dalam hal ini, terjadi proses negosiasi antara identitas pribadi dan norma sosial. Mahasiswa menyesuaikan gaya mereka agar tetap diterima oleh lingkungan. Proses ini menunjukkan bahwa identitas bersifat adaptif. Dengan demikian, fashion menjadi ruang kompromi antara diri dan lingkungan.

Di lingkungan kampus, respons terhadap fashion Y2K cenderung lebih terbuka. Mahasiswa merasa memiliki ruang untuk mengekspresikan diri tanpa tekanan yang berlebihan. Hal ini memberikan kebebasan dalam membentuk identitas melalui fashion. Lingkungan yang suportif memungkinkan individu untuk bereksperimen dengan gaya. Dalam konteks ini, kampus menjadi ruang sosial yang mendukung ekspresi diri. Namun demikian, kebebasan tersebut tetap berada dalam batas norma akademik.
Mahasiswa tetap mempertimbangkan kesesuaian penampilan dengan situasi. Dengan demikian, identitas dibentuk dalam keseimbangan antara kebebasan dan batasan. Dari perspektif dosen, penggunaan fashion dipahami sebagai bagian dari proses pencarian jati diri mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa identitas merupakan proses yang berkembang. Dosen juga menekankan pentingnya menjaga norma dalam berpenampilan. Hal ini memperlihatkan bahwa identitas tidak terlepas dari nilai institusional. Mahasiswa harus menyesuaikan ekspresi diri dengan aturan yang berlaku. Proses ini menunjukkan adanya interaksi antara individu dan struktur sosial. Fashion menjadi media yang memperlihatkan dinamika tersebut. Dengan demikian, identitas terbentuk melalui relasi yang kompleks.

Secara keseluruhan, fashion Y2K dapat dipahami sebagai medium pembentukan identitas diri mahasiswa. Fashion berfungsi sebagai representasi diri, sumber kepercayaan diri, alat diferensiasi, serta sarana membangun relasi sosial. Selain itu, fashion juga menjadi ruang negosiasi antara identitas pribadi dan norma sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa fashion memiliki peran penting dalam pembentukan identitas sosial [8]. Dengan demikian, fashion Y2K tidak hanya merupakan tren, tetapi juga praktik sosial yang mencerminkan dinamika identitas mahasiswa. Identitas yang terbentuk melalui fashion bersifat fleksibel dan terus berkembang. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan merupakan bagian penting dalam proses memahami diri di lingkungan sosial.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa, Fashion Y2K merupakan bentuk komunikasi artifaktual yang digunakan mahasiswa untuk menyampaikan pesan tentang identitas, nilai, dan afiliasi budaya. Fashion Y2K merupakan bentuk komunikasi artifaktual yang efektif bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sam Ratulangi Manado. Fashion Y2K sberperan

dalam pembentukan identitas diri, terutama dalam konteks sosial kampus yang memungkinkan ekspresi personal. Fashion Y2K dapat menyampaikan pesan dan identitas diri kepada orang lain, serta mempengaruhi interaksi sosial dan persepsi orang lain. Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sam Ratulangi Manado menggunakan Fashion Y2K sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan kepribadian mereka. Respons lingkungan akademik beragam, namun cenderung menerima ekspresi fashion sebagai bagian dari dinamika sosial mahasiswa.

Fashion Y2K memiliki simbolisme yang kuat dan dapat menyampaikan pesan yang berbeda-beda tergantung pada konteks dan individu yang mengenakannya. Selain itu, berdasarkan hasil pembahasan, penggunaan fashion Y2K juga menunjukkan adanya proses negosiasi antara ekspresi diri mahasiswa dengan norma sosial dan institusional yang berlaku di lingkungan kampus. Mahasiswa tidak sepenuhnya bebas dalam menampilkan gaya berpakaian, melainkan tetap mempertimbangkan konteks situasi, nilai akademik, serta respons dari lingkungan sekitar. Hal ini memperlihatkan bahwa fashion tidak hanya menjadi sarana ekspresi personal, tetapi juga ruang interaksi antara individu dan struktur sosial. Dalam proses tersebut, mahasiswa secara aktif menyesuaikan penampilan mereka agar tetap dapat diterima tanpa kehilangan identitas diri yang ingin ditampilkan. Dengan demikian, fashion Y2K tidak hanya mencerminkan kebebasan berekspresi, tetapi juga menunjukkan kemampuan mahasiswa dalam beradaptasi dan membangun makna diri di tengah batasan sosial yang ada.

REFERENSI

[1]N. Nabela and M. Kharnolis, “Deskripsi Minat Fandom Aespa (MY) terhadap Y2K Style,” Cendikia: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran, vol. 4, no. 1, pp. 212–230, 2026.
[2]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, no. 2, 2022.
[3]A. H. Himawan and N. G. Prawira, “Budaya Visual dalam Industri Hiburan Korea: Analisis Budaya Populer Y2K dalam K-Pop Group NewJeans,” Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual, vol. 6, no. 1, pp. 51–60, 2024.
[4]T. A. Puspitasari, “Gaya Busana Y2K dalam Fotografi Fashion,” 2024.
[5]S. Az’zahra and A. Jihad, “Makna Simbolik Fashion pada Komunitas Punk di Kota Makassar,” Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 11, no. 2, pp. 45–58, 2023.
[6]J. Rakhmat, Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
[7]C. Adetya, “Fashion sebagai Komunikasi Artifaktual (Studi pada Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung),” 2015.
[8]C. N. Cinde, “Fashion sebagai Media Komunikasi Artifaktual dalam Pembentukan Identitas Sosial Mahasiswi UNSAM Langsa,” Symbole: Journal of Communication, Media and Journalism, vol. 3, no. 1, 2025.
[9]Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2019.
[10]D. Mulyana, Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.

[11]D. Mulyana, Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
[12]G. H. Mead, Mind, Self, and Society. Chicago: The University of Chicago Press, 1934.
[13]A. Liliweri, Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya. Yogyakarta: LKiS, 2007.
[14]A. Hutasuhut, N. Adinda, and Khairunnisa, "Fashion sebagai Komunikasi Nonverbal dalam Membangun Identitas Diri," Jurnal Komunikasi, vol. 13, no. 1, pp. 12–25, 2025.
ACTA DIURNA KOMUNIKASI
[15]A. Zanki, "Teori Interaksi Simbolik dalam Kajian Komunikasi," Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 5, no. 2, pp. 115–120, 2020.