

PERANCANGAN ULANG SEPATU MODEL MARY JANE UNTUK WANITA DENGAN MENGAPLIKASIKAN KONSEP ESTETIKA *COQUETTE*

Alma Femira Khalisha¹, Edwin Buyung² dan Martiyadi Nurhidayat³

^{1,2,3} Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu
– Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257
almafemira@student.telkomuniversity.ac.id, edwinbuyung@telkomuniversity.ac.id,
martiyadi@telkomuniversity.ac.id

Abstrak : Unsur estetika dalam produk mencakup bagaimana merancang elemen-elemen desain sehingga dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Munculnya suatu terminologi gen-z yaitu “estetika internet” memberikan arti baru untuk kata “estetika” itu sendiri. Estetika internet yang pada dasarnya merupakan hasil manifestasi bentuk estetika postmodern yang berkembang di internet menjadi gambaran upaya mereka dalam pembangunan jati dirinya. Salah satu bentuk penerapannya adalah dengan menggunakan busana yang memiliki gaya estetika terpilih. Sepatu yang merupakan jenis apparel paling diminati semua kalangan memiliki potensi yang baik jika dikembangkan dengan menganalisa fenomena dan tren yang digandrungi masyarakat. Mary Jane, model sepatu wanita yang dikenal dengan desain khasnya kembali lagi pada roda tren mode. Perancangan ini bertujuan untuk memanfaatkan fenomena pengaplikasian estetika postmodern pada suatu produk apparel yang kembali digandrungi dan membuat desain sepatu model Mary Jane yang dipengaruhi pengayaan estetika tersebut. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengolah data. Data kemudian dikumpulkan dengan melangsungkan kuesioner beserta polling melibatkan 52 responden perempuan yang memiliki dan telah menggunakan sepatu model Mary Jane. Capaiannya adalah untuk menghasilkan sebuah produk sepatu model Mary Jane wanita dengan mengaplikasikan estetika postmodern “coquette”.

Kata kunci: estetika, sepatu, tren, visual, wanita

Aesthetic elements in products includes how to design a design so that they can influence the perception of the recipient. The emergence of a gen-z terminology, namely "internet aesthetics", gives a new meaning to the word "aesthetics" itself. Internet aesthetics, which is basically the result of the manifestation of postmodern aesthetic forms that have developed on the internet, is an illustration of their efforts in developing their identity. The implementation of it is to wear clothing that has a selected aesthetic style. Shoes, which are the most popular type of apparel for all ages, have good potential if they are developed by analyzing phenomenon and trends that are popular among people. Mary Jane, a women's

shoe model known for its distinctive design, is back on the fashion trend wheel. This thesis aims to take advantage of the phenomenon of applying postmodern aesthetics to an apparel product that is becoming popular again and create a mary jane model shoe design that is influenced by the aesthetic. This design uses descriptive qualitative method to gather data. Data was collected by conducting a questionnaire and poll involving 52 female respondents who own and have used mary jane shoes. The goal is to produce a women's shoes, mary jane by applying the postmodern aesthetic "coquette".

Keywords: aesthetics, shoes, trends, visual, women

PENDAHULUAN

Penggunaan internet di mana-mana mempunyai pengaruh yang besar terhadap kehidupan sehari-hari dari seorang individu saat ini. (Sparada, 2021). Didukung dengan perkembangan teknologi yang memudahkan penyebaran informasi dari berbagai sumber yang ada. Konsep estetika postmodern yang berkembang di internet kemudian menjadi gambaran upaya generasi muda dalam pembangunan identitas dan jati diri mereka melalui kategori estetika yang dipilih.

Coquette merupakan salah satu contoh estetika postmodern yang telah berkembang begitu pesat di kalangan anak muda. (Richardson, 2024). Tercatat hingga Mei 2024, Instagram dan Tiktok secara berturut-turut menunjukkan angka hasil pencarian video dengan tagar "coquette" sebanyak 2.3 juta dan 1.8 juta, memosisikannya sebagai salah satu tren mode yang paling dicari saat ini.

Sebagai desainer yang dituntut untuk berpikir kreatif, fenomena ini dapat dimanfaatkan sebagai suatu peluang perancangan produk yang memiliki potensi. Estetika visual pada produk tidak hanya meningkatkan minat beli konsumen tetapi juga mampu membuat impresi tersendiri yang ingin disampaikan. (Monteiro, Guerreiro, & Loureiro, 2019).

Salah satu produk apparel yang tidak lepas dari tubuh kita dalam kesehariannya adalah sepatu. Seiring berjalannya waktu, sepatu mulai menjadi

objek “pementasan” gaya hidup. Dari situlah kemudian tercipta berbagai macam sepatu yang dirancang untuk melengkapi tampilan di berbagai kesempatan.

Mary jane adalah istilah Amerika (sebelumnya merek dagang terdaftar) untuk sepatu tertutup berpotongan rendah dengan satu atau lebih tali di punggung kaki (Shalihah, 2015). Populer digunakan oleh anak-anak dan perempuan di masa kini, sepatu mary jane dianggap mampu memperkuat kesan manis yang dipancarkan oleh penggunanya. Dengan tetap melewati pasang surut tren *fashion*, mary jane mampu bertahan menjadi model yang relevan hingga sekarang.

Dalam rangka memberikan inovasi baru terhadap jenis produk *fashion* lama dan menyesuaikannya dengan tren estetika yang ada pada era sekarang, penulis berinisiatif untuk melakukan perancangan ulang produk berupa sepatu model mary jane untuk wanita dengan mengaplikasikan konsep estetika postmodern. Rancangan sepatu akan ditujukan pada gen Z yang secara aktif andil dalam mempopulerkan konsep estetika postmodern.

Estetika Postmodern

Menurut (Khoirunnisa & Erika, 2018), estetika postmodern dapat menjadi istilah yang mengacu kepada sesuatu yang telah ditinggalkan. Dalam konteks ini yang berarti adalah modernisme. Dapat dikatakan bahwa estetika postmodern merupakan suatu pandangan terhadap seni serta estetika yang muncul setelah periode modernisme. “Antisentris” dalam konteks ini mengacu pada sebuah aksi penolakan, dimana penilaian karya seni tidak lagi berfokus pada manusia, tetapi pada suatu analisis atau eksperimen. Estetika postmodern dianggap kompleks karena adanya beragam pendekatan serta konteks budaya yang lebih luas membuatnya tidak selalu diterima atau dipahami secara luas bahkan hingga hari ini.



Gambar 1 Estetika Postmodern di Internet
Sumber : pinterest.com

Berdasarkan (Jameson, 1983), postmodern memiliki dua karakteristik. Yang pertama, postmodern dipengaruhi secara langsung dari zaman-zaman sebelumnya. Karakteristik kedua dari postmodern adalah hilang atau mudarnya batas antara budaya kelas atas dan budaya populer yang disebabkan karena banyaknya penggabungan antara dua budaya tersebut.

Seiring berjalannya waktu, kata estetika telah berevolusi dari suatu bahasa akademis menjadi kata yang digunakan oleh masyarakat untuk mengkategorikan suatu identitas. Ini dapat merujuk pada gaya personal atau sebagai penggunaan kata lain dari kecantikan. (Spellings, 2021). Didukung dengan adanya sosial media yang berperan sebagai katalis penyebaran *trend*, estetika tidak lagi mengenai suatu ungkapan ekspresi tetapi juga sesuatu yang bernilai ekonomi. Masyarakat postmodern yang bertindak sebagai konsumen dari apa yang telah mereka lihat di sosial media kemudian turut menerapkan konsep estetika tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya konsep estetika ini, masyarakat menjadi lebih terbuka terhadap eksplorasi kreativitas dan ekspresi diri melalui karya yang mereka ciptakan.

Trend seputar estetika yang diminati masyarakat tiap tahun dan bulannya pun cenderung mengalami perubahan mengikuti perkembangan kultur yang sedang terjadi di dunia.

Estetika *Coquette*

Berdasarkan Oxford Dictionaries, “*coquette*” merujuk pada *kata* Perancis yang berarti seseorang, biasanya seorang wanita, yang berperilaku sedemikian rupa sehingga menarik secara seksual tetapi tidak terlalu serius. Estetika ini lebih dikenal luas dengan gayanya yang *hyper-feminine* sehingga disukai oleh banyak wanita. Estetika *coquette* yang dikenal dan tersebar pada era ini sebenarnya merupakan hasil pencampuran gaya yang terpengaruh dari beberapa referensi. Marisa Ledford, seorang penata rias di New York berkata bahwa trend *coquette* merupakan estetika yang lembut dan feminim dengan pengayaan Gen-Z dan terinspirasi dari era Victoria. Adapun ratu Prancis Marie Antoinette yang juga dikenal sebagai dewi era *rococo*, ‘influencer’ pertama yang selalu dikelilingi warna-warna pastel, pola bunga, sulaman mewah dan pita-pita. Ornamen-ornamen ini kemudian menginspirasi pengayaan *coquette* di era modern. (Abbiadati, 2022). Warna-warna yang paling menonjol pada era *rococo* merupakan warna-warna lembut layaknya permen atau yang lebih dikenal dengan warna pastel.



Gambar 2 Moodboard Estetika *Coquette*
Sumber : Pinterest.com, 2023

Terdapat beberapa elemen visual yang telah lekat menjadi karakteristik estetika satu ini :

Pita

Pita telah dianggap sebagai simbol feminin sejak lama. Benda apapun yang diberikan sentuhan ornamen ini secara otomatis akan menjadi lebih manis dan anggun. Berdasarkan (Ruther, 2022), pita merupakan ciri khas dari gaya *coquette* yang tidak hanya menandakan feminitas, tetapi juga masa muda, sisi kepolosan dan sifat kekanakkan.

Renda dan Kerutan

Seakan menjadi sebuah kesepakatan bersama, estetika *coquette* mengacu pada suatu gaya yang mengedepankan sifat ceria dan genit dari seorang wanita. Salah satu detail yang sering ditemukan dalam estetika *coquette* adalah renda dan kerutan. Sebuah elemen manis yang kecil, tapi mampu memberikan sentuhan yang mengubah keseluruhan tampilan.

Warna Pink

(Marks, 2009) Menjelaskan bahwa warna pink, dianggap sebagai warna paling feminim yang diasosiasikan dengan pengasuhan dan rasa kasih sayang. Sebagai estetika yang menjunjung tinggi sifat feminim, tidak heran jika warna ini mendominasi sebagian besar *coquette* yang Anda temui dimana-mana.

Motif Bunga

Bunga dan wanita, merupakan satu kesatuan. Sudah sejak lama masyarakat memiliki tradisi menghormati perempuan dengan memberi mereka seikat bunga. Berdasarkan artikel yang berjudul "Feminine and Flowers" dari laman earthwithin.com, bunga dan wanita mencerminkan biologi feminim, pertumbuhan, serta perubahan reproduksi.

Bentuk 'S' dan 'C'

Dilansir dari artikel yang ditulis oleh V&A Museum mengenai era rococo, daun acanthus (*acanthus mollis*) yang digayakan adalah salah satu contoh ornamen yang sering muncul. Ciri utama lainnya dari desain ini adalah ornamen asimetris melengkung yang bentuknya menyerupai huruf 'S' dan 'C'.

Mary Jane

Mary jane adalah istilah Amerika untuk sepatu tertutup berpotongan rendah dengan satu atau lebih tali di punggung kaki. (Shalihah, 2015)



Gambar 3 Sepatu Mary Jane
Sumber : Pinterest.com, 2023

Kebangkitan mary jane telah diprediksi sejak lama oleh beberapa sumber. Salah satunya ada pada artikel yang ditulis The Jakarta Post pada Juli 2018 silam. Menurut Jessica Tang selaku konsultan tren yang berbasis pada Hong Kong di World Global Style Network (WGSN), mengatakan bahwa sejak tren yang terpengaruh pada tahun 2000an terus bermunculan, sepatu mary jane akan menjadi salah satu yang kembali pada musim berikutnya bersama dengan sandal gladiator.



Gambar 4 Koleksi Mary Jane di NYFW 22
Sumber : ellecanada.com, 2024

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai instrument kunci. (Sugiyono, 2022).

Observasi dan Kuesioner

Proses penggalan data dimulai dengan proses studi literatur mengenai sepatu mary jane klasik secara umum, sejarah, serta karakteristiknya. Penggalan data kemudian dilanjutkan dengan melakukan observasi terhadap produk sepatu mary jane yang telah beredar di pasaran. Data ini kemudian dijadikan acuan butir-butir pertanyaan yang akan digunakan pada kuesioner google form berisi pertanyaan deskriptif melibatkan sampel perempuan berusia 18-26 tahun. Kuesioner membahas tentang preferensi serta pengalaman mereka pada sepatu mary jane.

Morphological Forced Connection (MFC)

Metode yang digunakan dalam proses perancangan sepatu mary jane dengan estetika coquette adalah metode MFC (*Morphological Forced Connection*). Sheila et al (2019) Mengutarakan bahwa metode ini pertama kali dibahas oleh Don Koberg dan Jim Bagnall di tahun 1974 pada bukunya yang berjudul "The Universal Traveler". Pemilihan metode ini bertujuan untuk mendapatkan hasil desain alternatif sebanyak-banyaknya untuk kemudian dianalisa dan dipilih final desain yang paling mendekati konsep yang telah dirancang sebelumnya. Terdapat 7 tahapan dalam proses perancangan dengan menggunakan metode *Morphological Forced Connection (MFC)*.



Gambar 5 Tahapan MFC
Sumber : Dokumen Penulis

Analisa Produk

Berdasarkan data dan analisa yang telah dikumpulkan, terdapat beberapa variabel utama penyusun rancangan sepatu model mary jane yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. **Bentuk *Outsole*.** Berdasarkan analisis terhadap data yang telah terkumpul, outsole jenis *flatform* merupakan salah satu jenis yang paling populer digunakan pada mary jane.
2. **Bentuk *Toe Box*.** *Toe box* sendiri merupakan bagian depan dari upper sepatu dimana jari-jari kaki terposisiikan.
3. **Material Utama.** Pada matriks ini, pemilihan material didasarkan pada penggunaan material yang umum digunakan pada sepatu mary jane serta pilihan material yang menarik berdasarkan visual.
4. **Strap.** Pada sepatu mary jane, strap memainkan peran penting karena merupakan salah satu karakteristik paling mencolok dari sepatu ini. Pemilihan jenis strap pada matriks didasarkan pada riset dan observasi terhadap produk eksisting serta penggabungan jenis-jenis strap yang ada.
5. **Warna.** Warna yang akan digunakan pada sepatu ditentukan berdasarkan pilihan warna-warna yang didapatkan dari hasil analisa pengayaan visual estetika *coquette* dan preferensi user terhadap warna secara umum.

Aplikasi MFC

Variabel yang telah ditentukan kemudian diubah menjadi kode agar memudahkan proses pengaplikasian metode MFC. Metode MFC dilakukan dengan cara mengambil satu variabel dari setiap kolom untuk digabung dengan satu variabel lainnya di kolom lain. Hasil dari penggabungan ini akan memperlihatkan beberapa kombinasi kode variable yang dapat dilandaskan sebagai acuan alternatif desain kedepannya.

Tabel 1 Kode Variabel

<i>Bentuk Outsole (BO)</i>	<i>Bentuk Toe Box (B)</i>	<i>Material Utama (M)</i>	<i>Strap (S)</i>	<i>Warna (W)</i>
<i>Docmart (BO1)</i>	<i>Almond Toe (B1)</i>	<i>Kulit (M1)</i>	<i>Double Strap (S1)</i>	<i>Warna 1 (W1)</i>
<i>Chunky (BO2)</i>	<i>Squared Toe (B2)</i>	<i>Satin (M2)</i>	<i>T-Strap (S2)</i>	<i>Warna 2 (W2)</i>
<i>Sneakers(BO3)</i>	<i>Rounded Toe (B3)</i>	<i>Bludru (M3)</i>	<i>Mixed Strap (S3)</i>	<i>Warna 3 (W3)</i>

Sumber : Dokumen Penulis, 2024

Proses penggabungan seluruh variabel menghasilkan total 243 kombinasi matriks. Kemudian hasil kombinasi dipersempit menjadi 3 pilihan yang akan menjadi acuan dalam pembuatan desain alternatif.

Tabel 2 Hasil Kombinasi Matriks

<i>Bentuk Outsole (BO)</i>	<i>Bentuk Toe Box (B)</i>	<i>Material Utama (M)</i>	<i>Strap (S)</i>	<i>Warna (W)</i>
<i>BO1</i>	<i>B1</i>	<i>M1</i>	<i>S1</i>	<i>W1</i>
<i>BO2</i>	<i>B2</i>	<i>M2</i>	<i>S2</i>	<i>W2</i>
<i>BO3</i>	<i>B3</i>	<i>M3</i>	<i>S3</i>	<i>W3</i>

Sumber : Dokumen Penulis, 2024

3 kombinasi matriks terpilih ditandai dengan warna kuning, hijau, dan pink seperti yang terlihat pada tabel.

HASIL DAN DISKUSI

Ide Desain

Konsep perancangan sepatu Marie Janes akan berfokus pada elemen visual estetika *coquette*, yang memiliki sifat feminim, dan lembut. Berikut adalah moodboard yang telah dibuat :



Gambar 6 Moodboard Marie Janes
Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

Adapun *user persona* yang telah dibuat untuk memberi gambaran target user pada sepatu marie janes, yaitu :



Gambar 7 User Persona Marie Janes
Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

1. Perempuan muda yang memiliki minat pada produk apparel yang unik.
2. Perempuan muda yang suka mengoleksi sepatu.
3. Perempuan muda yang menyukai gaya busana serta benda-benda yang feminim.
4. Perempuan muda yang sangat memikirkan tampilan ketika hendak bepergian.
5. Perempuan muda yang suka mencampur dan mencocokkan pakaiannya.
6. Perempuan muda yang memiliki ketertarikan terhadap konsep estetika *coquette*.
7. Perempuan muda yang gemar mengikuti trend.
8. Perempuan muda yang tidak takut untuk mencoba hal baru.
9. Perempuan muda yang memiliki ketertarikan pada dunia mode.

Sepatu marie janes difokuskan untuk bisa digunakan dalam kesempatan *semi-formal to casual*. Berikut ini merupakan target *environment and activity* pada sepatu marie janes :



Gambar 8 Target Environment and Activity
Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

Langkah berikutnya adalah untuk mulai merancang desain alternatif. Kombinasi matriks yang sebelumnya telah dipilih kemudian dijadikan acuan desain alternatif menjadi sebagai berikut :

Kombinasi 1 (Highlight hijau)

BO 2, B2, M1, S3, W2 : (*Outsole squared, squared toe, material kulit sintetis, double strap tanpa , palet warna 2*)



Gambar 9 Desain Alternatif 1
Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

Kombinasi 2 (Highlight kuning)

BO 1, B1, M2, S3, W3 : (*Outsole docmart, almond toe, material bludru, t-strap, palet warna 3*)



Gambar 10 Desain Alternatif 2
Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

Kombinasi 3 (Highlight pink)

BO3, B3, M3, S3, W1 : (*Outsole sneakers, circle toe, material bludru, mix strap, palet warna 1*)



Gambar 11 Desain Alternatif 3
Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

Desain Final

Desain final dirancang dari tiga desain alternatif yang dianalisis kembali berdasarkan hasil kuesioner serta pertimbangan elemen-elemen visual pengayaan estetika postmodern *coquette* sehingga mendapatkan final desain sebagai berikut.

BO 1 (Bentuk *Outsole Docmart*).B1 (Bentuk *Almond Toe Box*), M3 (Material Utama Bludru), S3 (*Mixed Strap*) , W1 (Palet Warna Krim dan Pink).



Gambar 12 Desain Final
Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

Perancangan ulang sepatu model mary jane dengan mengaplikasikan konsep estetika postmodern *coquette*, menghasilkan prototype bertajuk “Marie Janes”. Penamaan produk berasal dari mending ratu Prancis Marie Antoinette, yang dikenal sebagai sumber inspirasi pengayaan *coquette* di era sekarang. Serta kata “Janes” sebagai penambah dalam permainan kata produk dengan nama asli model sepatu tersebut yakni mary jane.

Sepatu Marie Janes dirancang dengan menyusun elemen-elemen visual estetika postmodern *coquette* yang bersifat feminim sambil mempertimbangkan hasil kuesioner yang telah diperoleh terkait preferensi target pasar terhadap sepatu. Dua warna utama yang menyusun Marie Janes, krim dan pink dikombinasikan untuk menyampaikan impresi perempuan yang ceria, lucu, dan lembut.

Hasil Prototype



Gambar 13 Foto Tampak Produk
Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

KESIMPULAN

Sepatu model mary jane merupakan salah satu model sepatu lawas yang kembali diminati dalam beberapa tahun terakhir di kalangan perempuan karena memiliki siluet serta fitur yang unik dan manis. Estetika postmodern yang berkembang di internet menjadi gambaran upaya generasi muda dalam pembangunan jati dirinya. Salah satu bentuk penerapannya adalah dengan menggunakan busana yang memiliki gaya estetika terpilih. Estetika postmodern coquette merupakan estetika feminim yang dianggap mampu mengembalikan rasa yang didapatkan ketika masih kanak-kanak dan remaja kedalam kehidupan dewasa menjadikannya estetika yang diminati secara natural oleh perempuan di seluruh dunia. Dari hasil eksplorasi Morphological Forced Connection (MFC), didapatkan total 243 hasil eksplorasi desain untuk rancangan sepatu model mary jane coquette. Perancangan menghasilkan sepatu Marié Jane, yaitu sepatu wanita dengan model mary jane yang mengaplikasikan konsep estetika postmodern coquette.

Terdapat beberapa saran yang telah didapatkan selama proses perancangan ulang sepatu mary jane ini :

1. Pentingnya memperhatikan fokus pembahasan pada perancangan ulang sehingga isi menjadi seimbang.

2. *Trial* dan *error* sebelum produksi sangatlah penting untuk menyesuaikan rancangan desain dengan proses eksekusi.
3. Pilih metode penggunaan *strap* yang praktis, misalnya dengan penggunaan *buckle* mati dan *velcro*.
4. Tetap pertimbangkan kenyamanan dan kepraktisan dalam penggunaan sepatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Avinda Khoirunnisa, E. (2018, Februari). Perkembangan Estetika dalam Karya Seni Era Pramodern, Modern, Postmodern. p. 5.
- Abbiadati, A. (2. November 2022). *The immortal influence of Marie Antoinette's aesthetic*. Von nssgclub:
<https://www.nssgclub.com/en/fashion/31310/maria-antonietta-aesthetics-fashion-beauty-abgerufen>
- Giolo, G., & Berghman, M. (2023). The aesthetics of the self: The meaning-making of Internet aesthetics. *First Monday*, 28(3).
<https://doi.org/10.5210/fm.v28i3.12723>
- Gladiator sandals, Mary Jane heels to make comeback. (2018, 29 Juli). Diakses pada 22 Mei 2024, dari
<https://www.thejakartapost.com/life/2018/07/29/gladiator-sandals-mary-jane-heels-to-make-comeback.html>
- Jameson, F. (1983). *Postmodernism and consumer society. The anti-aesthetic: Essays on postmodern culture, 192-193*
- Monteiro, P.G., Guerreiro, J., & Loureiro, S.M. (2019). Understanding the role of visual attention on wines' purchase intention: an eye-tracking study. *International Journal of Wine Business Research*, 32, 161-179.

- Putri, Sheila A., et al. "Morphological Forced Connection Method Application in the Development of Plered Ceramic Design." 6th Bandung Creative Movement 2019, Bandung, Indonesia, October, 2019. Telkom University, 2019, pp. 207-211
- Richardson, L. (2024). *The Coquette Aesthetic Is Exploding On The Internet, And Here's Why Everyone Is Obsessed With It*. Von BuzzFeed: <https://www.buzzfeed.com/lizmrichardson/coquette-aesthetic-explained-tiktok-trend> abgerufen
- Shalihah, M. (2015). *A Look at the World through a Word Shoes: A Componential Analysis of Meaning*. *Journal of Language and Literature*, 15(1), 81–90. <https://doi.org/10.24071/joll.v15i1.408>
- Šparada, R. (2021). Internet as Aesthetic Medium. 36. Von <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1593332&dswid=6077> abgerufen
- Spellings, S. (12. December 2023). *The Aesthetics, -Cores, and Microtrends That Defined 2023*. Von Vogue : <https://www.vogue.com/article/core-aesthetic-microtrends-2023> abgerufen
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. p.9
- The Ribbon : A Timeless Symbol of Femininity*. (2022, Desember 13) Diakses pada 6 Juni 2024, dari <https://www.bondandgrace.com/lit-talk/the-ribbon-a-timeless-symbol-of-femininity#:~:text=The%20ribbon%20is%20a%20staple,twelve%2Dyear%2Dold%20girl>.
- The Rococo Style – an introduction*. (2024). Diakses pada 22 Mei 2024, dari <https://www.vam.ac.uk/articles/the-rococo-style-an-introduction?srsId=AfmBOoqntEGr0yBQPcS2iUYdxWoo1r32Us6EyTBKmIiQHC5IHZmsrxu#slideshow=74976771&slide=0>
- Terry, M. (2009). *Color Harmony Compendium*