

Y2KZ.



Perancangan Aplikasi mengenai Tren Fashion Y2K dalam Gaya Berpakaian Generasi Z

Livia Valencia 00000070719

Y2KZ. IS  Y2KZ.
AN APP that 
 BLENDS
FASHION With
NOSTALGIA  YET
STAYS PERFECTLY
aligned   with
GENERATION Z  





01

Introduction & Concept

02

Branding Peinciples



03

Design Brief

04

User Interface

05

Final Design

06

Secondary Media



01 Introduction
& Concept

Background

Introduction

Benefits

Limitations

Methodology

02 Research
Phase

User Persona

Architecture Information

User Flow

User Journey Map

03 Branding
Principle

Brainstroming & Insight

Mindmapping

Keywords

Big Idea

Moodboard

References

Color Picker

Typefaces

Hierarcy

Logotype

App Names

3D Elemen

Stylescapes



04 User Interface

Iconography

Button

Background

Navigation Bar

Grid & Layout

05 Final Design

Wireframe

Low Fidelity

High Fidelity

06 Secondary Media

Apps Advertising

Digital Signage

Mini Magazine

Action Figure Doll

Keychain

Pin Bulat Peniti

Custom Croptop

Mini Purse



Y2KZ. App breakdown segment:

Introduction & Concept

01

Y2KZ.

Background

What the project is about?

10



Mean Girl
2004



Tren fashion Y2K yang hadir ditengah masyarakat menjadi salah satu fashion yang paling banyak dikenakan terutama oleh generasi Z karena elemen fashion yang mudah untuk dipadukan dengan gaya lainnya. Namun, wawasan terhadap tren fashion Y2K dianggap **hanya sebagai tren semata dan menyajikan visual** tanpa memedulikan makna dan pengaruhnya di dunia fashion.

Selain itu, media informasi dan penyebaran fashion Y2K cukup rancu dan hanya sebatas pada sosial media. Sehingga penulis merancang media informasi berbasis aplikasi mengenai tren fashion Y2K terutama kepada pecinta fashion.

Y2KZ.

Introduction

Concept design

01. Purpose(s)

Memberikan wawasan dan informasi mengenai tren fashion Y2K dalam gaya berpakaian generasi Z.

02. Task(s)

Riset tren dan sejarah fashion Y2K, menganalisis kebutuhan dan kebiasaan generasi Z, merancang aplikasi interaktif sebagai media edukasi, melakukan testing terhadap aplikasi dan mengembangkannya kembali

03. Monetization

Aplikasi online gratis yang bisa didownload di Appstore atau googleplay, in app purchase (online marketplace)

04. Functions

Penyajian informasi produk, mix and match, virtual fitting, lookbook inspiration, online marketplace for local UMKM

05. Target Audience

Remaja akhir dengan rentang usia **17-25 tahun**, perempuan maupun laki-laki, ekonomi SES B, memiliki **ketertarikan akan fashion**, dengan menggunakan metode perancangan aplikasi interaktif

Y2KZ.

Benefits

What Benefits users should get?

01.
Memberikan wawasan mengenai elemen dari tren fashion Y2K.
02.
Memberikan fitur interaktif mengenai fashion dimana pengguna melakukan mix and match pakaian sesuai dengan minat.
03.
Memberikan pengalaman interaktif yang dapat membantu sekaligus memudahkan pengguna dalam mengkombinasikan pakaian.



Mean Girl
2004



Mean Girl
2004

Y2KZ.

Limitations

Technical
Recruitment

01. Platform

Mobile app

02. Supported OS Version

Android, iOS V16.1 above

03. Orientation

Portrait mode, responsive

04. Desirable dev. Language & tech to be used

Figma (UI/UX, Prototyping)
Nomad Sculpt (3D assets)

Y2KZ.

Metodology

Design Thinking
IDEO (Karl,2020)

01. Emphatize

02. Define

03. Ideate

04. Prototype

05. Test



Y2KZ. App breakdown segment:

Research Phase

02

User Persona

User Primer

02 / Research Phase

18

Celsie Andreas menjadi user persona utama, merepresentasikan pengguna utama dari aplikasi yang paling sering berinteraksi dan menjadi fokus utama pengembangan fitur.

USER PERSONA



Celsie Andreas (21)

Jakarta Selatan

Perempuan

Mahasiswi, cheerleaders
ESFj

About Celsie

Celsie merupakan seorang mahasiswi manajemen berlokasi di Jakarta Selatan. Sebagai seorang mahasiswi, ia juga aktif berorganisasi dan senang untuk bertemu banyak orang baru. Celsie juga memiliki ketertarikan terhadap pakaian yang sedang tren dan digunakan oleh orang-orang disekitarnya. Menurutnya fashion menjadi salah satu bentuk identitas yang mewakili kepribadian dan pengekspresian dirinya. Maka dari itu, Celsie memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap fashion agar dapat memadukan pakaian yang sesuai dengan dirinya.

Behavioral Considerations

- Aktif dalam berorganisasi dan kegiatan sosial
- Peduli terhadap fashion dan selalu memperhatikan apa yang dikenakan sehari-harinya
- Menyisihkan uang untuk mempercantik diri dan membeli pakaian
- Selalu *update* dengan tren terbaru
- Sering melakukan mix and match dan mencari inspirasi di aplikasi dan sosial media

Frustrations

- Kurangnya informasi terhadap pakaian yang dikenakan hanya sebatas dikenakan saja
- Susahnya memadukan pakaian
- Membuang banyak waktu untuk mencari inspirasi dari pakaian yang diinginkan

Goals

- Mendapatkan informasi mengenai fashion dengan cepat dan mudah
- Memperoleh inspirasi atau *lookbook* fashion dengan cepat dan mudah
- Memadukan pakaian yang dikenakan tanpa ribet
- Membangun koleksi atau paduan fashion sendiri secara digital
- Mempunyai platform digital yang simpel dan efektif untuk *mix and match* pakaian

Motivations

- Menggunakan pakaian yang trendy
- Memaksimalkan penggunaan item fashion
- Menghemat waktu
- Mendorong fashion yang dikenakan agar makin *outlook*

Brands



BERSHKA

User Persona

User Sekunder

02 / Research Phase

19

Sean Wiranto menjadi objek user persona secondary, merepresentasikan karakter pengguna spesifik yang menggunakan aplikasi dengan konsep tren fashion Y2K.

USER PERSONA



Sean Wiranto (24)

BSD, Tangerang

Laki-laki
Street Fotografer, model
ENFP

About Sean

Sean merupakan seorang fotografer sekaligus model fashion. Sean seringkali mendapatkan tawaran sebagai model dari brand-brand fashion anak muda terutama yang sedang tren. Sean paling mengemari tren fashion Y2K, menurutnya fashion Y2K sedang naik daun dan banyak sekali dikenakan oleh orang-orang disekitarnya. Sebagai seorang fotografer, Sean sering menemukan bahwa banyak sekali varian dan bentuk dari fashion Y2K yang menurutnya menarik untuk dipelajari. Selain itu Sean berangapan bahwa fashion Y2K menjadi bagian dari gaya berfashion yang akan menjadi tren untuk jangka waktu yang lama sehingga Sean membutuhkan lemari khusus fashion Y2K yang memudahkannya.

Behavioral Considerations

- Aktif dalam kegiatan sosial
- Sangat tertarik terhadap fashion terutama fashion Y2K
- Memperhatikan gaya berpakaian orang-orang disekitarnya
- Selalu *update* dengan tren terbaru
- Sering mencoba-coba style baru dan memadukannya

Frustrations

- Terkadang fashion Y2K cukup mahal karena peminatnya yang tinggi
- Terlalu banyak elemen fashion sehingga kurang memaksimalkan penggunaanya
- Sulit mengorganisir koleksi pakaian sehingga sulit menemukan kombinasi yang pas
- Sulitnya menemukan informasi mengenai elemen fashion Y2K yang beredar di pasaran.

Goals

- Mempunyai lemari digital fashion
- Mengunggah *lookbook* pribadi ke sosial media dan menjadi inspirasi tren fashion Y2K
- Meningkatkan personal branding dibidang fashion Y2K
- Mengeksplorasi fashion secara digital tanpa harus mengeluarkan banyak uang yang tidak perlu
- Melakukan *virtual fitting* sebelum melakukan pekerjaan

Motivations

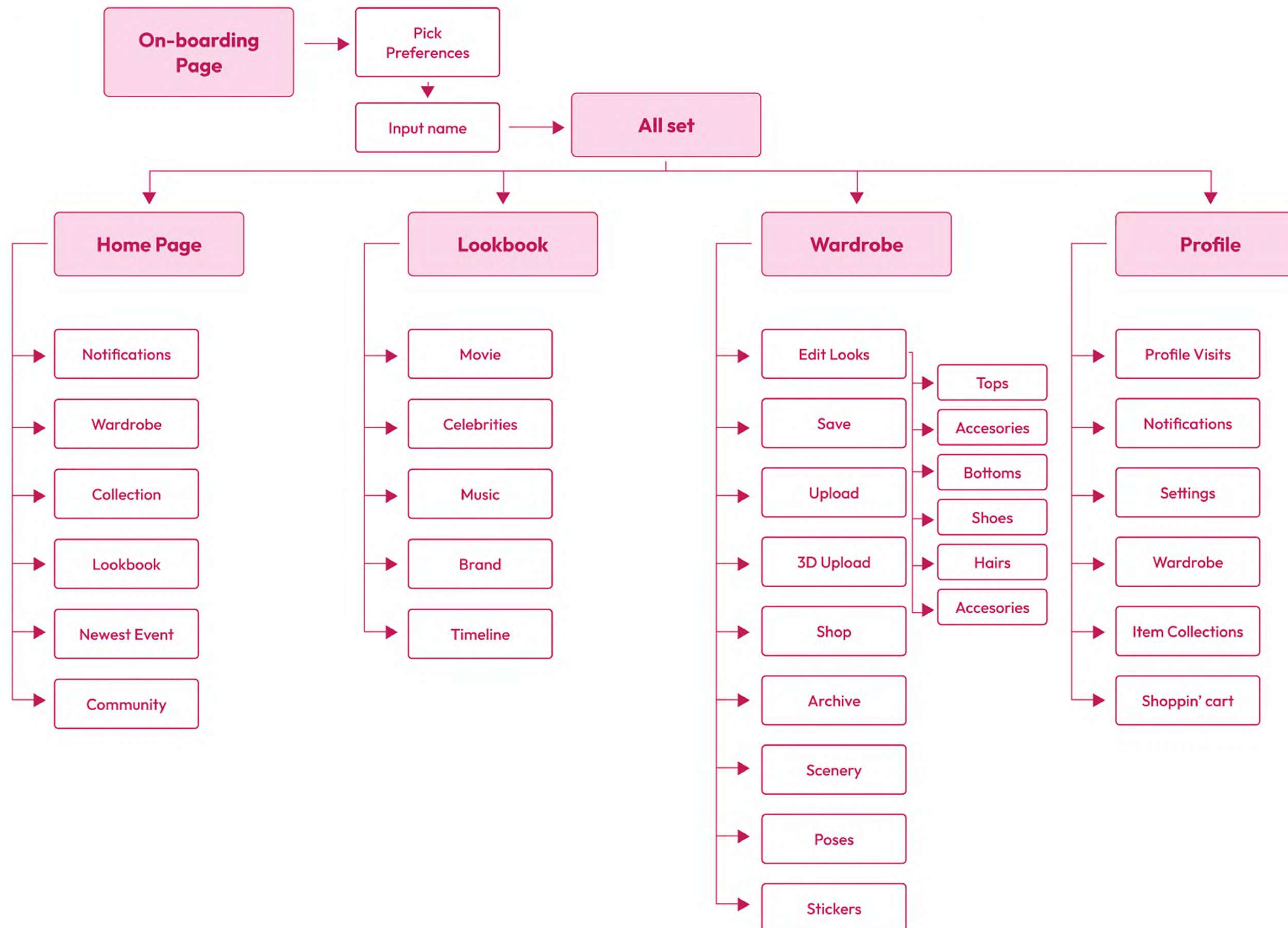
- Menyebarluaskan mengenai tren fashion Y2K
- Menjadi inspirasi look fashion Y2K
- Antusias dan minat terhadap tren fashion anak muda
- Memaksimalkan profesi sebagai fotografer dan juga model fashion

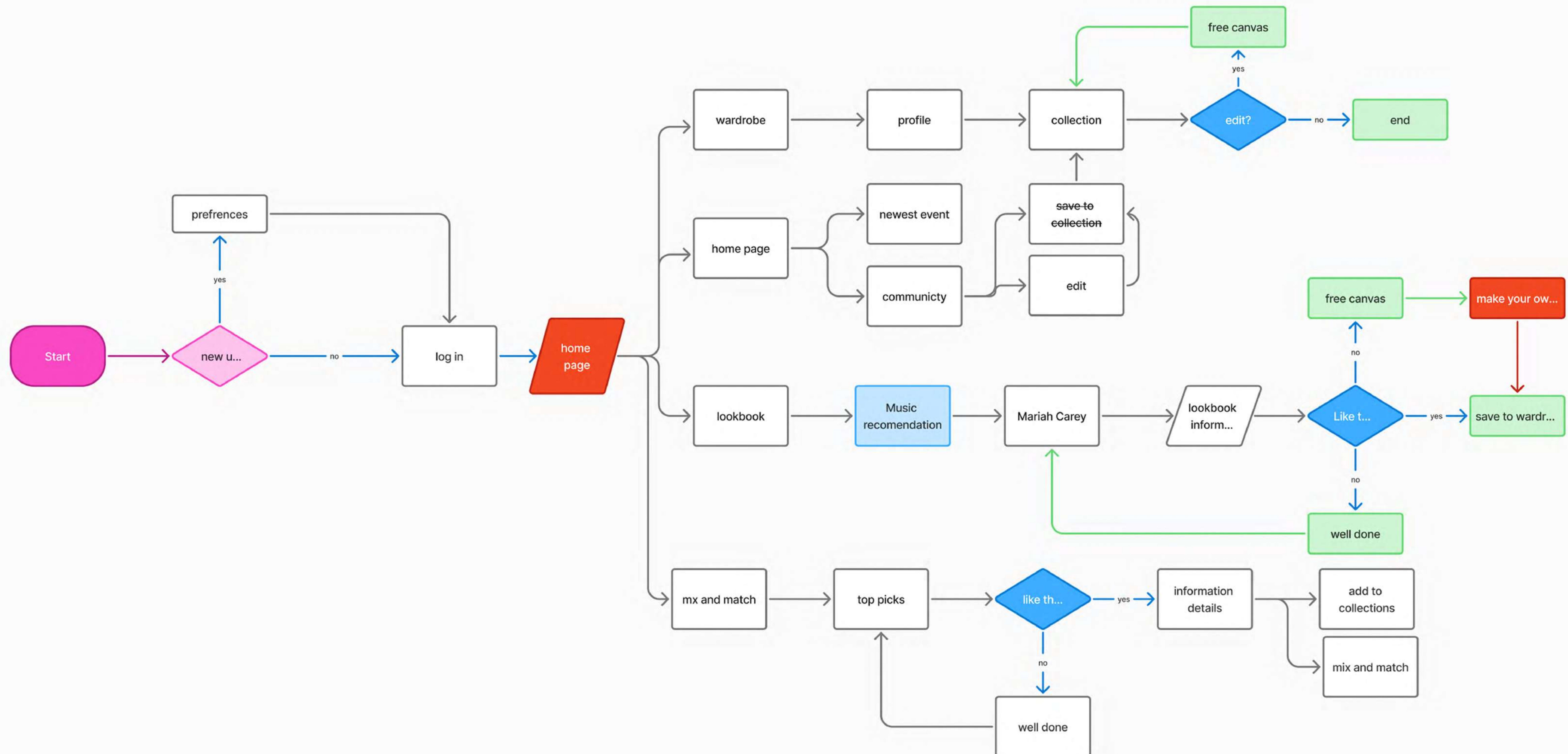
Brands



GENTLE MONSTER









Persona Details	Scoop summary	Goals
Celsie seorang mahasiswa yang aktif dalam kehidupan sosial dan tertarik terhadap fashion sehingga selalu memperhatikan apa yang dikenakan sehari- harinya	Sebagai seorang yang aktif berkegiatan sehari-harinya, Celsie melakukan virtual fitting serta membuat koleksi pakaian yang dapat membuatnya selalu tampak bersinar dan menawan setiap harinya.	<ul style="list-style-type: none">• Mendapatkan informasi mengenai fashion dengan cepat dan mudah• Memperoleh inpsirasi atau <i>lookbook</i> fashion dengan cepat dan mudah• Memadukan pakaian yang dikenakan tanpa ribet

Research	Application	Enrollment	Onboarding	Activated
<div>1. Tren fashion melalui konten sosial media influencer mengenai fashion (Instagram, TikTok, Youtube)</div> <div>2. Melalui sosial media, muncul splikasi rekomendasi "Y2KZ"</div> <div>"Aplikasi mengenai fashion yang menarik secara visual!"</div> <div>Mengunjungi "Y2KZ"</div>	<div>4. Mengunjungi aplikasi "Y2KZ"</div> <div>5. Mengunduh aplikasi melalui Appstore</div> <div>"Pakaian yang direkomendasi sangat menarik namun juga berulang dan sulit menemukan yang diminati!"</div> <div>inspirasi pakaian</div> <div>Melakukan pendaftaran</div> <div>"Aplikasi menawarkan produk sesuai minat!"</div>	<div>6. Melakuakan pembuatan akun dan mendaftarkan akun</div> <div>7. Masuk dan mulai mencoba aplikasi fashion</div> <div>virtual fitting</div> <div>"Saya bisa membentuk avatar dan memadukannya dengan pakaian pilihan saya!"</div> <div>mix and match</div> <div>"Saya bisa dengan mudah memadukan pakaian di lemari, sangat menghemat waktu!"</div>	<div>8. Mendapatkan pengalaman mengenai tutorial penggunaan aplikasi</div> <div>9. Melihat refrensi dan lookbook dari aplikasi</div> <div>proses fitting</div> <div>"Terlalu banyak rekomendasi yang memusingkan"</div> <div>informatif</div> <div>"Setiap produk dilengkapi dengan informasi mendetail, impresif"</div>	<div>10. Menggunakan aplikasi selama beberapa waktu</div> <div>11. Mendapatkan pengalaman virtual fitting melalui pakaian yang dipunya secara digital</div> <div>12. Melakukan kombinasi pakaian serta eksplorasi</div> <div>13. Melakukan pembelian produk</div> <div>"Saya membeli produk yang sesuai dengan keinginan saya dengan tepat"</div> <div>usefull</div> <div>collectible</div> <div>"Aplikasi mendukung eksplorasi dan menyimpannya di lemari virtual"</div>
Konten edukatif di sosial media mengenai fashion Y2K	Menampilkan fitur- fitur pembeda yang menjadi titik <i>selling point</i>	Menggunakan fitur login cepat melalui akun- akun tertentu (<i>google, Apple ID, Facebook, dsb</i>)	Memberikan pengalaman langsung agar pengguna tidak kebingungan	Menggunakan aplikasi dan melakukan eksplorasi secara maksimal





Y2KZ. App breakdown segment:

Branding **Principle**

03

Brainstroming & Insight

Identifikasi
Ide

01. Brand

02. User

Membawa kembali ekspresi
identitas fashion Y2K

Fashion mewakili apa yang kita
kenakan, bukan hanya sekedar
visual semata

Mindmapping berguna sebagai wadah pengumpulan ide- ide dari suatu pemikiran yang dituangkan ke dalam tulisan.



01. Mood

Kata kunci “mood” dipilih penulis guna menunjukkan suasana dan atmosfer yang ingin dibangun dalam perancangan desain aplikasi kepada pengguna.

02. Kultural

Kemudian penggunaan kata kunci “kultural” menekankan aspek budaya dan tren sosial dari fashion Y2K.

03. Identitas

Kata kunci terakhir yang dipilih penulis yaitu “identitas” merujuk kepada ekspresi diri pengguna melalui fashion

Big Idea

Konsep Pemikiran

Konsep big idea yang dipilih merujuk pada masalah desain dimana tren fashion Y2K bukan hanya sekedar tren atau pakaian yang dikenakan sehari-hari namun bagaimana gaya berpakaian menjadi bagi dari budaya dan identitas suatu fashion.

Not a Fit but a Culture

Y2KZ.

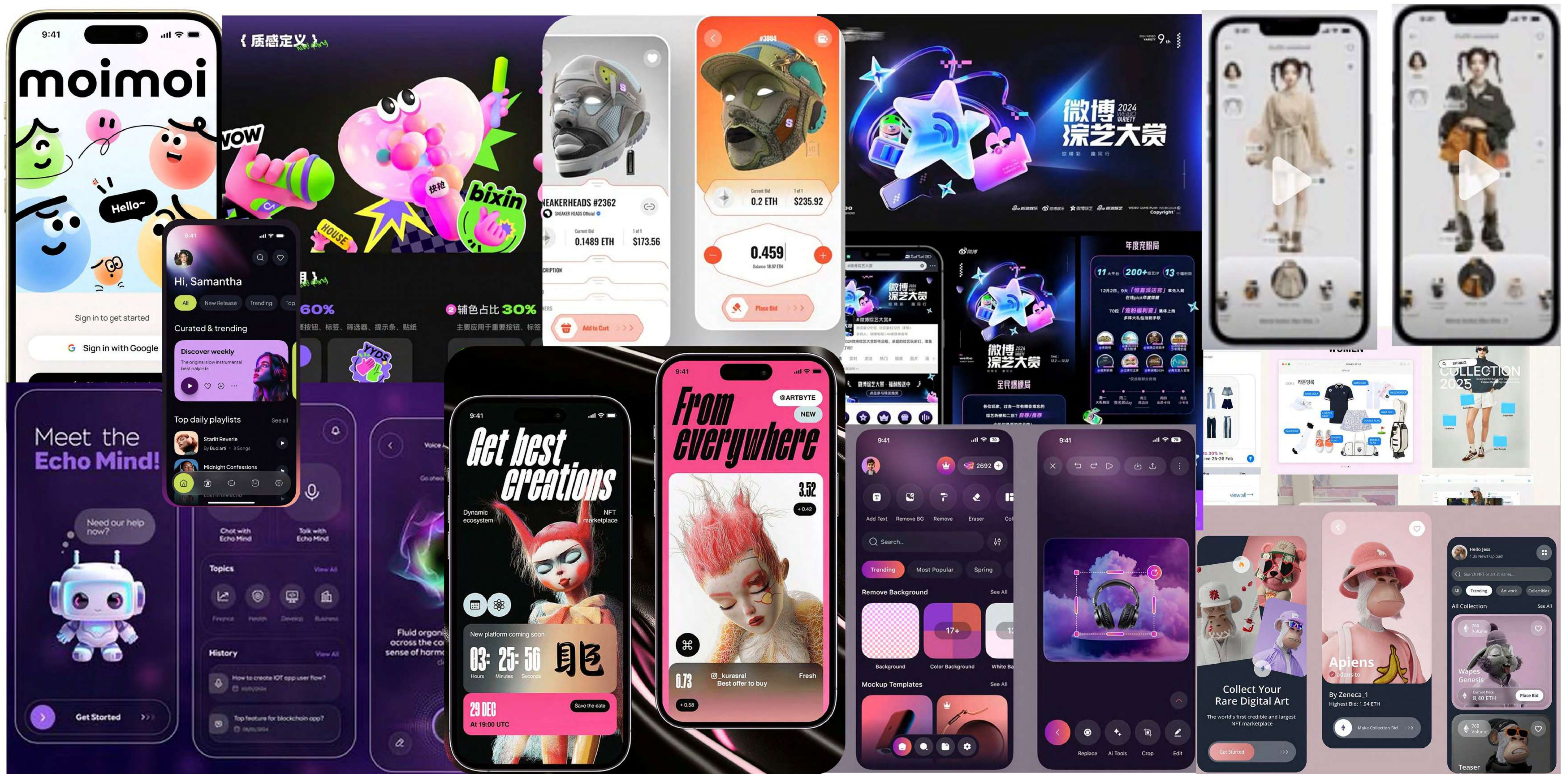
Mood

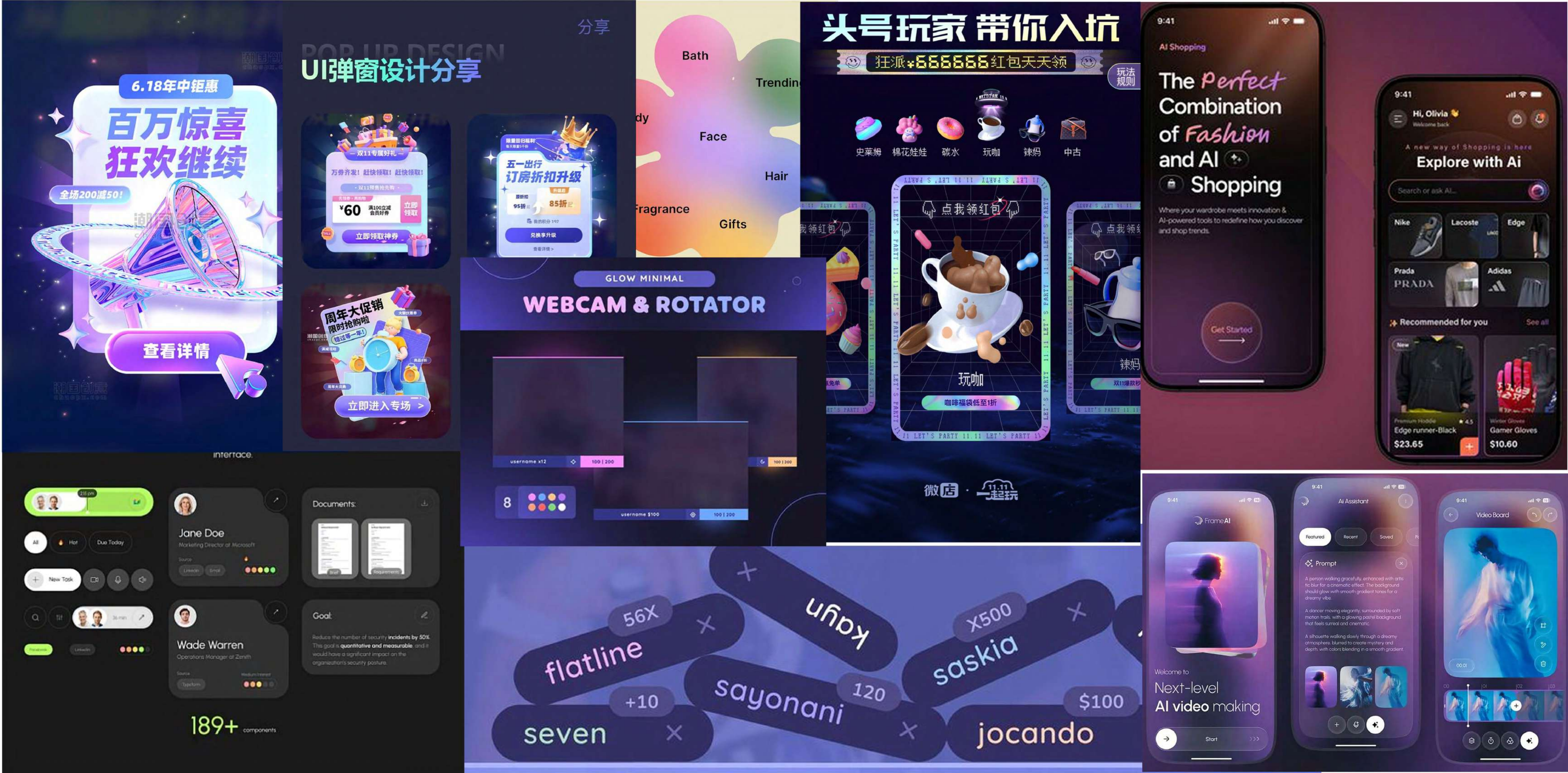
Kultural

Identitas



Moodboard berguna sebagai pengumpulan ide dan mood yang ingin dibangun oleh penulis.







Moodboard berguna sebagai pengumpulan ide dan mood yang ingin dibangun oleh penulis.



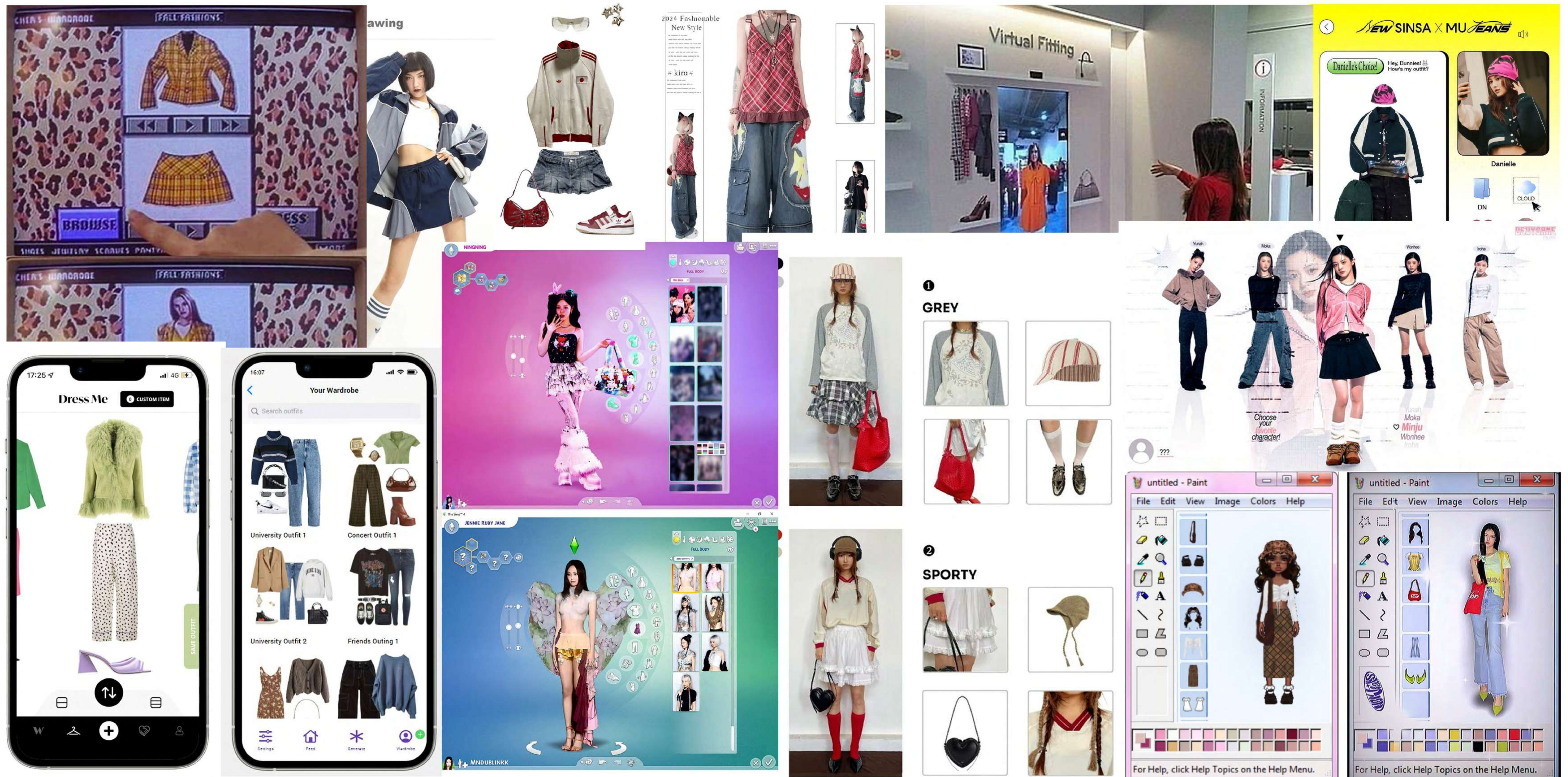
References

Tahap perancangan

03 / Branding Principle

32

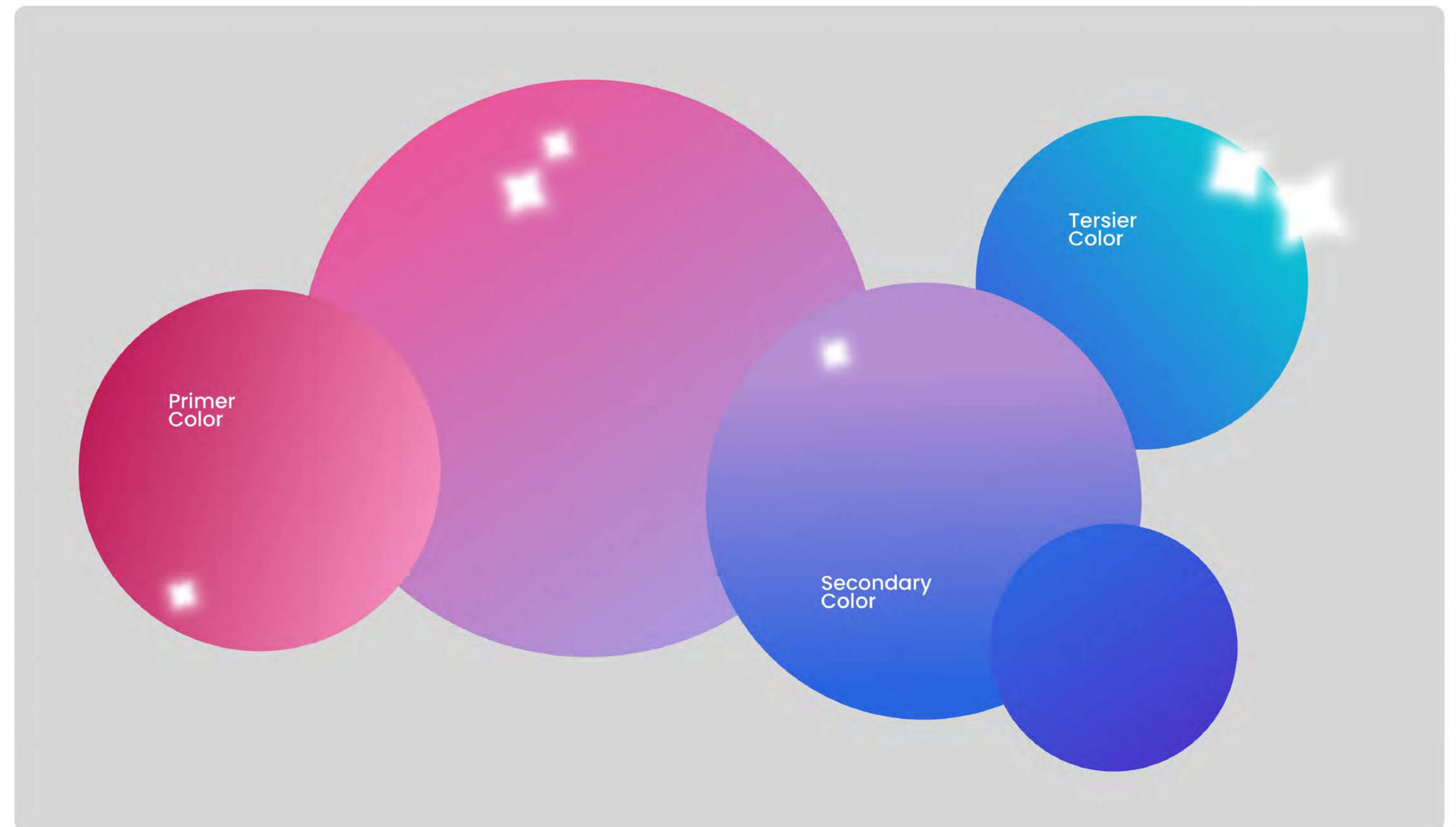
Referensi menjadi tahapan yang berfungsi untuk mengrealisasikan ide yang telah terkumpul sebelumnya menjadi suatu bentuk visual.



Color Picker

33

Gradient



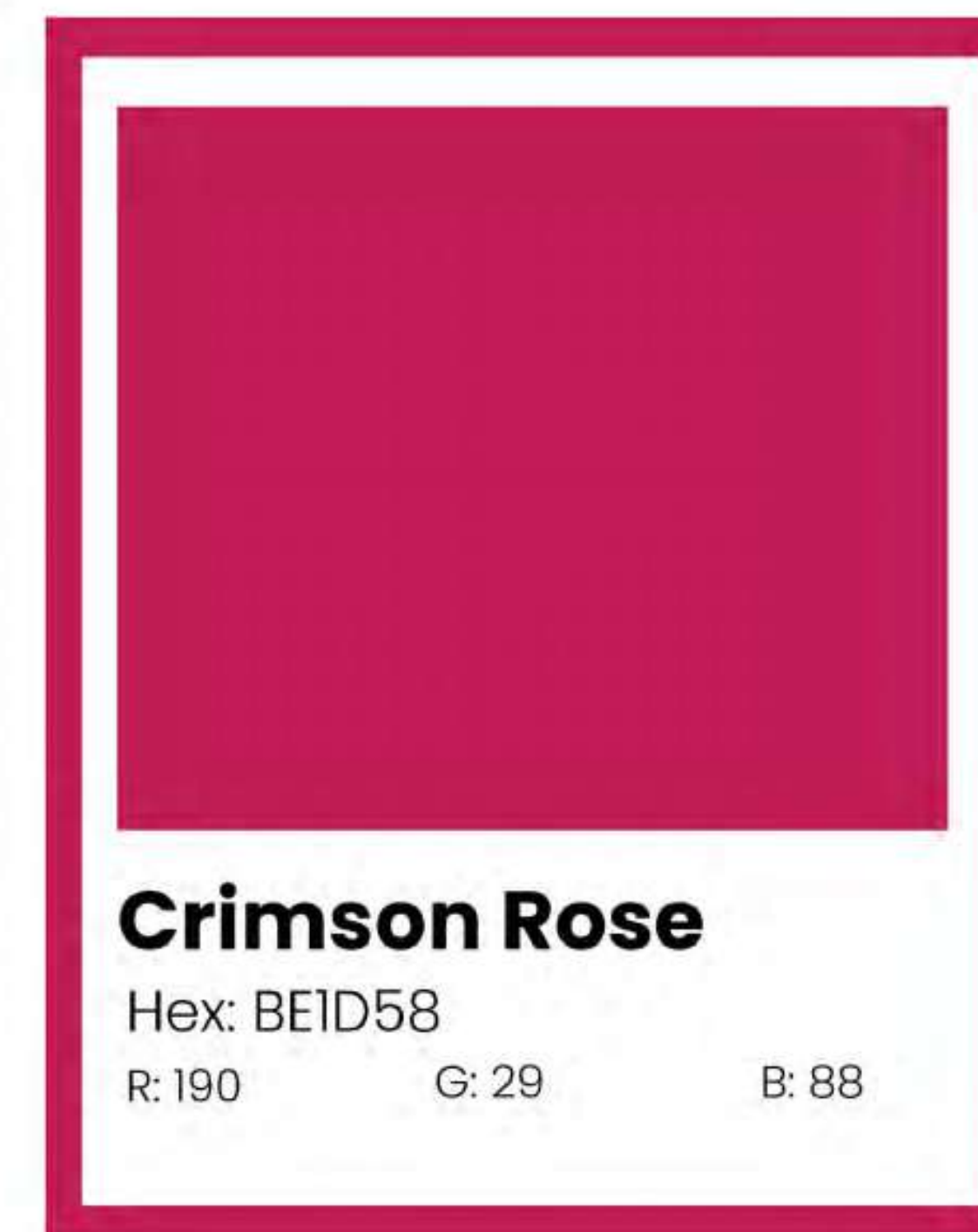
Penggunaan warna yang dipilih berdasarkan estetika fashion Y2K yang gemerlap. . Warna dalam perancangan memiliki peran penting sebagai alat komunikasi visual yang mewakili identitas dan juga mood visual.

#BE1D58 Crimson Rose 190 29 88	#E8579A Bubblegum Pink 232 87 154	#A39CE1 Lavender 163 156 225	#05CAE2 turquoise 5 202 226	#2963E0 Vivid Blue 41 99 224	#5940BF Indigo 89 64 191
--	---	--	---	--	--------------------------------------

Color Picker

Gradient

Warna- warna yang dipilih dipadukan dalam gradient yang mengrepresentasikan visual pop culture dan teknologi era Y2K bug. Palet warna juga dipilih dengan hasil konsiderasi sebagai visual yang eye-catching terutama bagi generasi Z.



Primer

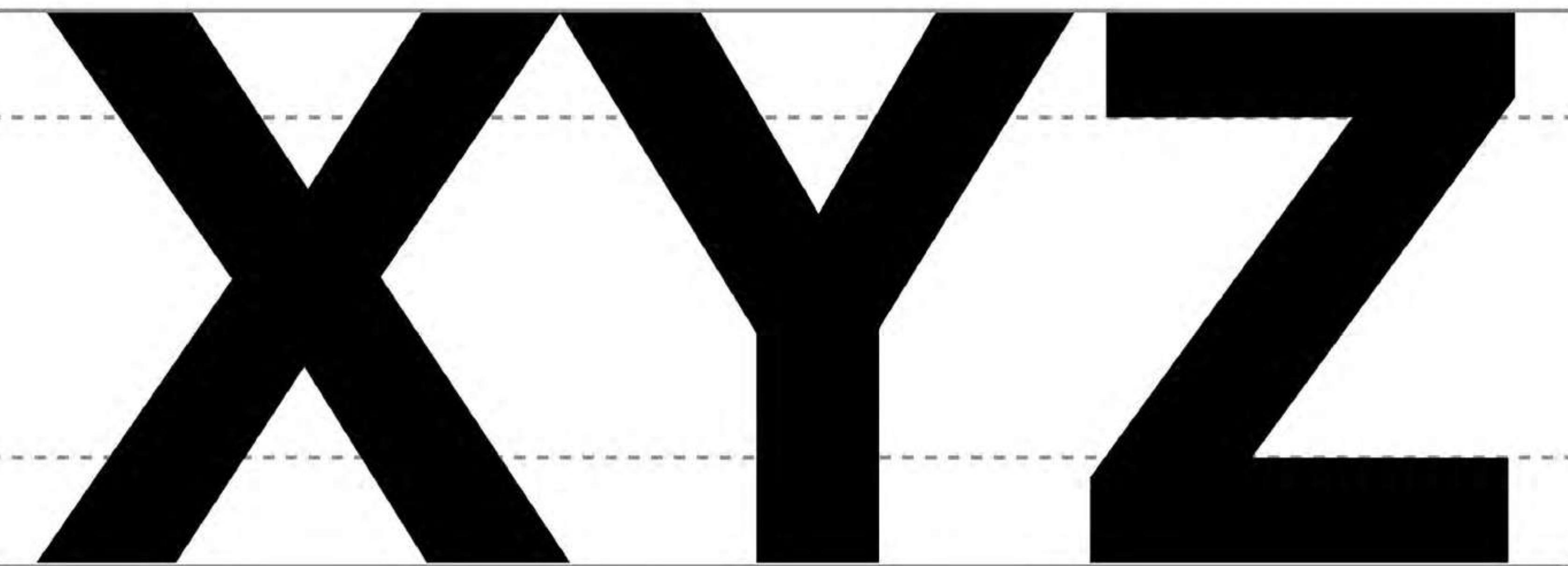
Secondary

Tersier

Outfit

Letter spacing 0%

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890<>:?!#%&=+



OUTFIT
/MODULAR EXTRA BOLD/

OUTFIT
/MODULAR BOLD/

OUTFIT
/MODULAR SEMI BOLD/

OUTFIT
/MODULAR MEDIUM/

OUTFIT
/MODULAR REGULAR/

OUTFIT
/MODULAR LIGHT/

OUTFIT
/MODULAR EXTRALIGHT/

Monument Extended

letter spacing 0%

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890<>:?!#%&=+

x y z

OUTFIT
/MODULAR ULTRABOLD/

OUTFIT
/MODULAR REGULAR/

Tabel of Contents

HIERARCY	WEIGHT	SIZE	LINE HEIGHT	LETTER SPACING
BIG DISPLAY	Extra Bold	84 px	96 px	0 px
Big Display	Bold	64 px	76 px	0 px
Display	Bold	48 px	52 px	0 px
Heading Utama (H1)	Bold	36 px	44 px	0 px
Subheading (H2)	Semi Bold	28 px	36 px	-8 px
Subheading (H3)	Medium	22 px	30 px	-8 px
Body text 1	Medium	18 px	28 px	-8 px
Body text 2	Regular	16 px	24 px	-8 px
Caption/ Label	Regular	12 px	12 px	0 px
Button/ Action Text 1	Semi Bold	16 px	26 px	0 px
Button/ Action Text	Regular	14 px	20 px	0 px



24pt



24pt



Fashion Y2K dipengaruhi oleh banyak gaya fashion lainnya yang membuat Y2K selalu hadir dalam bentuk **mix and match** adaptasi banyak gaya fashion menyesuaikan dengan pengguna.

Yang
Terpilih

Y2KZ.

Dalam perancangan aplikasi tren fashion Y2K penulis mengambil nama perancangan “Y2KZ.” dimana nama ini diambil dari perpaduan kata Y2K dan generasi Z serta penggunaan titik diakhir.

Filosofi yang dimiliki oleh “Y2KZ.” membawa perpaduan dua generasi budaya, Y2K yang dihidupkan kembali oleh generasi Z dengan interpretasi yang progresif namun tetap memiliki kesadaran budaya yang kuat.

3D Elemen

Character Breakdown

40

Penggunaan elemen 3d menghadirkan pengalaman visual yang imersif dan menarik terutama pada elemen fashion.



Elemen



Elemen





FASIONABLE

Pengguna lebih mengenal dan dekat dengan wawasan dari fashion Y2K serta pengalaman interaktif yang membantu mereka untuk mengeksplor, mengembangkan, dan mengaplikasikan fashion Y2K

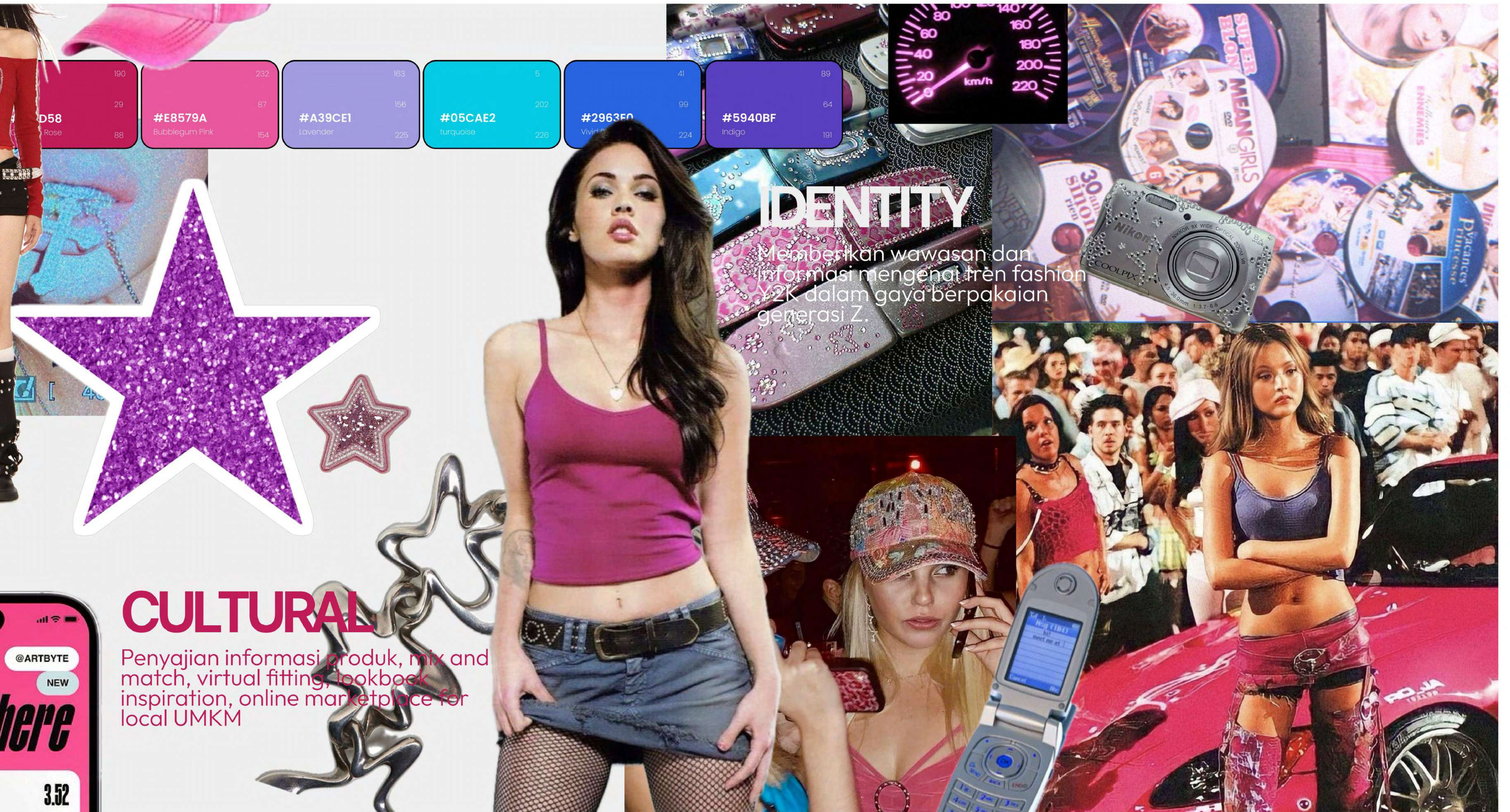
BRAND NEW Y2K ERA

Monument Extended

NOT A FIT, BUT A CULTURE

Be Vietnam





IDENTITY

Memberikan wawasan dan informasi mengenai tren fashion Y2K dalam gaya berpakaian generasi Z.

CULTURAL

Penyajian informasi produk, mix and match, virtual fitting, lookbook inspiration, online marketplace for local UMKM





Y2KZ. App breakdown segment:

User Interface

04

Scale System

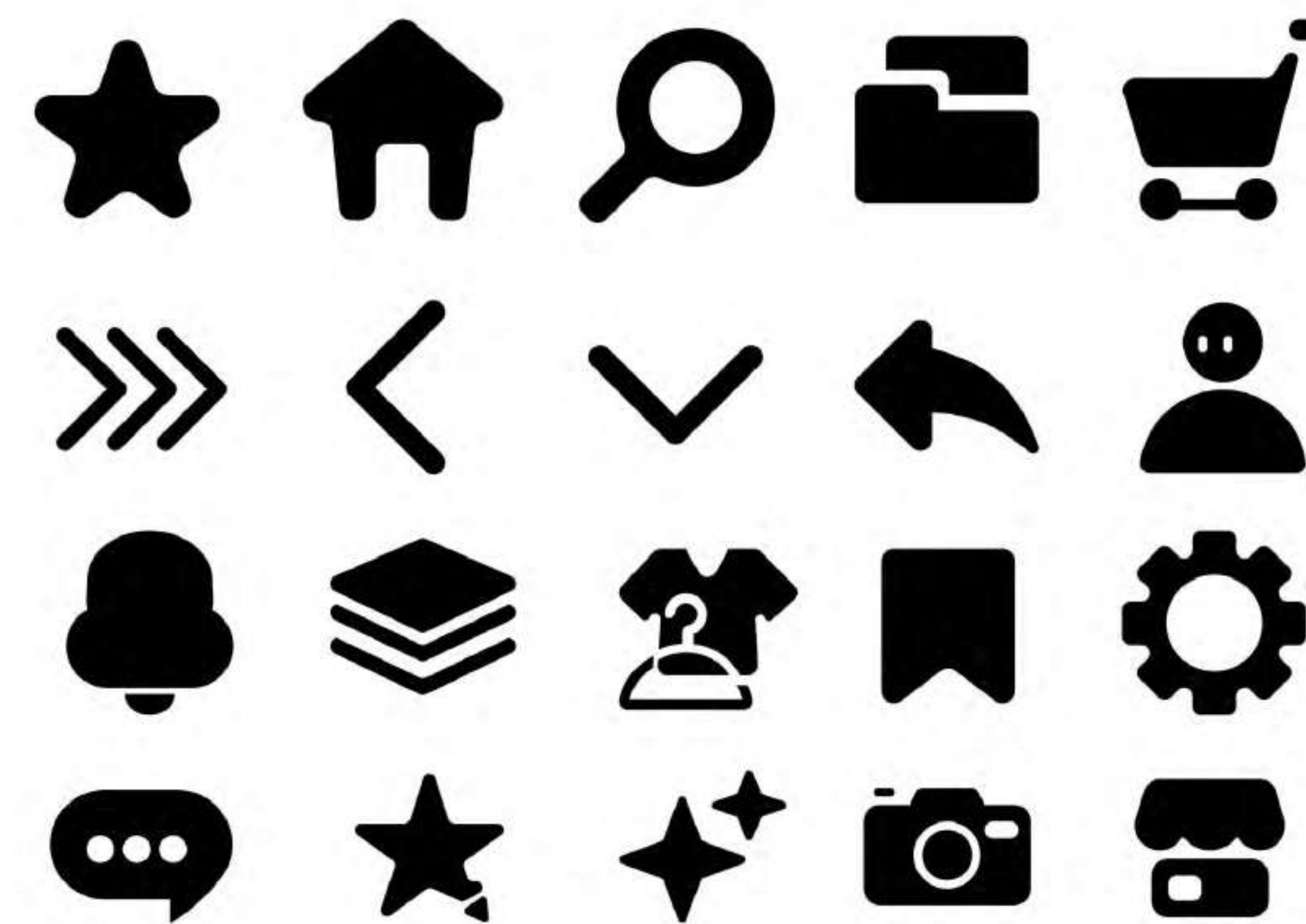
Icon menggunakan grid 24x24pt untuk menjaga konsistensi antar icon sehingga lebih nyaman untuk dilihat.

Perancangan icon dibuat sesederhana mungkin namun juga dapat mewakili satu fungsi.



24pt

24pt



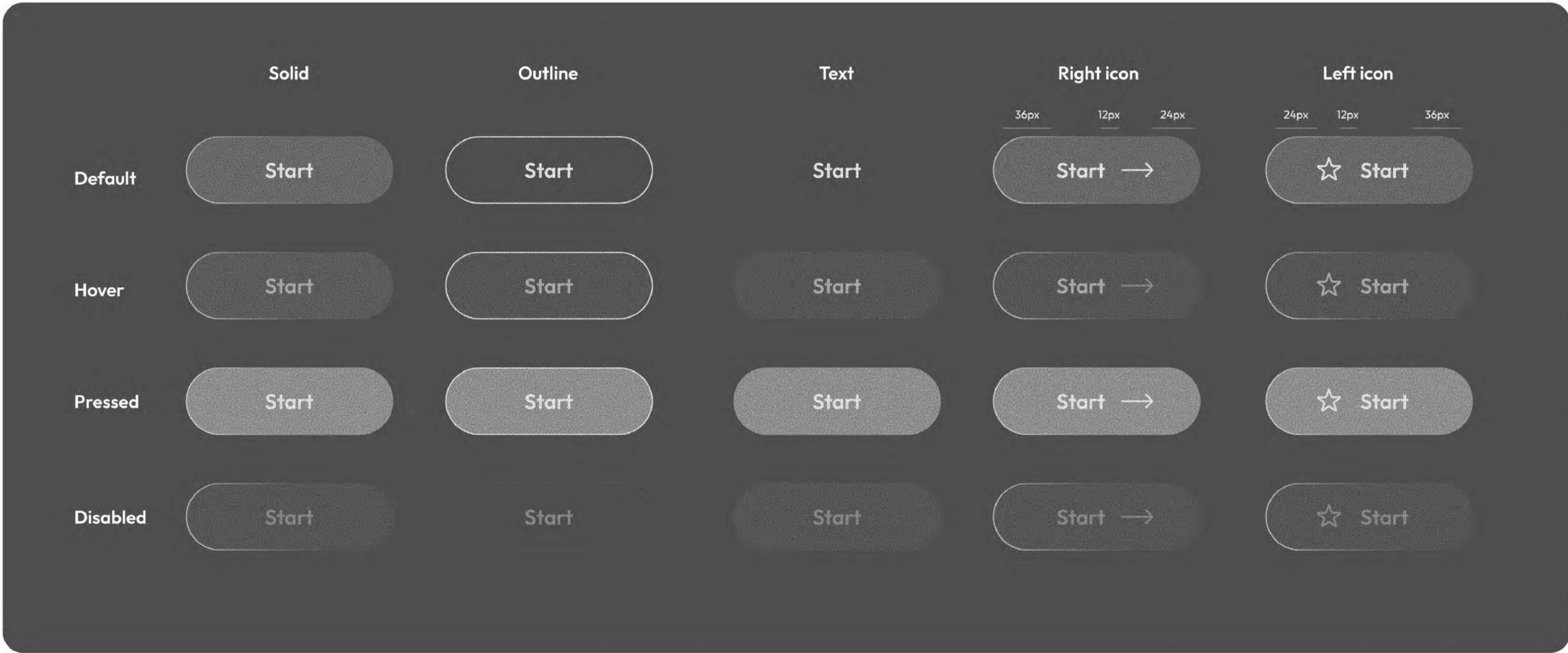
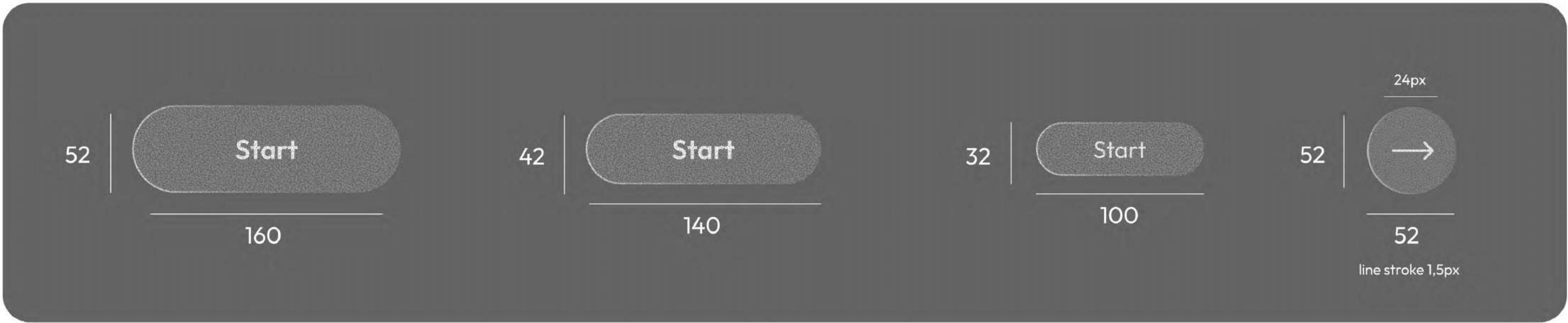
Icon merupakan elemen visual yang mempresentasikan suatu perintah atau fitur agar pengguna dapat menjalankan perancangan secara reponsif. Perancangan ikon berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang harus mudah dipahami dan jelas.



Icon kemudian di rancangan dalam beberapa icon yang mewakili suatu bentuk yang ada didunia nyata. Walaupun dalam bentuk sederhana icon yang dirancang tetap memperhatikan aspek keterbacaan sehingga pengguna mengetahui maksud langsung dari navigasi tanpa merasakan kebingungan.

Penggunaan padding dan ukuran pada text field dan profile size.

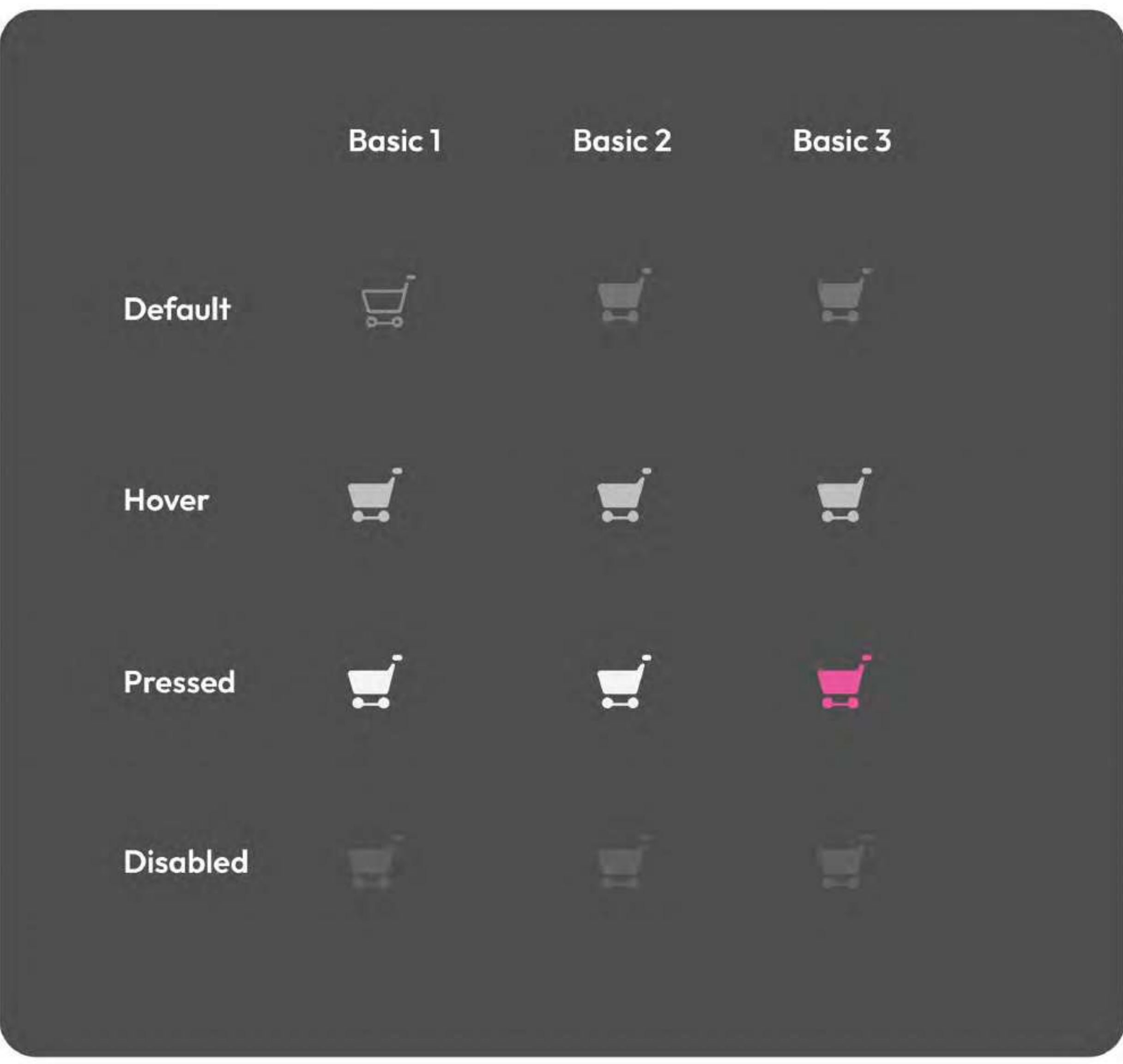
Pengaplikasian button pada desain dirancang dengan mempertimbangkan konsistensi visual dan keterbacaan sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan navigasi.



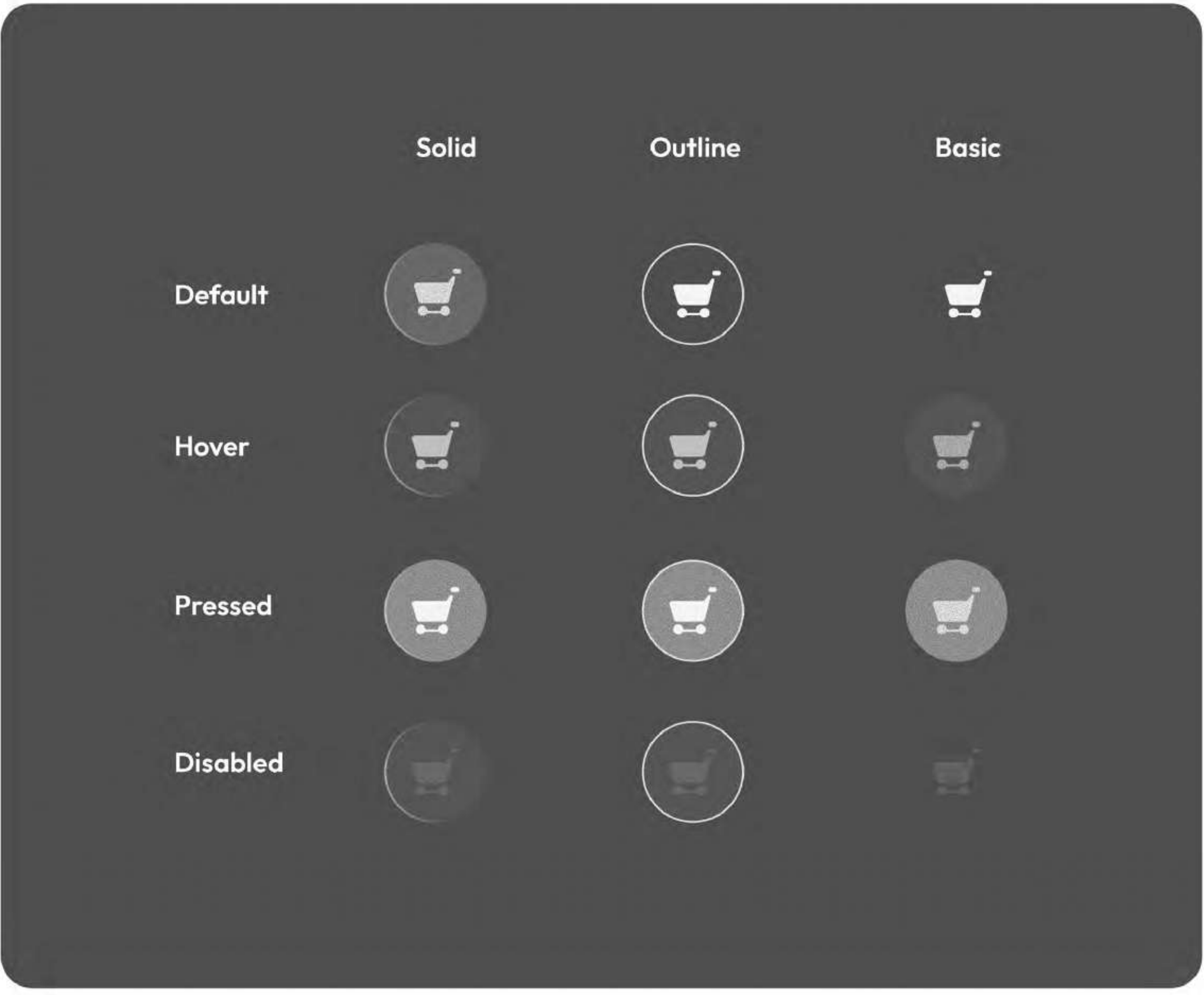
Penggunaan padding dan ukuran pada navigation bar



01. Option I



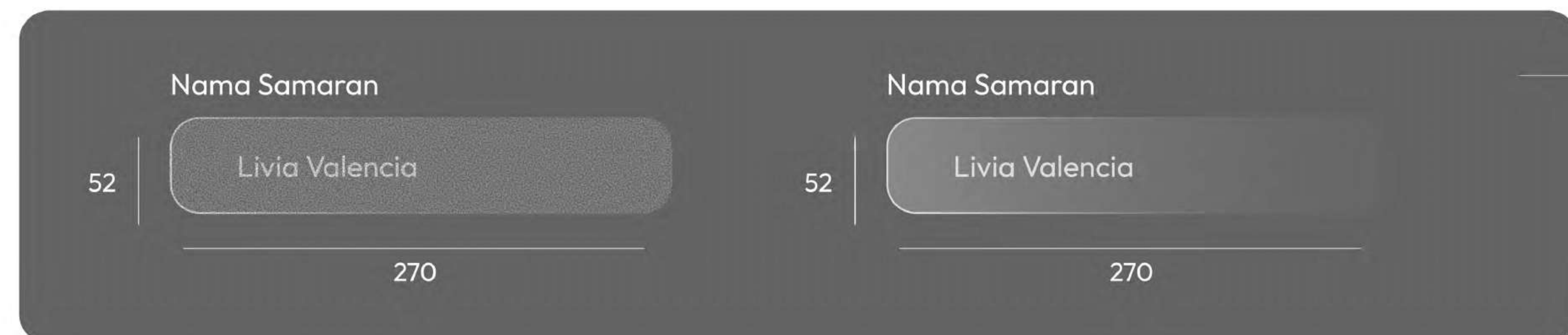
02. Option II



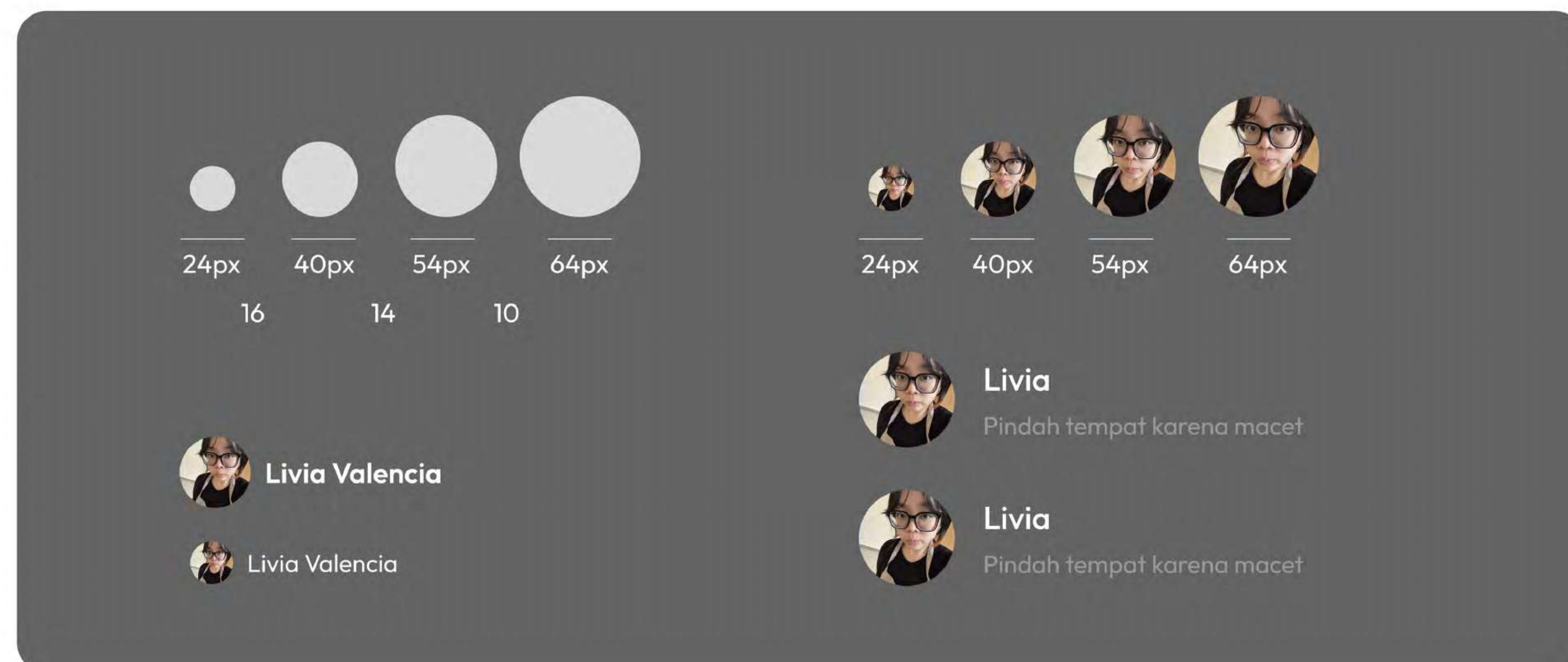
03. Option III

Penggunaan padding dan ukuran pada text field dan profile size.

01. Text Field



02. Profile Size



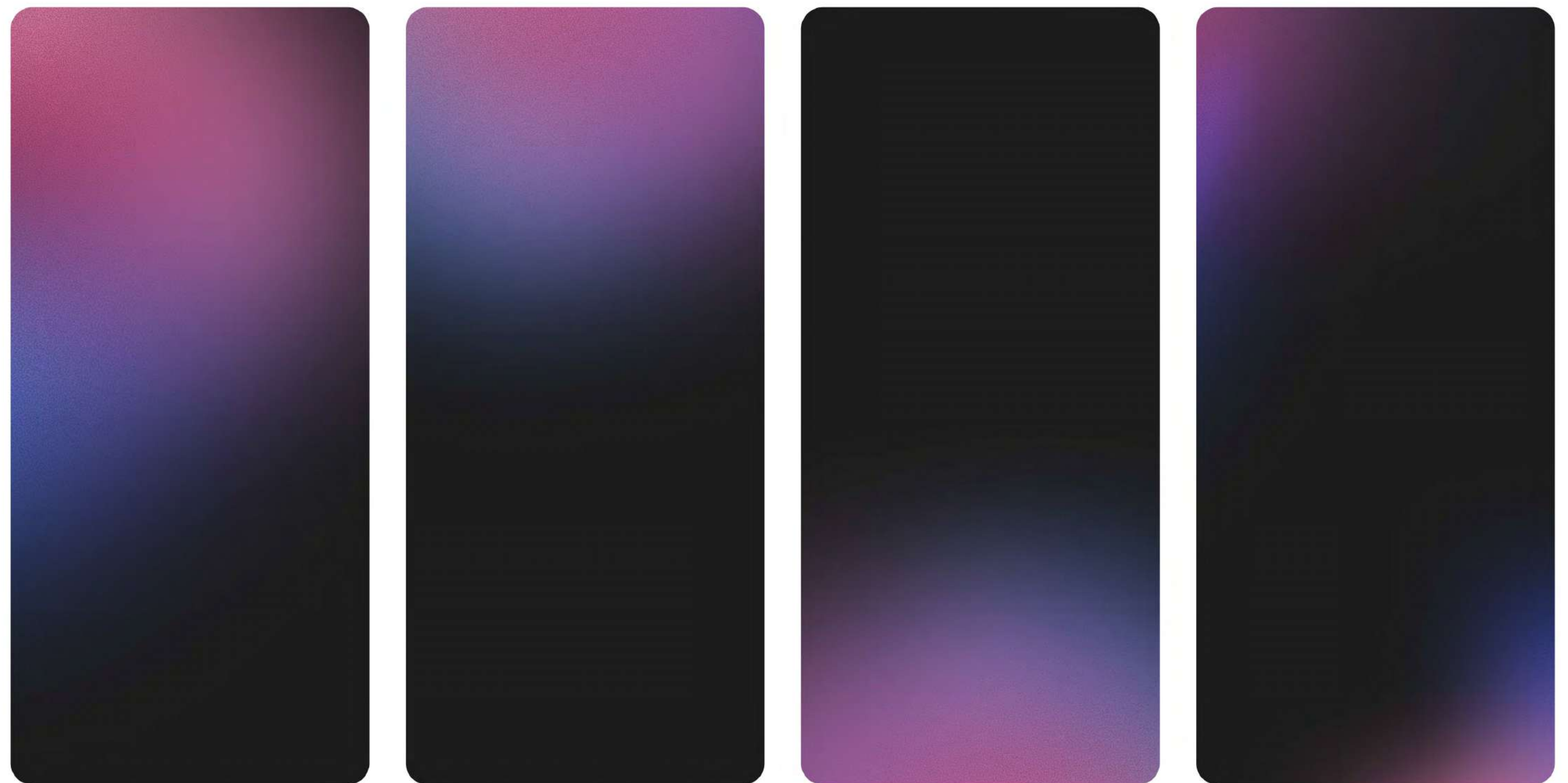
Background

Warna pink, ungu, dan biru yang mendominasi pada warna hitam.

50

Gradasi warna

Pengguna warna background merujuk kepada dunia gemerlap yang dibawa oleh tren fashion Y2K sehingga tercipta suasana autentik.



Navigation Bar

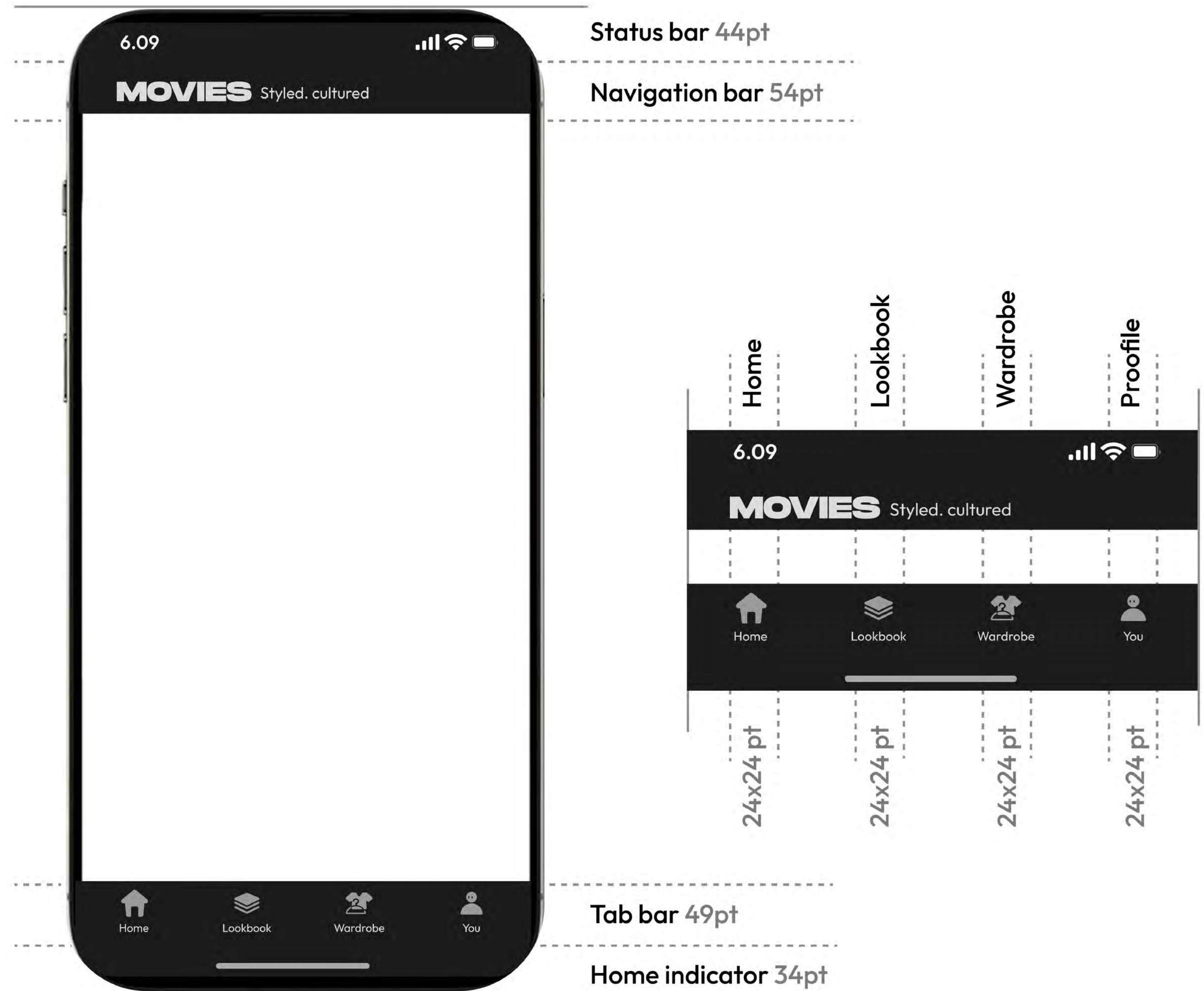
Scale System

04 / User Interface

51

Perancangan layout grid menentukan safe area yang akan diisi dengan konten dan elemen visual. Hal ini untuk memastikan elemen-elemen penting tidak tertutupi atau terpotong oleh bar.

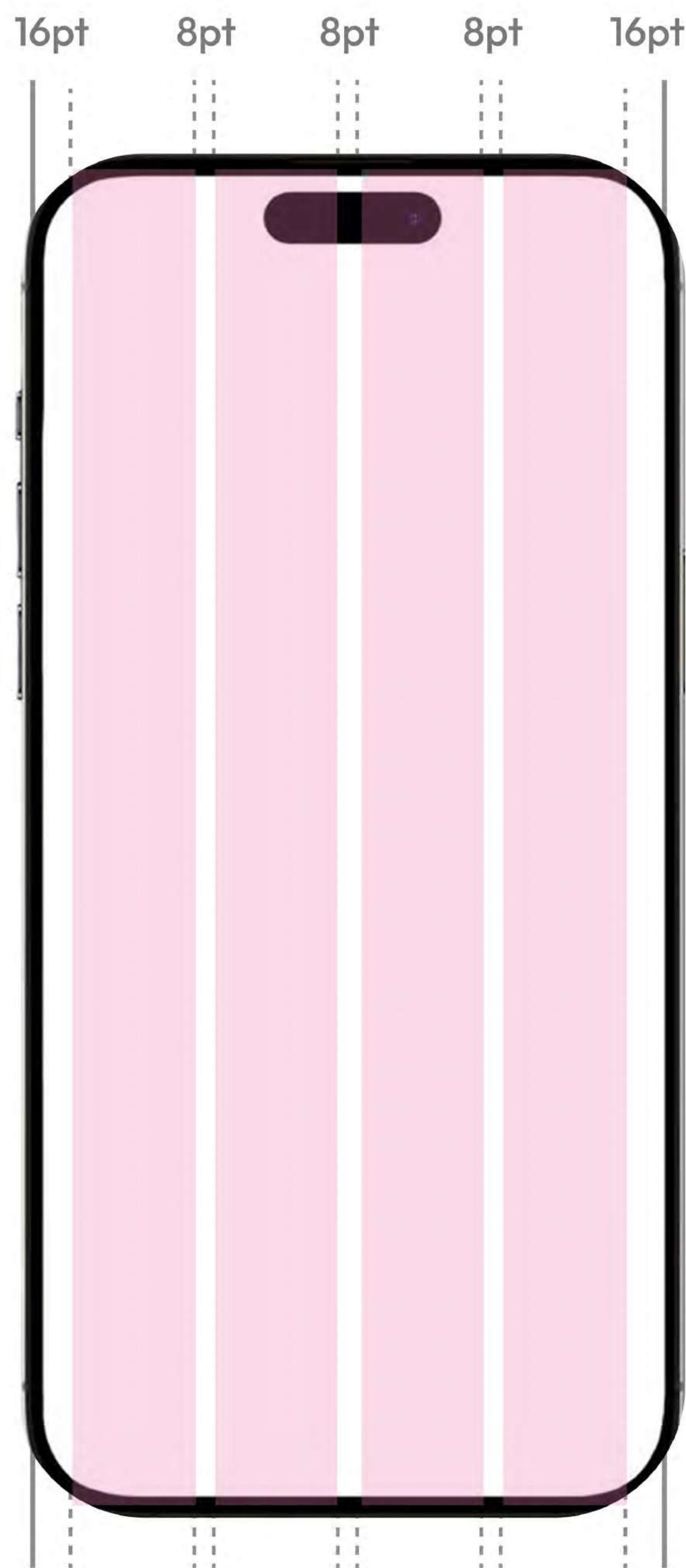
Y2KZ.



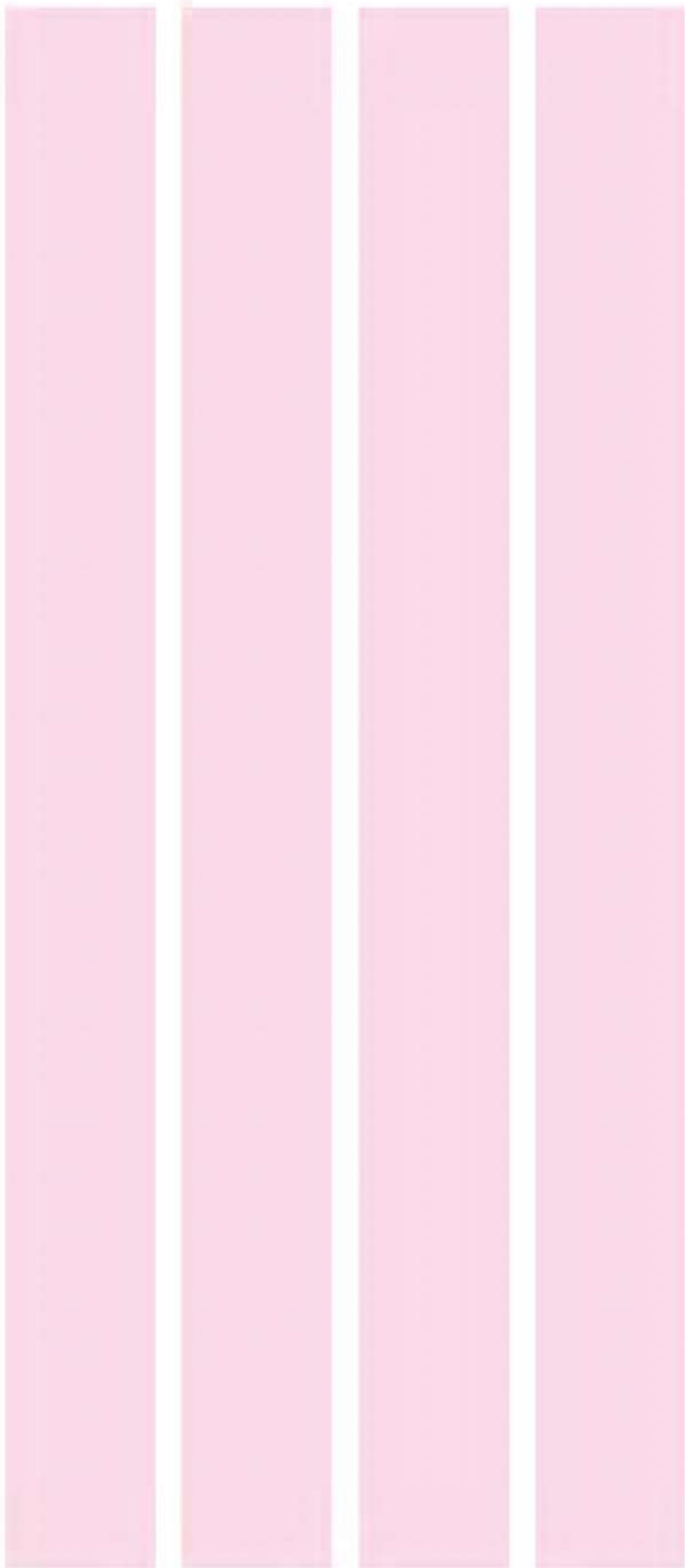
Grid & Layout

Ip 14&15 pro concept

56



Margin 54pt
Status bar 44pt



Mobile Portrait

Count 4
Gutter 16 dp
Margins 8 dp

Y2KZ.



Y2KZ. App breakdown segment:

Final Design

05

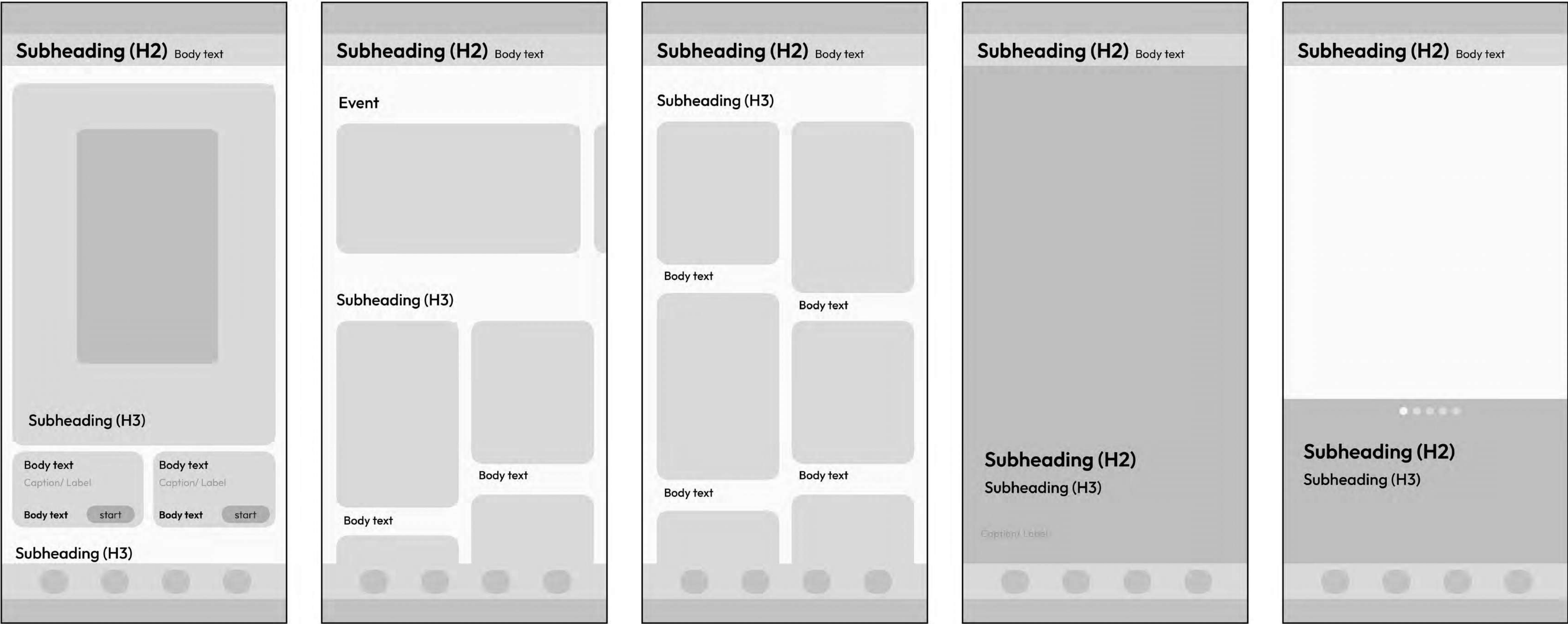
On-boarding page menjadi halaman utama yang akan menyajikan prefrensi pengguna sehingga menyesuaikan dengan kebutuhan dalam aplikasi.



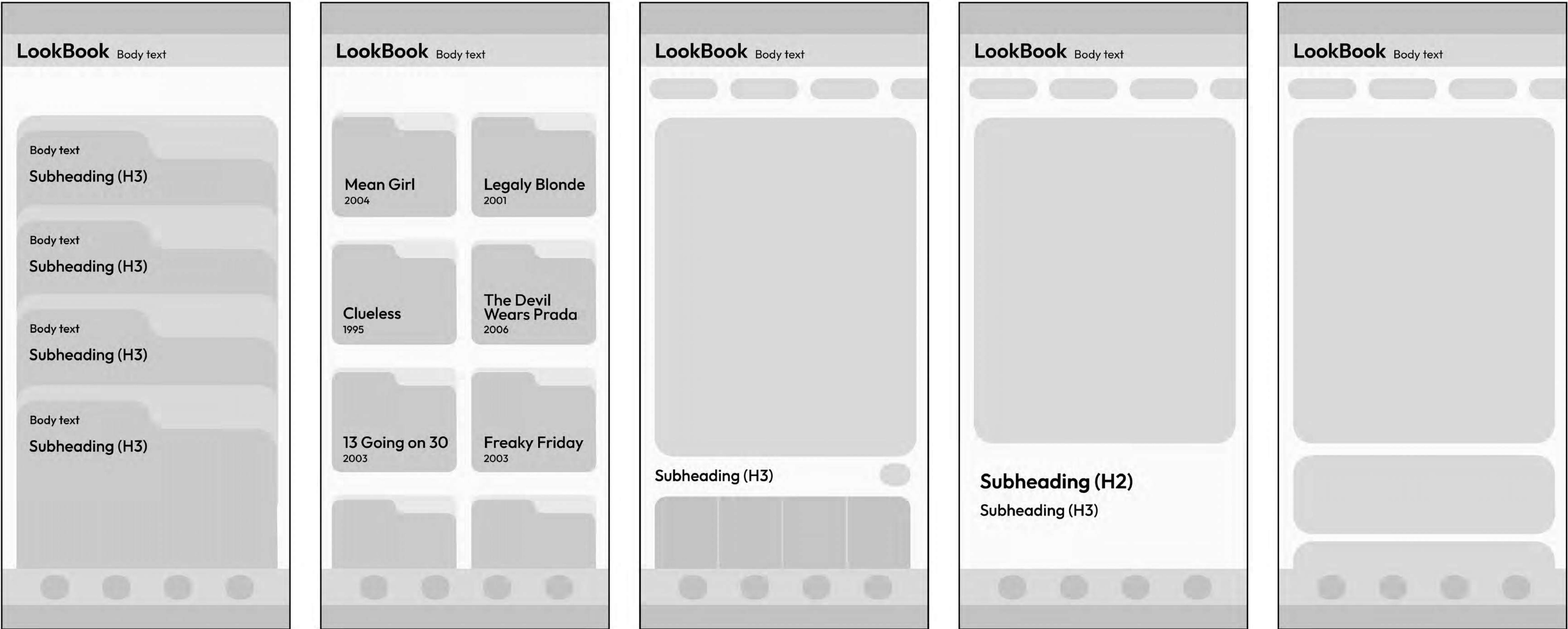
Low Fidelity

Home page

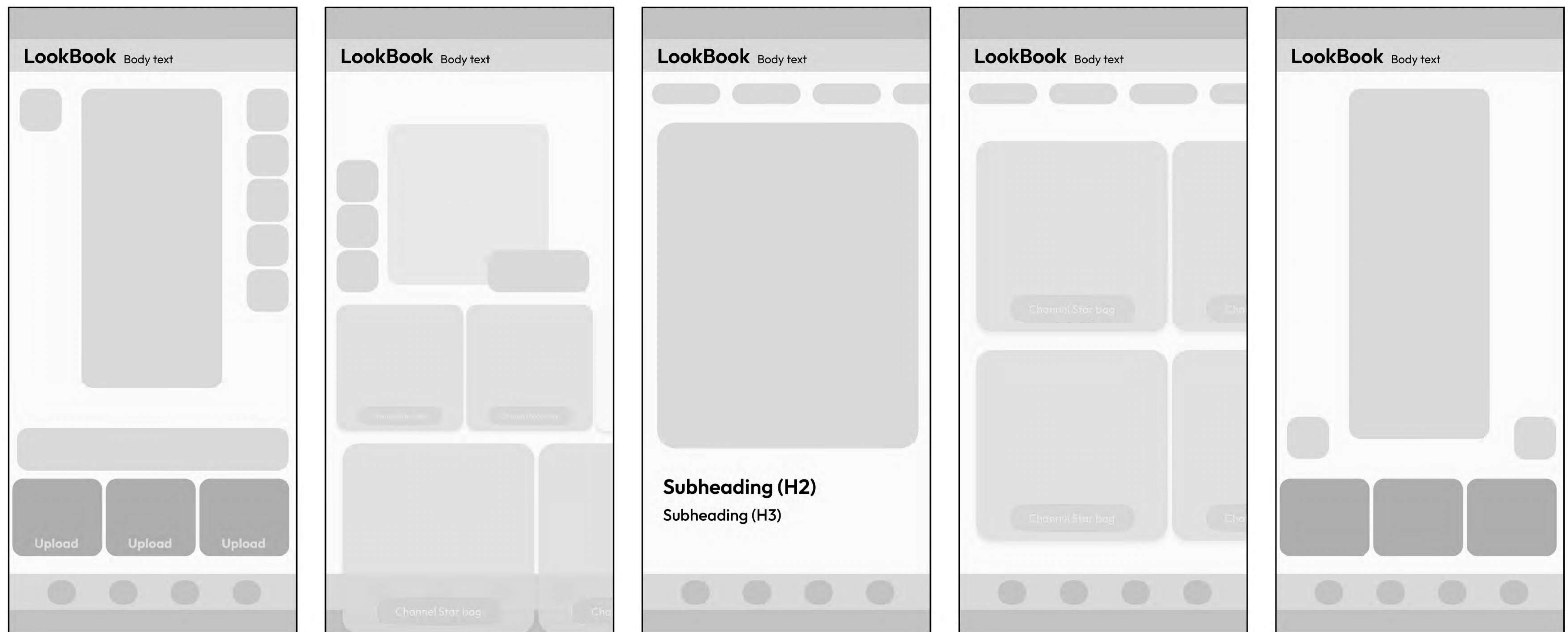
Home page menjadi halaman utama dalam perancangan desain yang memuat navigasi, newest event, dan komunitas fashion Y2K.



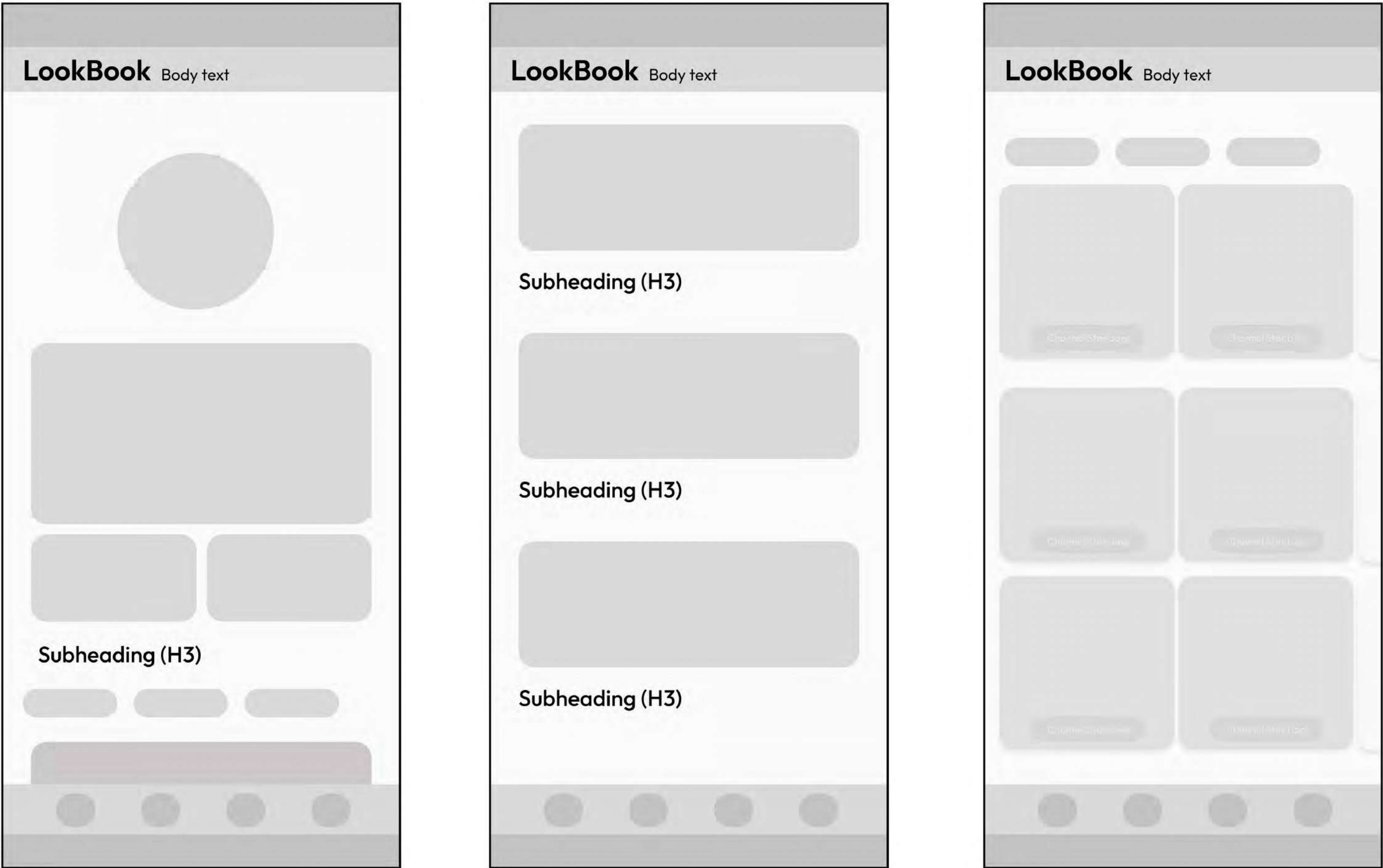
Lookbook page menjadi halaman informasi berdasarkan beberapa kategori.



Wardrobe page berisikan **fitur mix and match** yang memperbolehkan pengguna untuk mengkreasikan fashion serta mendapatkan informasi.

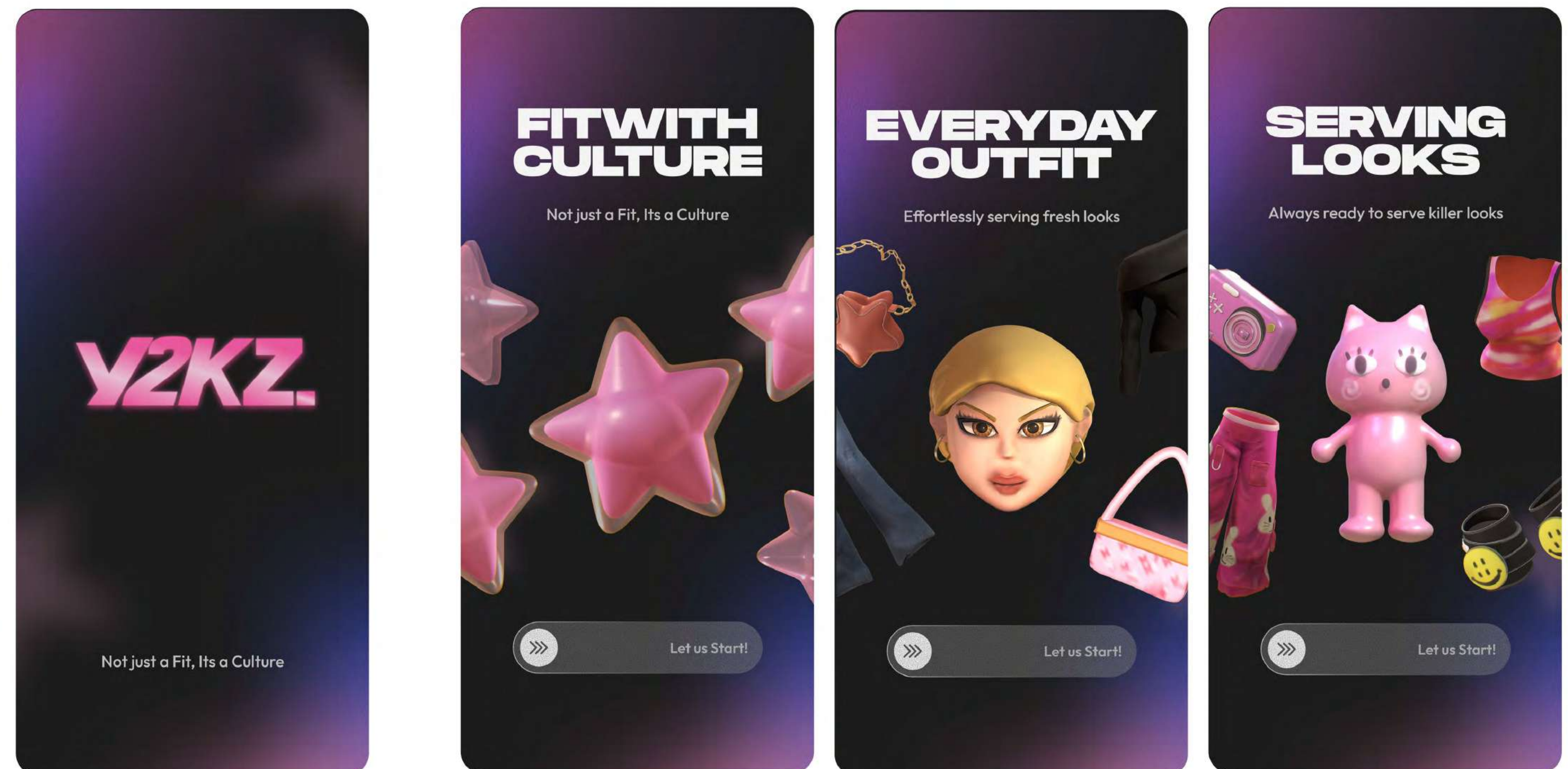


Profile page memuat identitas dari pengguna akun serta **menyimpan koleksi** yang telah dibuat sebelumnya.



On-boarding page menjadi halaman utama yang akan **menyajikan prefrensi pengguna** sehingga menyesuaikan dengan kebutuhan dalam aplikasi.

01. Preview Aplikasi

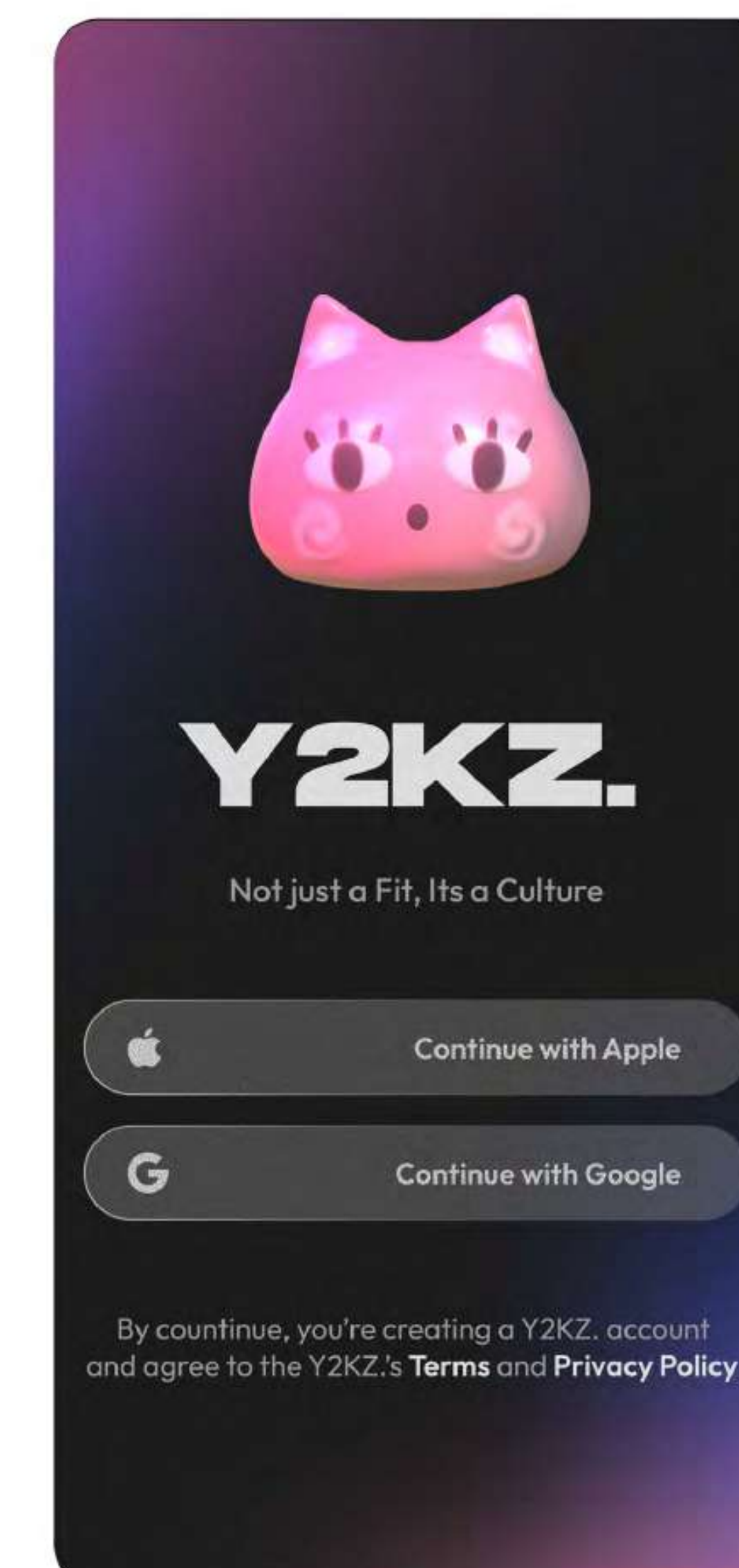


On-boarding page menjadi halaman utama yang akan **menyajikan preferensi pengguna** sehingga menyesuaikan dengan kebutuhan dalam aplikasi.

02. Preferensi Pengguna

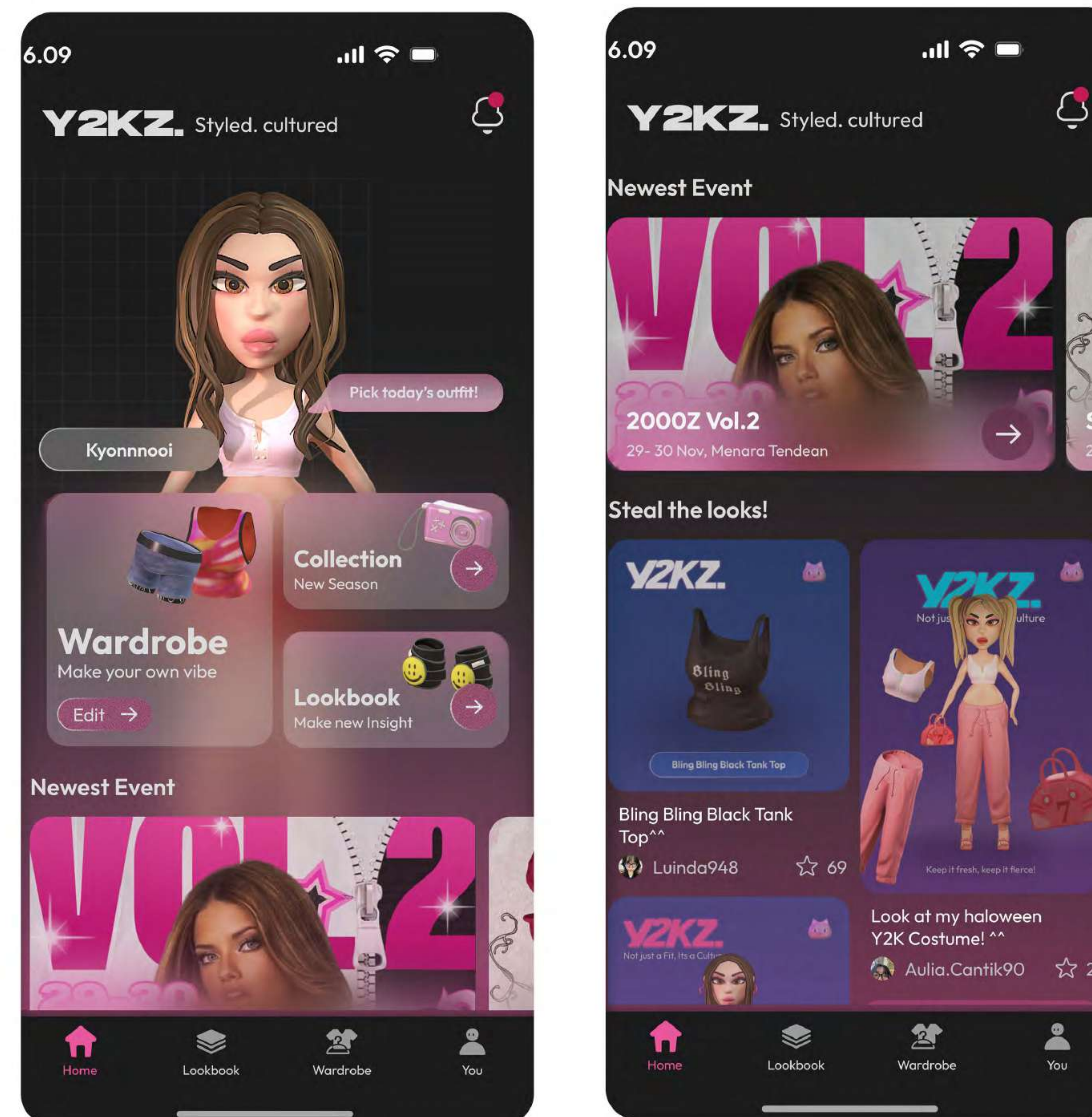


03. Continue



Home page menjadi halaman utama dalam perancangan desain yang memuat navigasi, newest event, dan komunitas fashion Y2K dan pada tahapan ini telah diberi detail dan informatif.

01. Home page Utama



High Fidelity

Home page

67

Home page menjadi halaman utama dalam perancangan desain yang memuat navigasi, newest event, dan komunitas fashion Y2K dan pada tahapan ini telah diberi detail dan infromatif.

02. Event Page

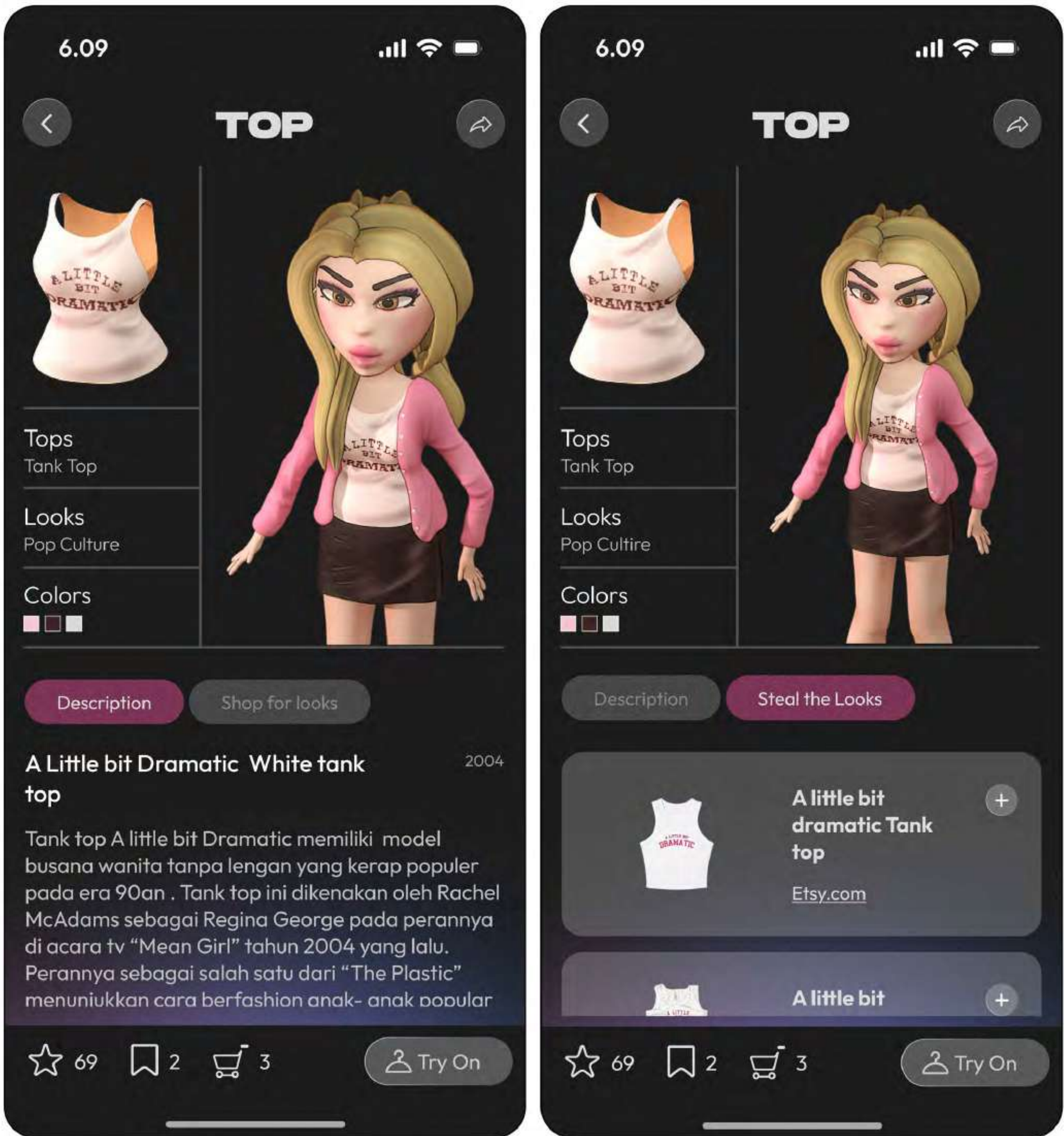
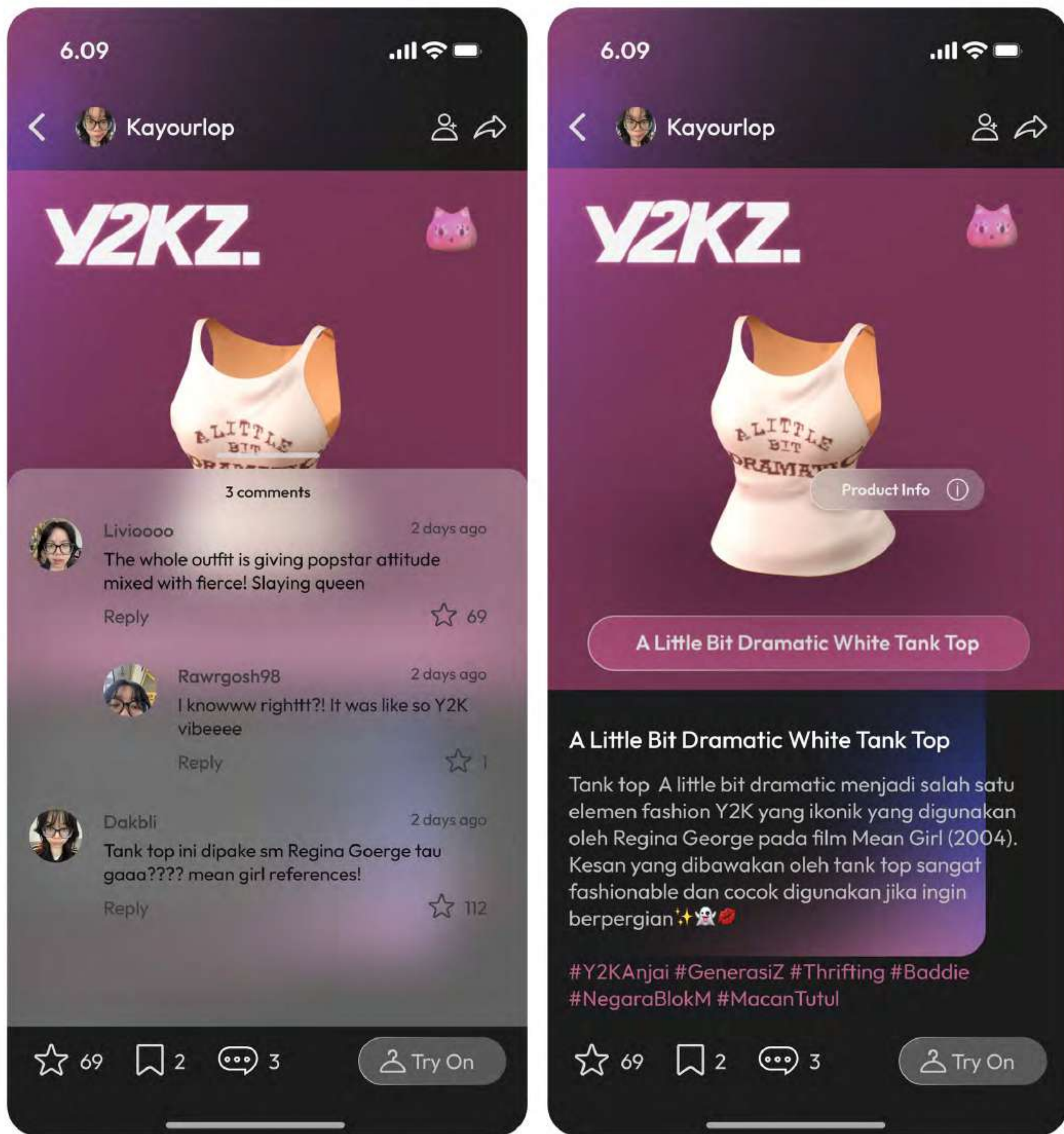
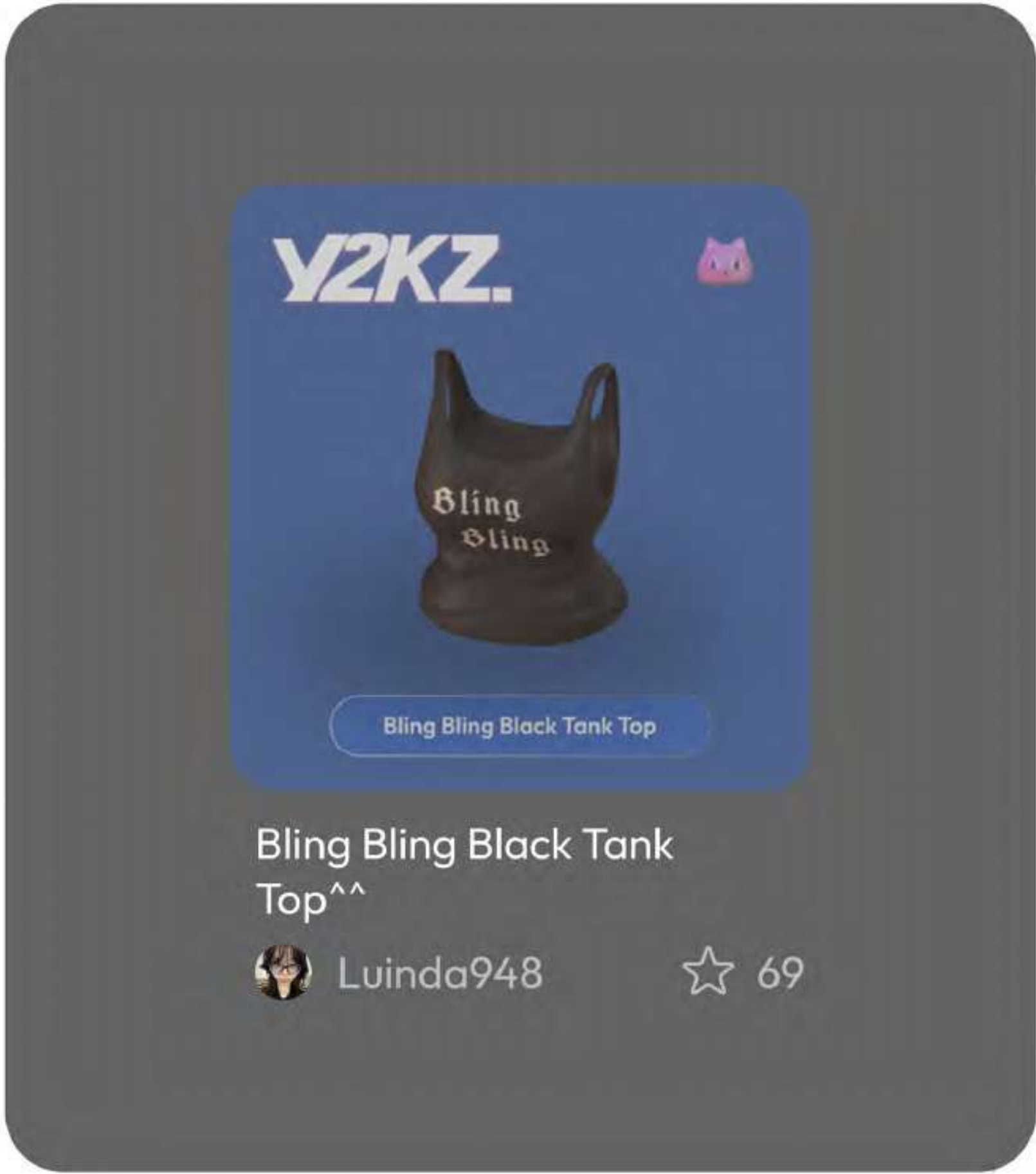


Y2KZ.

Design System

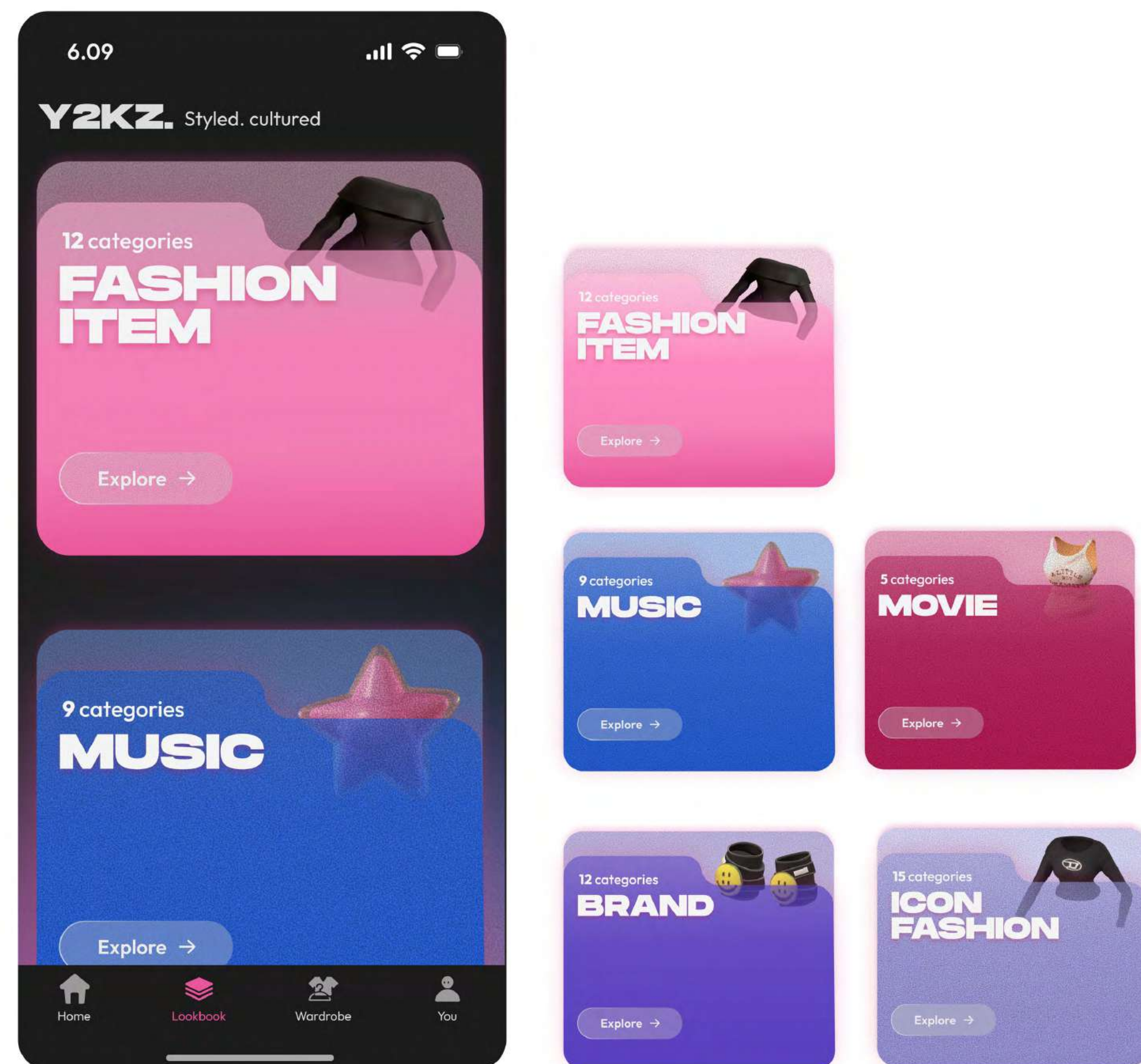
05 / Final Design

03. Komunitas & Informasi Page



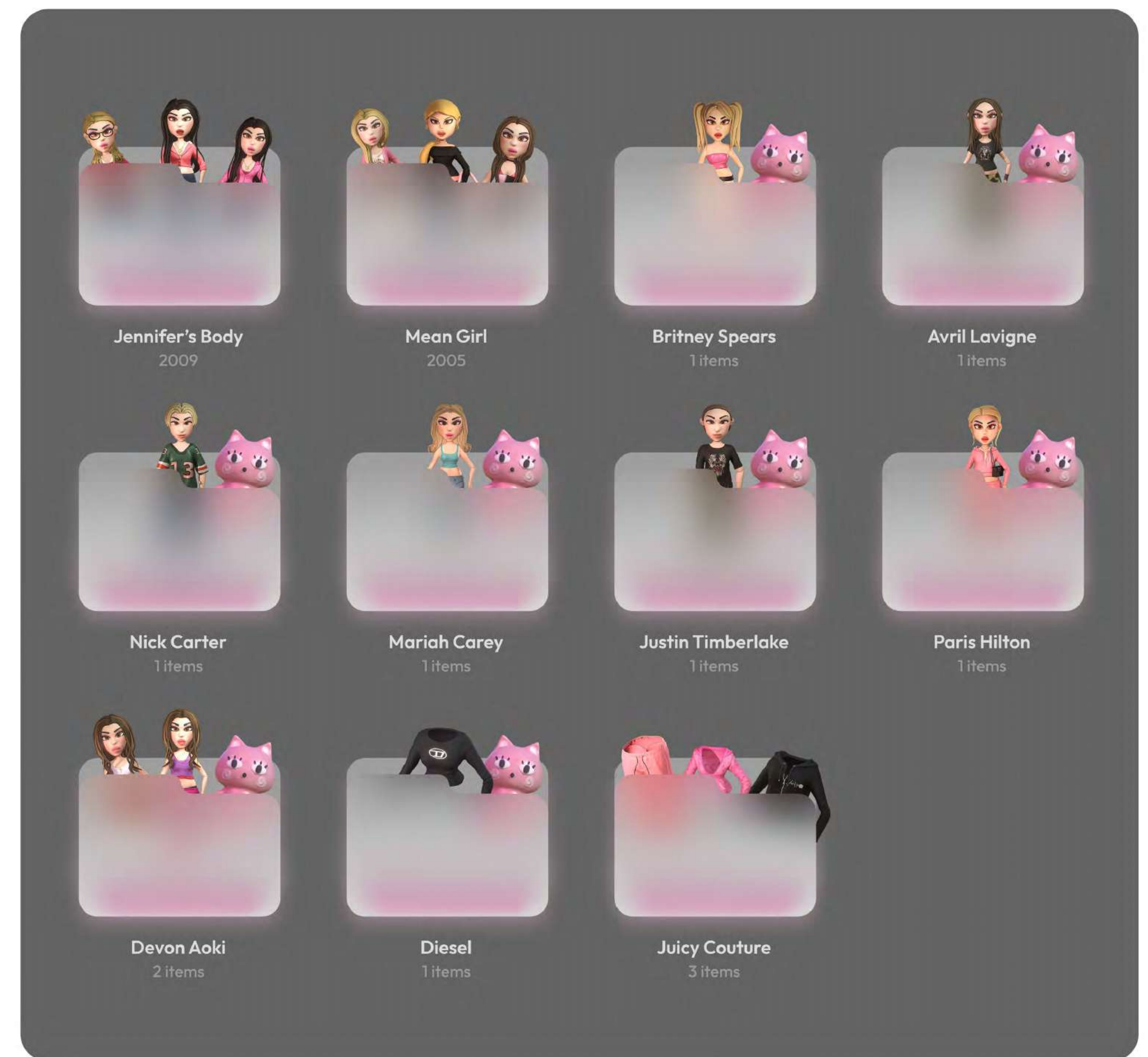
Lookbook page menjadi halaman informasi berdasarkan beberapa kategori dan pada tahapan ini telah diberi detail dan infromatif.

01. Klasifikasi Informasi



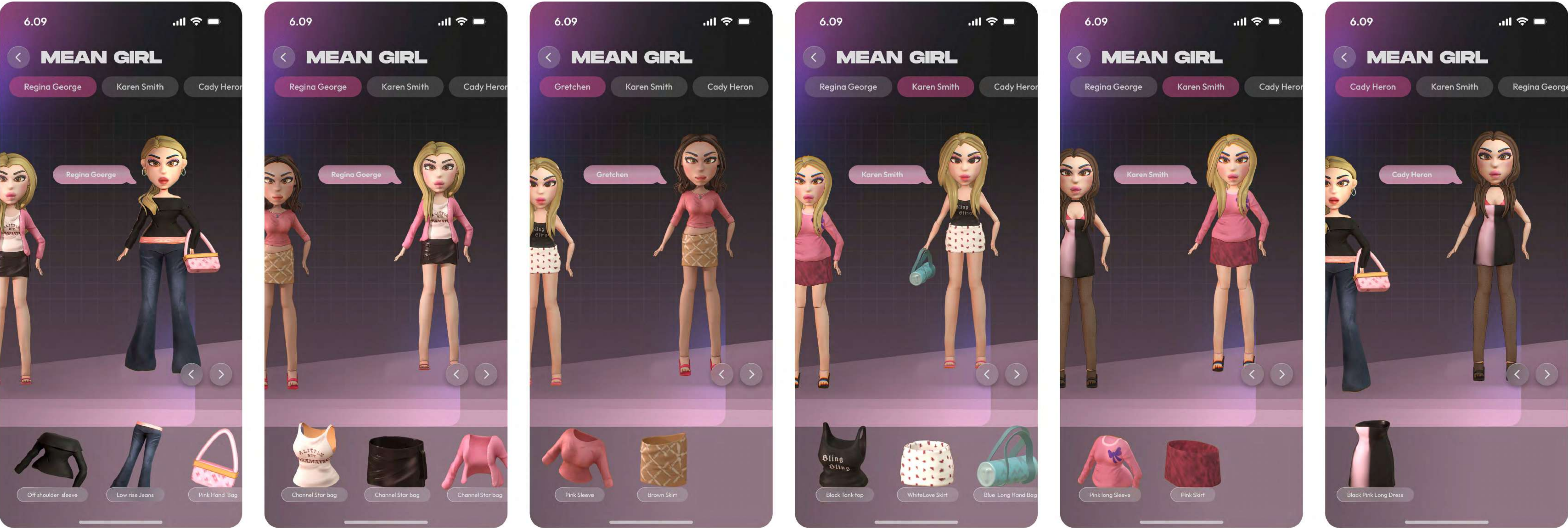
Lookbook page menjadi halaman informasi berdasarkan beberapa kategori dan pada tahapan ini telah diberi detail dan infromatif.

03. Folder Informasi



Lookbook page menjadi halaman informasi berdasarkan beberapa kategori dan pada tahapan ini telah diberi detail dan infromatif.

04. Lookbook



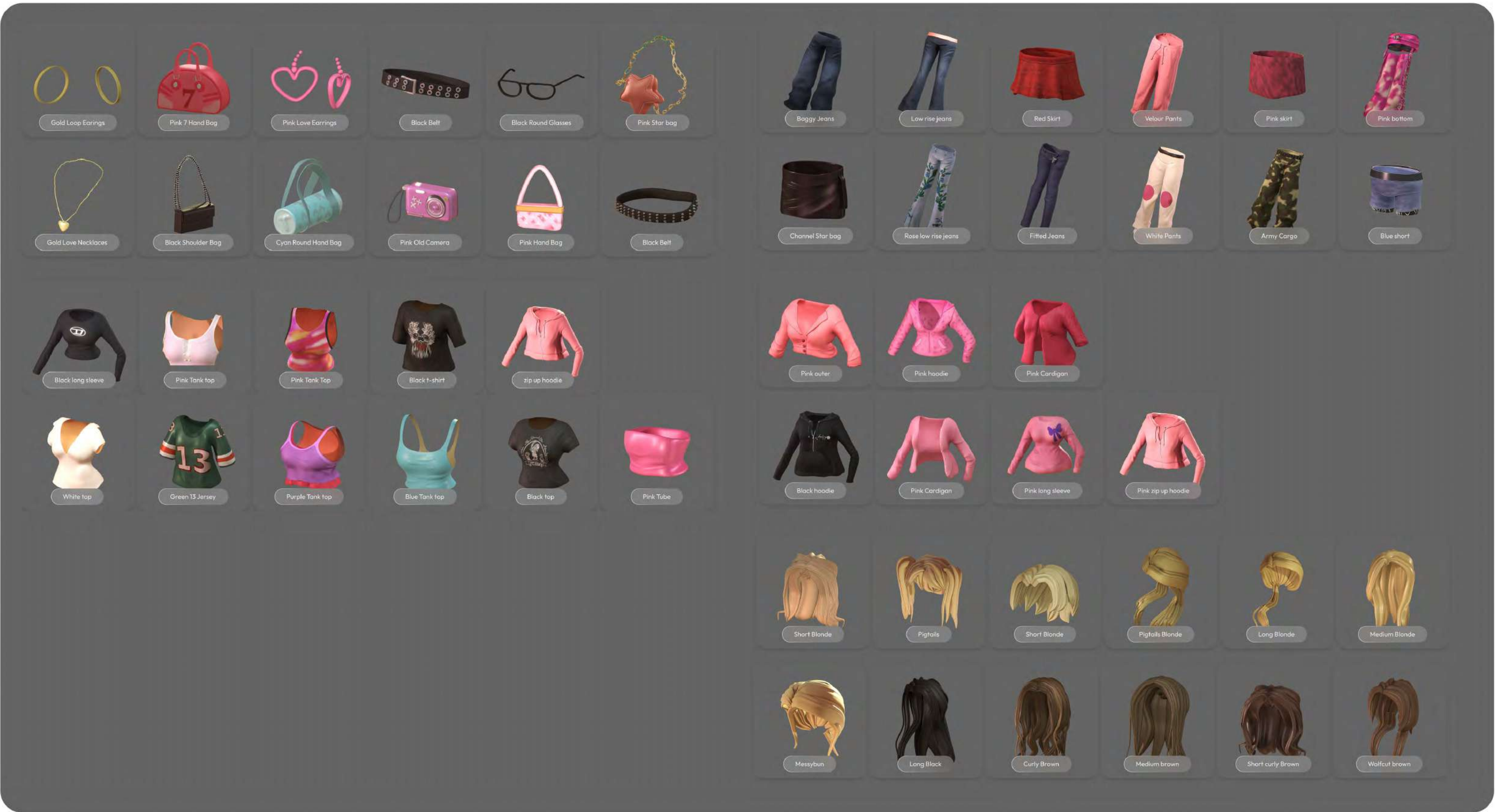
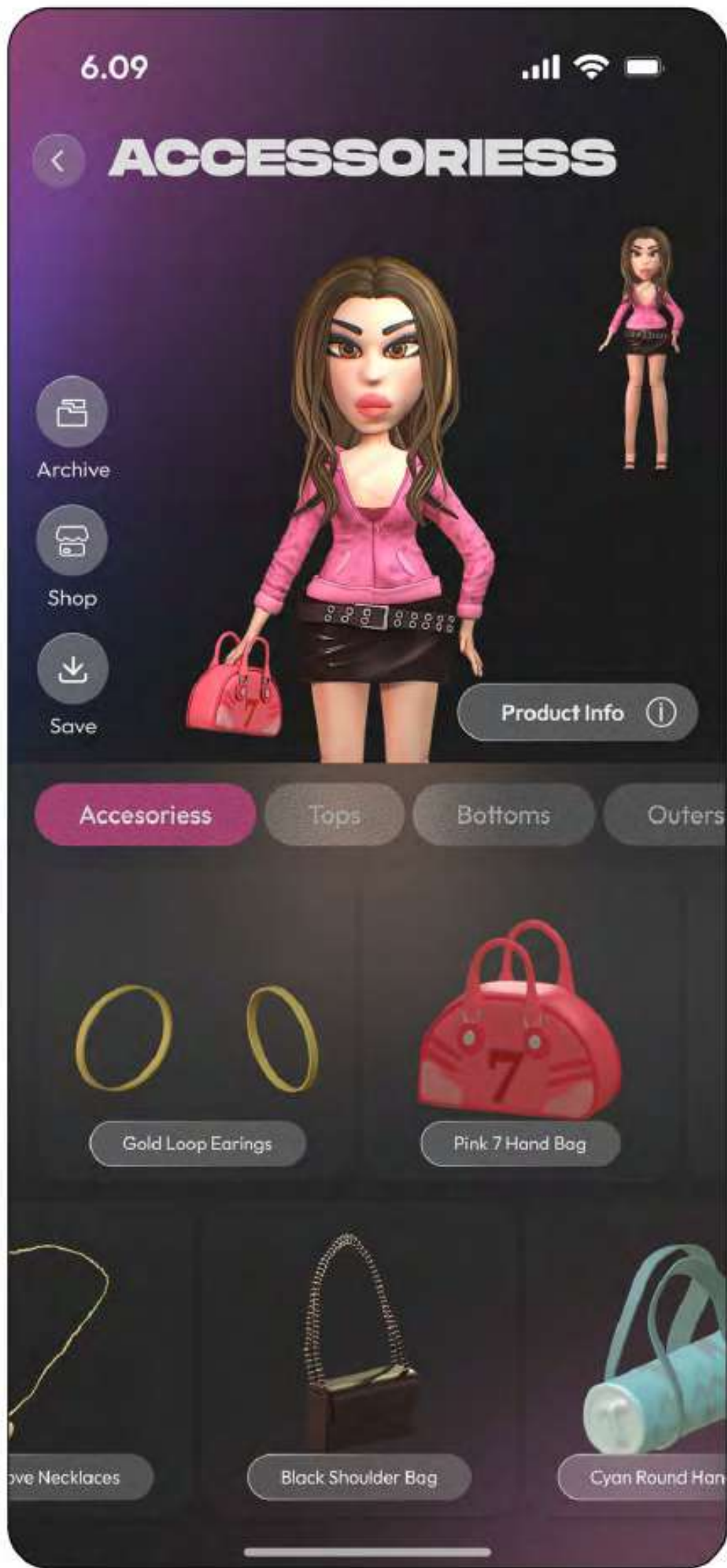
Wardrobe page berisikan fitur mix and match yang memperbolehkan pengguna untuk mengkreasikan fashion serta mendapatkan informasi dan pada tahapan ini telah diberi detail dan infromatif.

01. Customize



Wardrobe page berisikan fitur mix and match yang memperbolehkan pengguna untuk mengkreasikan fashion serta mendapatkan informasi dan pada tahapan ini telah diberi detail dan infromatif.

02. Mix and Match



Wardrobe page berisikan fitur **mix and match** yang memperbolehkan pengguna untuk mengkreasikan fashion serta mendapatkan informasi dan **pada tahapan ini telah diberi detail dan infromatif.**

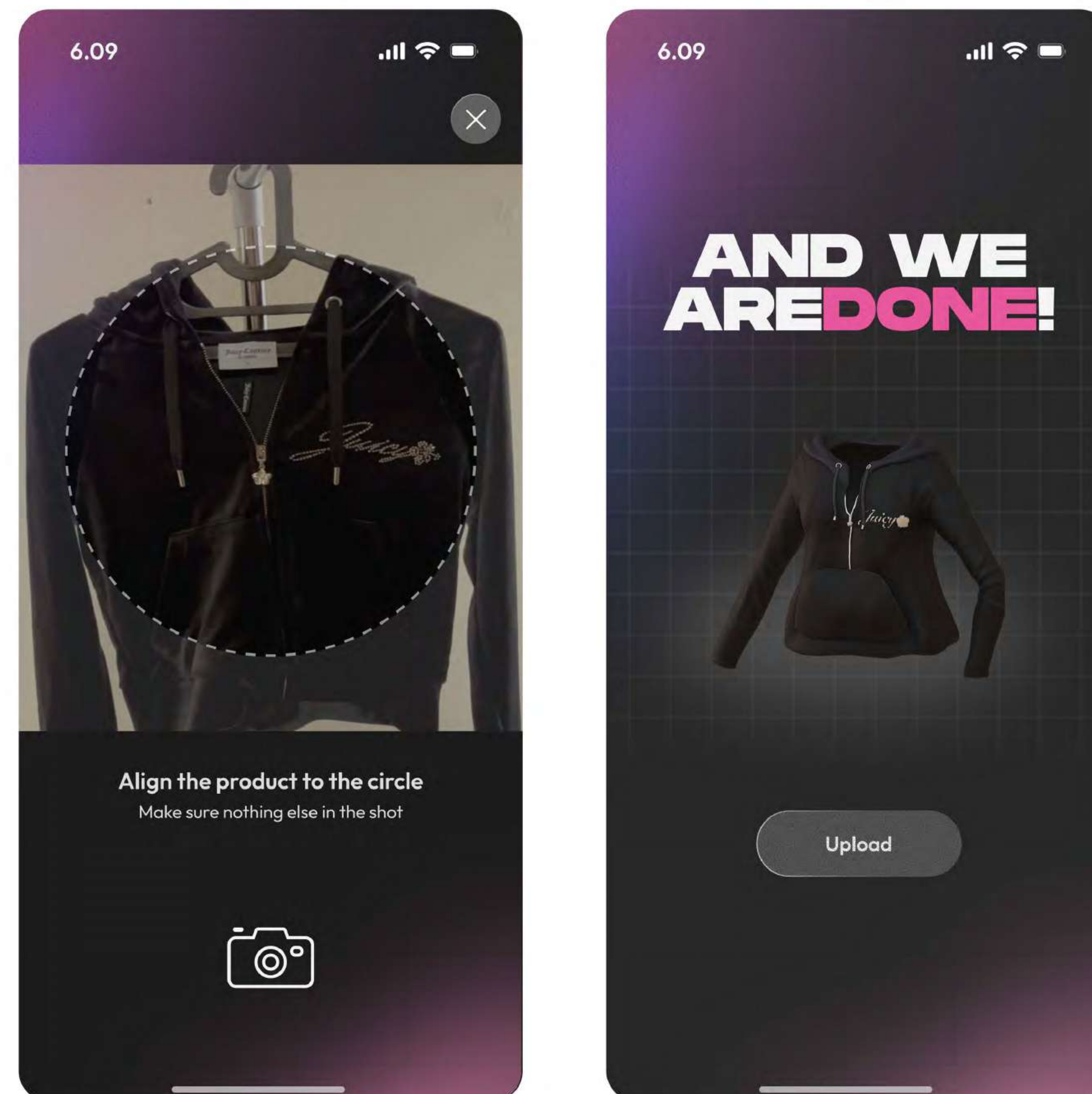
03. Stickers

04. Scenery



Wardrobe page berisikan fitur **mix and match** yang memperbolehkan pengguna untuk mengkreasikan fashion serta mendapatkan informasi dan **pada tahapan ini telah diberi detail dan infromatif.**

05. 3D Upload

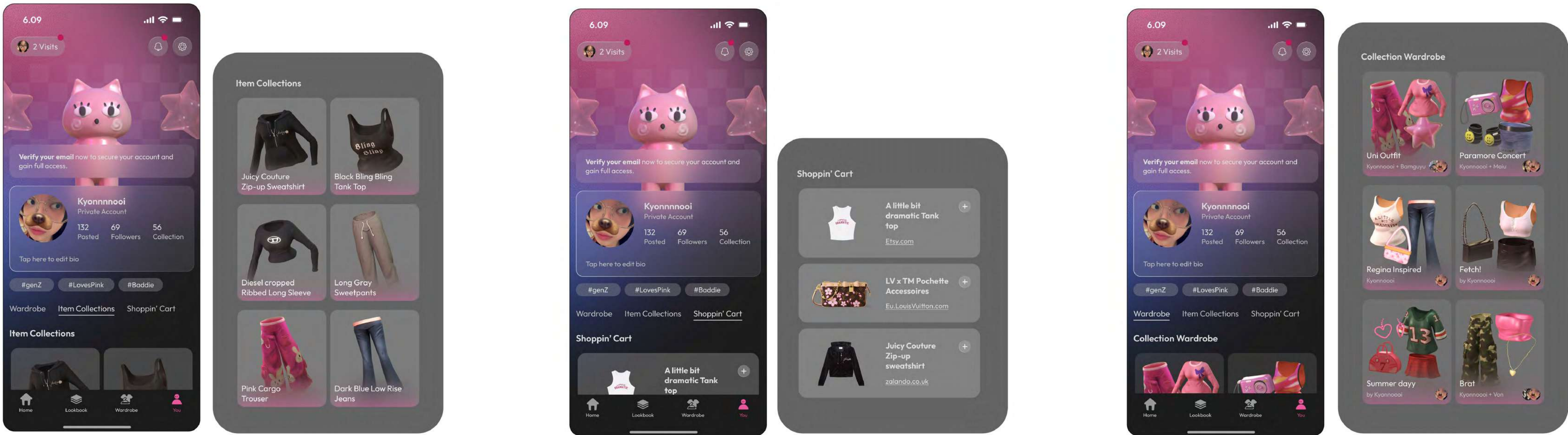


Profile page memuat identitas dari pengguna akun serta menyimpan koleksi yang telah dibuat sebelumnya dan pada tahapan ini telah diberi detail dan infromatif.

01. Item Collections

02. Shoppin' Cart

03. Wardrobe





Y2KZ. App breakdown segment:

Secondary Media

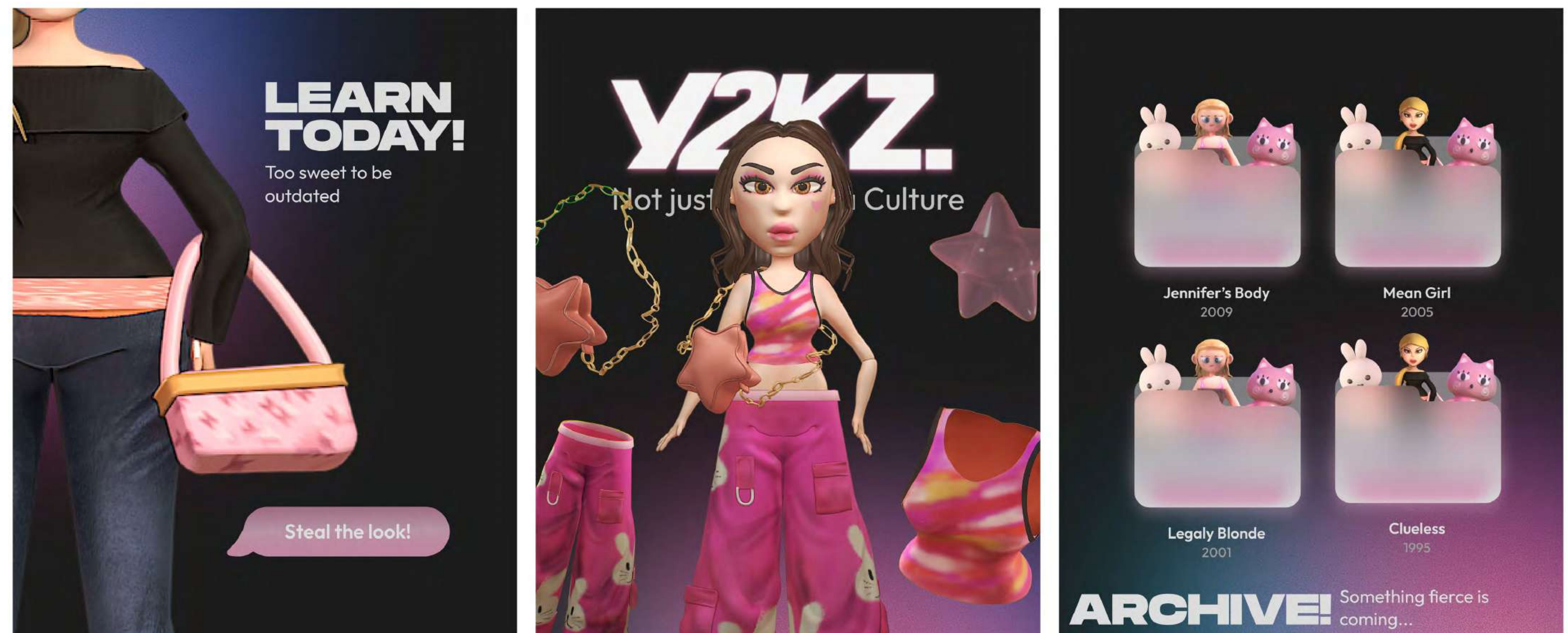
06

Apps

Advertising

79

Instagram posts



Instagram posts dan
isntagram story ads sesuai
dengan konsep
perancangan sebagai
media promosi.

Y2KZ.

Apps

Advertising

80

Instagram story ads

Instagram posts dan isntagram story ads sesuai dengan konsep perancangan sebagai media promosi.



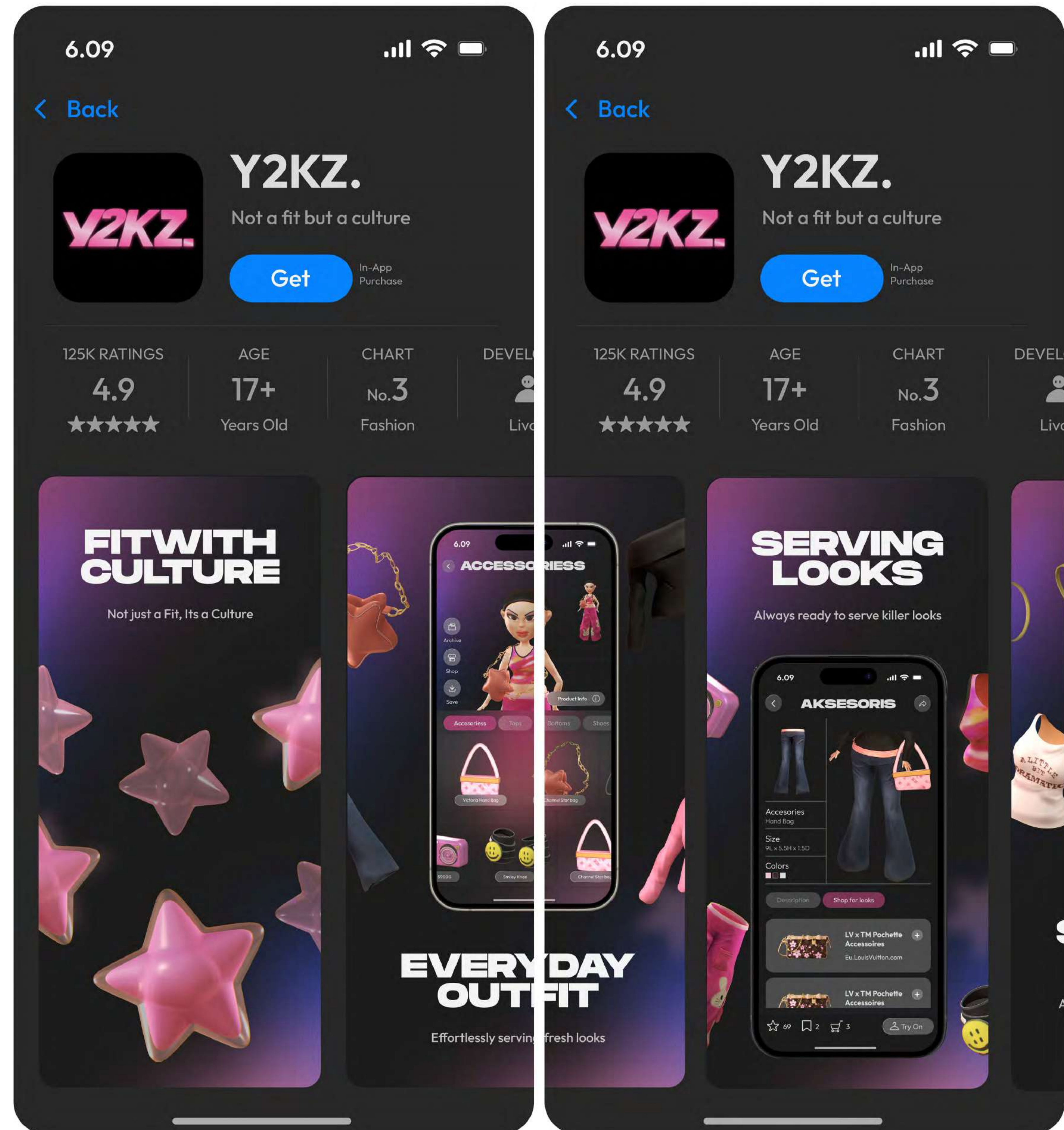
Y2KZ.

Apps Advertising

Preview aplikasi

Halaman preview ini mengpresentasikan kepada calon pengguna sebelum melakukan pengunduhan. Media yang ditampilkan berupa cuplikan dari keseluruhan aplikasi.

Y2KZ.



Apps

Advertising

82

Digital signage

Digital signage berperan sebagai media promosi digital yang dapat dijangkau di tempat umum. Media yang ditampilkan berupa cuplikan dari aplikasi.



Action Figure Doll

Action Figure doll memberikan replika secara langsung dari karakter 3d aplikasi.



Pin Bulat

Pin bulat memberikan buah tangan yang memiliki **vibe** tahun 2000s .



Keychain

Keychain memberikan pengalaman 3d secara nyata dengan replika karakter 3d pada setiap gantungannya.



Crop Top



Crop top merupakan salah satu merchandise yang berdasarkan elemen tren fashion Y2K secara langsung.

Mini Purse

Mini purse menjadi tempat penyimpanan serba guna dengan nuansa dari fashion Y2K.

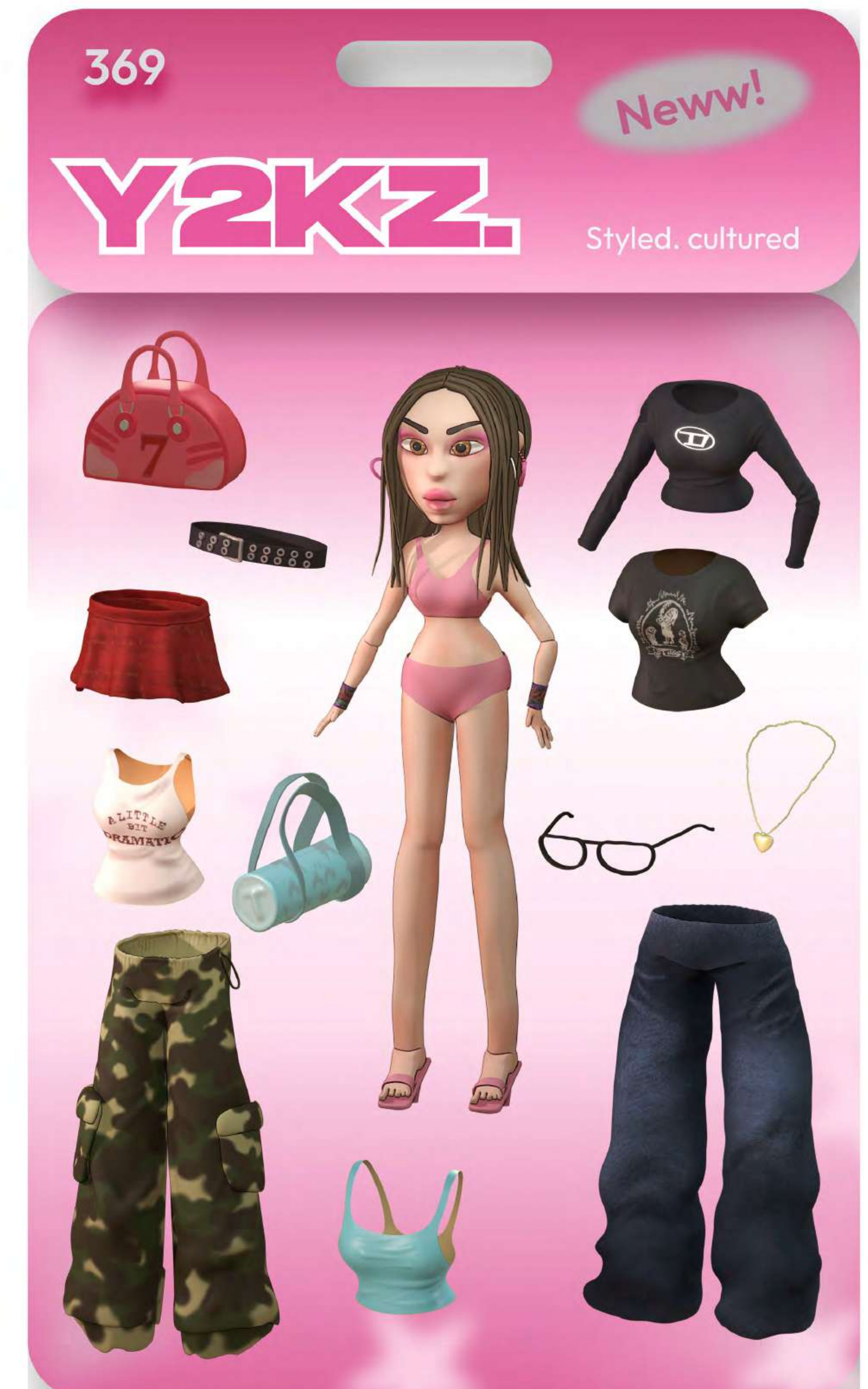


Ring Book

Ring book memiliki elemen tren fashion Y2K pada bagian sampul memiliki jilid ring.



Mix and match stickers merupakan koleksi mini dari aplikasi dalam bentuk sticker bongkar pasang.





Y2KZ. IS  Y2KZ.
AN APP that 
 BLENDS
FASHION With
NOSTALGIA  YET
STAYS PERFECTLY
aligned   with
GENERATION Z  



CYA L8r! (Later)





CYA L8r!