

PERAN DIGITALISASI DALAM FENOMENA PERUBAHAN PRODUK COSPLAY BUATAN COSMAKER PADA INDUSTRI COSPLAY INDONESIA

Putri Anggraeni Widyastuti¹⁾, Ratih Pertiwi²⁾, dan Huddiansyah³⁾

¹⁾ Universitas Esa Unggul
putri.anggraeni@esaunggul.ac.id

²⁾ Universitas Esa Unggul
ratih.pertiwi@esaunggul.ac.id

³⁾ Universitas Esa Unggul
huddiansyah@esaunggul.ac.id

ABSTRACT

For more than 10 years, the Indonesian cosplay industry has experience changes in cosplay products (costume play). Starting from cosplayers (cosplayers) who make their own costumes to develop into cosmakers (costume makers or people who make cosplay products). Many Indonesian cosplay events are held annually, making cosplay enthusiasts grow and present the cosplay industry. Cosmaker-made cosplay products also experience the phenomenon of changes in the use of digitalization such as searching for character information that will be realized, manufacturing techniques and materials. For this reason, diachronic mapping is based on printed and digital information media used by cosmakers and cosplayers in making cosplay products in phenomenological developments in the cosplay industry in Indonesia in a grounded theory research methodology. From this data, the role of digitalization will be seen as an element supporting the change of cosplay products made by cosmakers in the Indonesian cosplay industry, starting from making tech-niques, materials and information media.

Keywords: the role of digitalization, the phenomenon of changes in cosplay products made by cosmakers, the Indonesian cosplay industry

ABSTRAK

Selama lebih dari 10 tahun, industri cosplay Indonesia mengalami perubahan produk cosplay (costume play). Berawal dari cosplayer (pelaku cosplay) yang membuat kostum sendiri hingga berkembang menjadi cosmaker (costume maker atau orang yang pembuat produk cosplay). Banyak acara cosplay Indonesia diadakan tiap tahunnya membuat peminat cosplay berkembang dan menghadirkan industri cosplay. Produk cosplay buatan cosmaker pun mengalami fenomena perubahan dalam penggunaan digitalisasi seperti pencarian informasi karakter yang akan diwujudkan, teknik pembuatan sampai materialnya. Untuk itu, dilakukan pemetaan diakronik berdasarkan media informasi cetak dan digital yang digunakan cosmaker dan cosplayer dalam pembuatan produk cosplay pada perkembangan industri cosplay di Indonesia secara fenomenologi dalam metodologi penelitian grounded theory. Dari data ini akan terlihat peran digitalisasi sebagai unsur pendukung perubahan produk cosplay buatan cosmaker di industri cosplay Indonesia mulai dari teknik pembuatan, material maupun media informasi.

Kata Kunci: peran digitalisasi, fenomena perubahan produk cosplay buatan cosmaker, industri cosplay indonesia

PENDAHULUAN

Beragam hiburan baik budaya lokal maupun mancanegara merupakan bagian kebutuhan masyarakat Indonesia. Pada beberapa kota besar Indonesia dapat ditemui acara *cosplay* yang dapat disaksikan seperti di mall atau kampus. Salah satu-

nya Jakarta yang sering menyelenggarakan acara *cosplay* lebih dari 10 tahun. Dalam rentang tersebut terjadi transformasi perubahan bentuk tata rambut, tata rias, kostum, aksesoris dan *props* (sebutan bagian-bagian produk pendukung *cosplay*) serta teknik dan karakter yang diperankan *cosplayer* dalam gubahan bentuk dwi matra menjadi tri matra pada narasi. Terdapat kreativitas *cosplayer* pada transformasi tersebut yang membuat *cosplay* diterima masyarakat Indonesia bahkan di kanca internasional dengan bantuan media (cetak dan digital) dalam mempromosikan acara *cosplay*. Di tahun 2018, acara *cosplay* diadakan lebih dari 6 kali, berbeda di tahun 2004 dimana hanya diadakan 2-3 acara di mall atau kampus tertentu yang memiliki klub kebudayaan Jepang (Widyastuti et al., 2015).

Animonster adalah salah satu media yang berjasa dalam perkembangan *cosplay* di Indonesia. Kehadirannya pertama kali di bulan Desember 1999 sebagai tabloid dwimingguan ini menjadi awal cikal bakal dari berkembangnya acara *cosplay* di Indonesia. Sayangnya majalah ini tidak berumur panjang, karena berhenti beroperasi di bulan September 2014 setelah diumumkan melalui *fanpage* Facebook miliknya karena keberadaan internet (Widyastuti, et al., 2018). Dengan adanya majalah ini, *cosplayer* Indonesia mengetahui *anime* (kartun Jepang) dan *manga* (komik Jepang) terbaru tiap tahunnya. *Cosplayer* pun mencari informasi karakter *anime* atau *manga* yang akan diwujudkan dalam bentuk tri matra melalui kostum, tata rias, tata rambut, aksesoris dan *props* melalui majalah ini baik cetak maupun digital. Makin berkembang kegiatan *cosplay* Indonesia dari segi acara dan komunitasnya, ditambah prestasi *cosplayer* Indonesia di mata dunia patut diperhitungkan, memunculkan industri *cosplay*. Fenomena ini muncul akibat banyak pengunjung tertarik *cosplay*, sehingga ketersediaan produk *cosplay* makin banyak. Bahkan kondisi ini memunculkan profesi baru di dunia *cosplay*, yakni *cosmaker* (singkatan *costume maker*), orang yang membuat kostum dan lainnya untuk acara *cosplay* (Widyastuti, et al., 2018).

Saat ini *cosplayer* dapat memesan produk *cosplay* secara *custom* kepada *cosmaker* berdasarkan kebutuhan dan spesifikasi individu tertentu. Berbeda jika produk *cosplay* dibuat massal secara industrial. Keberadaan *cosmaker* memudahkan *cosplayer* yang tak memiliki kemampuan membuat kostum, tetapi memiliki dana lebih. Jadi profesi ini muncul karena *cosplayer* sering ke acara *cosplay* mengenakan kostum buatannya sendiri hingga ia menambah kemampuan membuat kostumnya dengan segala material yang ada. Tak heran *cosmaker* memiliki kemampuan spesifikasi teknik tertentu dalam membuat kostum dengan material yang berbeda dengan *cosmaker* lainnya, dari teknik manual hingga digital. Hal itu karena beberapa material maupun motif tidak ada di Indonesia, sehingga mereka harus menggunakan teknik digital seperti *printing* kain ataupun 3D *printing* untuk membuat model bagian yang dapat mendukung pembuatan produk *cosplay*.

Rumusan Masalah

Dari pernyataan diatas timbul pertanyaan: Peran digitalisasi seperti apakah yang membuat adanya fenomena perubahan produk *cosplay* buatan *cosmaker* pada industri *cosplay* Indonesia?

Tujuan dan Manfaat

Tujuan penelitian ini yakni memperlihatkan perubahan penambahan penggunaan digitalisasi dalam proses pembuatan produk *cosplay* yang dilakukan *cosmaker* dalam industri *cosplay* Indonesia, baik dalam pencarian informasi kostum karakter, material dan teknik yang semakin berkembang. Dari perubahan itu, masyarakat sebagai penikmat *cosplay* akan terbiasa dengan perkembangan produk *cosplay* yang dihasilkan *cosmaker* untuk mendukung industri *cosplay* Indonesia. Penelitian ini bermanfaat dan menginspirasi peneliti selanjutnya yang mengambil objek penelitian sama. Untuk menjawabnya perlu tinjauan pustaka untuk mengetahui posisi penelitian sebelumnya yang setema yaitu perihal industri *cosplay* Indonesia, *cosmaker*, fenomena produk *cosplay* buatan *cosmaker*, dan digitalisasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud dengan industri adalah sebuah kegiatan memproses atau mengolah bahan dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin. Sementara pengertian *cosplay* dijelaskan pada buku Hara-Shibu-Bara: Tokyo Street Fashion Paradise karya Hesti Nurhayati bahwa *cosplay* adalah sebagai seni bermain meniru karakter (*mimicry*) melalui kostum – dimana para *cosplayer* berusaha mewujudkan karakter yang ingin disimulasikan ke dalam dunia tiga dimensi melalui kostum dan dandanan yang dikreasikan sedemikian rupa, sehingga karakter tersebut nampak “nyata” baik bagi diri sendiri maupun bagi orang lain yang melihatnya. (Widyastuti, et al, 2015). Di Indonesia, industri *cosplay* muncul saat acara *cosplay* diadakan sekitar tahun 2000-an dihadiri para *cosplayer*. Penyelenggaraan acara *cosplay* di Indonesia sendiri didukung keberadaan majalah Animonster, internet dan *game online* RO (Ragnarok Online). *Cosplayer* berkumpul dalam acara *cosplay* melalui promosi acara *cosplay* di media digital seperti milis, Multiply, Facebook atau Instagram. Keberadaan digitalisasi ini mempermudah *cosplayer* mencari produk *cosplay* di luar negeri maupun dalam negeri. (Widyastuti, et al, 2018).

Pada acara *cosplay*, *cosplayer* tak sekedar memamerkan tata rambut, tata rias, kostum dan aksesoris bahkan *props*, tetapi juga menampilkan aksinya pada sebuah panggung yang disediakan pada acara *cosplay cabaret* dalam narasi yang mereka buat (Widyastuti, 2017). Tanpa semua itu, penampilan *cosplayer* pun tidak maksimal ketika di atas panggung dan dinilai oleh juri atau pengunjung sekalipun. Jadi produk *cosplay* adalah produk-produk yang dikenakan oleh para *cosplayer* dalam bentuk tri matra lengkap dari tata rambut, tata rias, kostum, aksesoris bahkan *props* dari karakter bernarasi bentuk dua dimensi pada *anime*, *manga*, dan lainnya. Saat ini konsumen dapat memesan *produk cosplay* buatan *cosmaker* dalam negeri yang sering berkecimpung di dunia *cosplay*. *Cosmaker* ini memiliki pengalaman dalam membuat *produk cosplay* yang diolah dari material yang ada dengan beragam teknik. Bahkan mereka memanfaatkan digitalisasi dalam memproduksi produk *cosplay* menggunakan *textile printing* atau *3D printing*.

Menurut Shahyan Khan (2017), ilmuwan Swedia mengatakan bahwa digitalisasi menghasilkan efek sosial total dan keseluruhan transformasi digital. Bahkan dengan keberadaan teknologi digital membuat penggunaan sumber daya digital (teknologi, alat, aplikasi dan algoritma) memungkinkan penemuan, analisis, dan penggunaan barang digital secara efisien dalam lingkungan digital. Ini memungkinkan sejumlah besar data dengan cepat ditransfer dan dikompresi ke perangkat penyimpanan kecil, yang dapat dengan mudah disimpan dan diangkut (Williams, 1986). Seperti adanya penggunaan *textile printing* maupun *3D printing* dalam menghasilkan purwarupa atau mencetak motif pada kain secara massal maupun *custom*.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian *grounded theory* diawali penulis dengan pengamatan fenomenologi sebagai *a way of looking at things* bagi gejala menampilkan diri untuk melukiskan melalui pemahaman fenomena *cosplay* di Indonesia dengan pendekatan secara inderawi sebagai penonton dan *cosplayer* pada acara *cosplay* sejak tahun 2004. Data digunakan untuk memetakan iklan acara *cosplay* di Jakarta pada Animonster baik cetak dan digital dalam perkembangan industri *cosplay* di Indonesia. Penulis bertemu dengan beberapa *cosmaker* Indonesia yang memiliki ciri tertentu dalam memproduksi produk *cosplay* menggunakan material dan teknik tertentu sesuai dengan perkembangan jaman.

Dengan mengambil *sample* yakni beberapa *cosmaker* Indonesia, dilakukan analisa menggunakan teori fenomena perubahan produk yang dikemukakan oleh Ahadiat Joedawinata, dimana terdiri dari sembilan unsur pemadu dalam proses terbangun

dan membendanya satu gagasan menjadi objek terwujud, yang terbagi menjadi (1) Alam atau biofisik; (2) Psycho; (3) Sosio ekonomik, budaya – spiritual; (4) Fungsi praktis atau guna; (5) Citra dan ekspresi estetika; (6) Nilai-nilai simbolik status-status sosial, spiritual kosmologi dan lain-lain; (7) Material; (8) Teknik-keterampilan; (9) Energi pemroses. Dalam fenomena desain, kesembilan unsur pembeda ini senantiasa berkaitan, saling pengaruh mempengaruhi satu sama lain, untuk mengiring hasil desain yang optimal.



Gambar 1. Sembilan Unsur Pemandu Dalam Proses Terbangun Dan Membendanya Satu Gagasan Menjadi Objek Terwujud
Sumber: Putri Anggraeni Widyastuti, 2018

PENGALAMAN MENELITI SECARA *GROUNDEND THEORY*

Pengungkapan peran digitisasi dalam fenomena perubahan produk *cosplay* buatan *cosmaker* pada industri *cosplay* Indonesia dapat ditelusuri dengan mengikuti pengamatan visual, pengalaman inderawi dan penelusuran aspek-aspek yang terkait dalam sebuah perubahan tersebut, sekaligus memperoleh pemahaman atas objek penelitian yang diteliti untuk memperteguh makna.

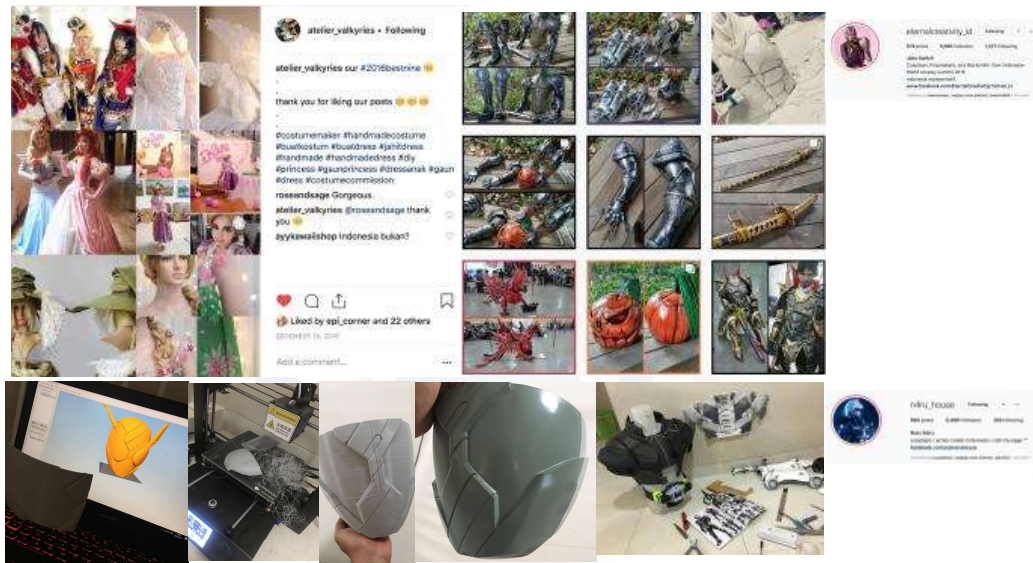
Usai meneliti secara *grounded theory*, penulis berkesimpulan bahwa penelitian yang bersandar penghimpunan data secara berulang ini telah mengantarkan penulis pada situasi penelitian *tailormade*, yaitu penelitian khas yang diakibatkan ketiadaan metode baku yang memumpun di lapangan, yang akhirnya secara otomatis menuntut kepekaan untuk mencari pustaka rujukan yang tepat melalui cara penelusuran yang tidak mudah (Widyastuti et al., 2015). Penulis melakukan penelusuran pustaka terkait dengan industri *cosplay* di Indonesia berupa dokumentasi tertulis maupun digital.



Gambar 2. Analisa Pemetaan Diakronik Iklan Majalah Cosplay di Jakarta pada majalah Animonster
Sumber: Putri Anggraeni dan tim, 2019

Pemetaan diakronik dibuat dalam bentuk analisa perkembangan media cetak dan digital Animonster merek majalah yang berperan penting pada perkembangan *cosplay* Indonesia dari tahun 2004 hingga 2014 (tahun dimana ia berhenti beroperasi baik cetak maupun digital) dalam mempromosikan acara *cosplay*. Di tahun itu juga sampai sekarang, penulis mengalami pendekatan fenomenologi sebagai pengujung, hingga berpartisipasi mengikuti acara *cosplay* mengenakan kostum buatanya sendiri. Pada acara ini, *cosplayer* tak hanya memamerkan kostum, tapi melakukakan pertunjukan sekitar 3 menit per peserta didukung narasi dan lagu sesuai

dengan karakter yang dibawakan di atas panggung. Di acara ini, *cosplayer* biasanya saling berkenalan dan bertukar informasi pembuatan kostum. Dengan seringnya *cosplayer* membuat produk *cosplay* untuk mendukung pertunjukan *cosplay*-nya berkembang menjadi *cosmaker*. Profesi ini menyediakan jasa pembuatan produk *cosplay* dalam satu karakter kepada *cosplayer*. Ini karena makin mudahnya mendapatkan material dasar di pasar material untuk membuat produk *cosplay* seperti wig, busa hati, dan kain. Industri *cosplay* Indonesia makin berkembang dengan keberadaan mereka. Bahkan saat ini *cosplayer* Indonesia termasuk yang diperhitungkan dalam kanca dunia karena prestasinya. Terbukti pada World Cosplay Summit 2016, lomba *cosplay* internasional, peserta Indonesia mendapatkan juara 1. Tak hanya itu, produk *cosplay* buatan *cosmaker* Indonesia mulai diekspor ke klien luar negeri dengan spesialis tertentu. Maksudnya adalah produk *cosplay* tersebut dibuat dengan dengan teknologi pembuatan *cosplay* secara manual maupun digitalisasi oleh *cosmaker* Indonesia.



Gambar 3. Produk Cosplay Buatan Atelier Valkyries (kiri), John Witch (kanan) dan Naru (bawah)
Sumber: Akun Media Sosial milik Atelier Valkyries, John Witch dan Naru

Cosmaker Indonesia yang memiliki spesialis dalam membuat produk *cosplay* diantaranya Atelier Valkyries, John Witch dan Naru. Atelier Valkyries adalah *cosmaker* yang terdiri dari *cosplayer* Epi Corner dan Nina Oruntia. Mereka membuat produk *cosplay* sejak tahun 2005 sebagai *cosplayer* dan sudah mengekspor produknya ke luar negeri dengan memanfaatkan media sosial. Atelier Valkyries membuat produk *cosplay* secara manual seperti memola, memotong, menempel dan menjahit, karena material yang digunakan adalah kain, busa hati dan lainnya. Jika mereka tidak dapat menemukan kain dengan motif tertentu, tak segan-segan memakai *printing textile*. John Witch atau Bima Sena, *cosplayer* Yogyakarta yang memiliki prestasi sebagai salah satu finalis Indonesia Cosplay Grand Prix (ICGP), acara *cosplay* nasional yang mencari finalis WCS di Jepang, memiliki spesialisasi memproduksi produk *cosplay* menggunakan busa hati. Ia adalah spesialisasi produk *cosplay* armor, sebutan untuk produk *cosplay* yang tak menggunakan material kain. Ia menggunakan pemolaan, pemotongan, penempelan dan pengecatan sebagai teknik dalam memproduksi produk *cosplay*. John Witch juga memiliki kemampuan mengolah busa hati sehingga memiliki tekstur tersendiri seperti kerusakan atau pun permainan cat sehingga bergradasi.

Sementara untuk Naru, seorang peserta WCS, ini juga menggunakan teknik seperti John Witch. Sayangnya ia tak mempunyai kemampuan seperti John Witch dalam hal memberikan dimensi gelap terang atau permainan gradasi cat bahkan tekstur pada material busa hati. Naru lebih memberikan kesan rapih pada setiap

produk *cosplay* non armornya. Namun demikian, ia termasuk *cosmaker* yang masih mau memanfaatkan kemajuan teknologi dan memperbarui teknik, seperti menggunakan digitalisasi dengan membuat bagian produk *cosplay* menggunakan 3D *print-ing*. Ia pun harus membuat pola menggunakan komputer dengan menyambungkan ke 3D *printing* lalu memasukan filamennya. Hasil purwarupa sementara ini pun masih harus melakukan tahapan dengan didempul barulah dilakukan pengecatan.

Dari hasil penelitian *grounded theory* diatas maka akan ditemukan sebuah hipotesa kerja yakni: "Diperlukan analisis fenomena perubahan produk pada produk *cosplay* Indonesia buatan *cosmaker* pada industri *cosplay* Indonesia untuk melihat peran digitalisasi dalam proses pembuatannya."

ANALISA PRODUK COSPLAY BUATAN COSMAKER INDONESIA

Dari hasil pengalaman meneliti secara *grounded theory* dengan pendekatan fenomenologi terhadap objek penelitian yakni tiga orang *cosmaker* Indonesia yang berpengalaman membuat produk *cosplay* untuk industri *cosplay* Indonesia dan diekspor ke klien luar negeri, maka akan dilakukan analisa produk *cosplay* buatan *cosmaker* tersebut dengan teori fenomena perubahan produk untuk melihat peran serta digitalisasi dalam proses pembuatan produk *cosplay*.

Tabel 1. Analisa Produk Cosplay Buatan Cosmaker Indonesia

9 Unsur Pemandu dalam Proses Terbangun dan Membendanya Satu Gagasan Menjadi Objek Terwujud	Produk <i>Cosplay Cosmaker Atelier Valkyries</i>	Produk <i>Cosplay Cosmaker John Witch</i>	Produk <i>Cosplay Cosmaker Naru</i>
Alam	Ketiganya memiliki klien <i>cosplayer</i> Indonesia maupun luar negeri		
Psycho	Produk <i>cosplay</i> yang dibuat tergantung dari fisik individu klien.		
Sosio ekonomik budaya - spiritual	Produk <i>cosplay</i> yang mereka buat ini memiliki nilai jual tersendiri tergantung dari kerumitan dari produk <i>cosplay</i> yang mereka buat. Semakin rumit, semakin mahal produk <i>cosplay</i> mereka dijual ke klien		
Fungsi praktis/ guna	Produk <i>cosplay</i> yang mereka hasilkan ini memiliki fungsi sebagai pendukung kegiatan <i>cosplay</i> seperti melakukan pertunjukan dalam acara <i>cosplay</i>		
Citra dan ekspresi estetika	Terlihat indah ketika ada komposisi kain dengan aksesoris seperti gelang dan sebagainya	Terlihat dari permainan gradasi cat dan tekstur pada busa hati yang dibentuk menjadi produk <i>cosplay</i>	Memberikan kesan rapih pada produk <i>cosplay</i> -nya
Nilai-nilai simbolik status-status sosial, spiritual kosmologi dan lain-lain	Tidak terdapat nilai simbolik atau status sosial pada ketiga <i>cosmaker</i> ini ketika membuat produk <i>cosplay</i> . Hal itu dikarenakan ketiganya memiliki spesialisasi sendiri. Yang membedakan hanya prestasi mereka di acara <i>cosplay</i> saja.		
Material	Kain, busa hati dan aksesoris perhiasan dengan kostum <i>non armor</i>	Spesialis busa hati dengan kostum jenis armor	Spesialis busa hati dengan kostum jenis armor
Teknik-keterampilan-peralatan	Tenik dan keterampilan: pola, jahit (tangan atau mesin jahit), tempel dan <i>printing textile</i> Peralatan: pulpen, pengaris, <i>cutter</i> , gunting, komputer, <i>printer textile</i>	Tenik dan keterampilan: pola, mengunting, menempel, dan mengecat Peralatan: pulpen, pengaris, <i>cutter</i> , gunting, komputer, dan cat	Tenik dan keterampilan: pola, tempel, dempul, cat dan <i>digital printing</i> Peralatan: pulpen, pengaris, <i>cutter</i> , gunting, cat, komputer, <i>3D printer</i>
Energi pemroses	Ketiga <i>cosmaker</i> ini menggunakan energi pemroses yakni berupa tenaga <i>cosmaker</i> itu sendiri dan dibantu dengan peralatan seperti mesin jahit, komputer, <i>printe textile</i> , dan <i>3D printing</i> yang memerlukan energi listrik untuk menjalankan alat tersebut		

Sumber: Putri Anggraeni Widyastuti dan tim 2019

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil penelitian berdasarkan peran digitalisasi dalam fenomena perubahan produk *cosplay* buatan *cosmaker* pada industri *cosplay* Indonesia telah mengantarkan keterungkapan peran digitalisasi dalam mendukung proses pembuatan produk *cosplay* buatan *cosmaker*. *Cosmaker* Indonesia berawal dari *cosplayer* yang sering ke acara *cosplay* mengenakan produk *cosplay* buatan sendiri sembari meningkatkan kemampuan teknik pembuatannya sesuai material di pasaran. Mereka melakukan teknik memola dan memotong hingga membentuk menjadi produk *cosplay* pesanan klien Indonesia maupun luar negeri. Teknik penambahan lain pada pembuatan produk *cosplay* tergantung dari material yang digunakan, seperti kain, busa hati, atau aksesoris permata. Sayangnya tak semua jenis kain misalnya memiliki motif tertentu sehingga *cosmaker* harus berimprovisasi seperti membuat motif tersebut dengan melukis atau menggunakan *printing textile*. Disini terlihat peran digitalisasi pada proses pembuatan produk *cosplay* buatan *cosmaker*.

Umumnya peran digitalisasi seperti *printing textile* ataupun 3D *printing* pada bagian produk *cosplay* tertentu memberikan kesan rapih dan motif tersendiri. Berbeda ke-tika menggunakan manual seperti memola, menggantung, bahkan menempel dan mengecat sekalipun pada sebuah material busa hati, bisa menghasilkan motif dan juga tekstur tersendiri pada produk *cosplay* tersebut. Peran digitalisasi dalam pro-ses pembuatan produk *cosplay* yang dilakukan *cosmaker* memang mempermudah proses kreativitas dan menambah teknik pengerjaan, tapi digitalisasi pun memiliki kekurangan yakni waktu dan biaya dalam proses pembuatan produk *cosplay* kare-na memerlukan energi listrik sebagai energi memproses bagian produk *cosplay* tersebut. Meskipun demikian peran digitalisasi masih menjadi salah satu teknik al-ternatif dalam melakukan proses kreativitas dalam pembuatan produk *cosplay* oleh *cosmaker* untuk mendukung perkembangan industri *cosplay* Indonesia yang dila-kukan secara *custom*.

REFERENSI

- Endraswara, Suwardi, 2006, '*Metodologi Penelitian Kebudayaan*', Cetakan ke-2, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Melo, Pedro Novo, Carolina Machado, "*Management and Technological Challenges in the Digital Age*", CRC Press, Florida.
- Nurhayati, Hesti, 2012, '*Hara-Shibu-Bara: □Tokyo Steet Fashion Paradise*', Gramedia □Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Widyastuti, Putri Anggraeni, 2015, '*Kajian Transformasi Cosplay Sebagai Seni Pertunjukan Wisata Jakarta*'. Prociding Seminar Nasional Strategi Indonesia Kreatif, Universitas Widyatama Bandung.
- Widyastuti, Putri Anggraeni, 2017, '*Transformasi Tata Panggung Pada Pertunjukan Cosplay Sebagai Seni Pendukung Wisata Jakarta*', Prociding Seminar Emerging Identity and Diversity of Art and Design in Southeast Asia, Asia Internasional Conference of Art and Design (AICAD), Bandung.
- Widyastuti, Putri Anggraeni, 2018, '*Perubahan Analisis Sosial Dan Semiotika Desain Iklan Acara Cosplay Di Jakarta Pada Majalah Animonster Periode Tahun 2004-2014*', Prociding Seminar Nasional Desain Sosial, Universitas Pelita Harapan, Jakarta.
- Widyastuti, Putri Anggraeni, Yunita Fauzia Achmad, 2018, '*Perancangan Acylic Poster Holder Untuk Iklan Ambient Media Pada Kaca Jendela Atas Sisi Dalam Bus Publik Non AC*', Prociding Seminar Nasional Seni dan Desain - Konvergensi Keilmuan Seni Rupa dan Desain Era 4.0, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya.