

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cosplay merupakan salah satu budaya Jepang. Kata cosplay merupakan gabungan dari 2 kata yaitu costume dan play (Suksmono et al., 2020). Dalam kegiatan cosplay, umumnya individu akan meniru gaya berpakaian dan penampilan dari karakter-karakter anime yang menjadi favoritnya (Fernandes et al., 2023). Individu yang mengenakan cosplay ini dikenal sebagai cosplayer (Timothy & Hidayat, 2020). Proses cosplay melibatkan beberapa langkah, dimulai dari pembuatan kostum yang mencerminkan karakter tertentu, penggunaan kostum, hingga penerapan makeup untuk meniru penampilan karakter tersebut (Sari & Sudrajat, 2021). Motivasi individu yang terlibat dalam cosplay dapat bervariasi, namun tujuan utamanya adalah untuk menjadi karakter yang mereka sukai dan menarik perhatian penonton melalui penampilan yang berbeda dari penampilan sehari-hari mereka (Hayati et al., 2023).

Budaya cosplay ini telah mencapai ranah internasional. Cosplay mulai populer dari negara Jepang dan Amerika (Gracia & Lumba, 2019). Popularitas cosplay ini kemudian merambah ke berbagai negara, termasuk di Asia seperti Thailand, Taiwan, Hong Kong, Singapura, Korea Selatan, dan Indonesia (Fachroni et al., 2022). Di China, cosplay pertama kali muncul dalam konteks konvensi ACG pada akhir tahun 1990-an dan mengalami perkembangan yang pesat sejak awal tahun 2000-an, terutama dengan kehadiran yang signifikan di dunia internet (Yang, 2022). Di Inggris, antara tahun 2017 dan 2019, terdapat 25 acara cosplay. (Thomas-Parr, 2023). Malaysia juga mengadopsi budaya ini, di mana kegiatan cosplay di negara ini dianggap sebagai subkultur pemberdayaan yang terinspirasi oleh ACG yang berasal dari Jepang (Yamato, 2020).

Budaya cosplay juga sudah merambat ke Indonesia. Kegiatan cosplay di Indonesia terus berkembang hingga saat ini dengan menerapkan pola kegiatan serupa seperti yang dilakukan di Jepang, yang telah diakui sebagai salah satu bentuk promosi oleh Kementerian Pariwisata (Widyastuti et al., 2022). Di Indonesia, kegiatan cosplay dapat ditemui dalam berbagai acara dan festival Jepang yang

diselenggarakan oleh berbagai komunitas dan kelompok yang memiliki minat terhadap budaya Jepang yang tersebar di berbagai kota, mencakup Jakarta, Bandung, Surabaya, Malang, dan kota-kota lainnya (Mutiarin, 2019). Pada tahun 2018, acara cosplay diadakan lebih dari enam kali, menandai pertumbuhan yang signifikan dibandingkan dengan tahun 2004, di mana hanya ada 2-3 kali acara di beberapa mal atau kampus dengan klub kebudayaan Jepang (Widyastuti et al., 2019). Di Kalimantan, Comifuro bekerja sama dengan Naderu untuk mengadakan acara serupa, yang dinamakan "Komikal" (Komik Kalimantan), dan dijadwalkan berlangsung pada tanggal 11 September 2022. Kegiatan di acara ini mirip dengan Comifuro pusat, fokus pada penjualan fan-merch original dari berbagai circle atau yang dikenal sebagai lingkaran karya (Noor et al., 2023). Sementara itu, di Surabaya, terdapat sepuluh acara cosplay yang diadakan pada bulan Juli 2023, menunjukkan tingginya minat dan partisipasi komunitas cosplay di wilayah tersebut (Prasetyo et al., 2024).

Dengan semakin rumitnya dunia cosplay, aktivitas ini tidak hanya dianggap sebagai hobi belaka, melainkan juga telah menjadi kesempatan untuk menghasilkan pendapatan. Salah satu bentuknya adalah bisnis penyewaan cosplay (Hans & Santoso, 2019). Penyewaan adalah kesepakatan atau perjanjian antara pemilik suatu aset perusahaan atau objek tertentu dengan entitas eksternal seperti perusahaan atau individu untuk menggunakan atau memanfaatkan aset tersebut dalam jangka waktu tertentu dengan harga yang telah ditentukan sebelumnya (Aji et al., 2021). Genk Sweg adalah salah satu komunitas yang menyediakan layanan penyewaan cosplay bagi para cosplayer yang ingin berpartisipasi dalam kegiatan cosplay (Sarinastiti & Merdiana, 2022). Para cosplayer berpengalaman yang telah memiliki koleksi kostum yang luas terlibat aktif dalam bisnis ini, menyediakan opsi penyewaan bagi sesama pecinta cosplay. Dengan adanya layanan ini, para penggemar dapat lebih leluasa mengcosplay tanpa perlu khawatir dengan kompleksitas dan biaya pembuatan kostum yang baru setiap kali mengikuti event cosplay.

Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, diperlukan strategi yang baik dan sempurna. Satu strategi yang dapat diimplementasikan adalah melakukan transformasi digital untuk mempermudah pengelolaan data (Raihan & Eviyanti,

2022). Transformasi digital merupakan istilah yang digunakan dalam akademik untuk menyebut perubahan organisasi yang dipengaruhi oleh teknologi informasi (Widnyani et al., 2021). Teknologi informasi memberikan manfaat besar bagi penyedia layanan jasa penyewaan serta masyarakat lainnya (Muthiah et al., 2021). Penggunaan teknologi informasi dapat menyederhanakan proses pengolahan data karena informasi yang akan diproses disajikan dengan akurat dan secara real-time (Sidik & Sari, 2023). Transformasi digital menjadi kunci penting agar bisnis mampu tetap bersaing dan mencapai tingkat kesuksesan yang lebih tinggi (Pongtambing & Sampetoding, 2023).

Namun masih banyak pandangan yang buruk terhadap budaya cosplay. Cosplay merupakan subkultur yang dibuat oleh generasi muda khusus untuk diri mereka sendiri sehingga menggambarkan sebagai komunitas yang relatif tertutup (Abramova et al., 2020). Kegiatan cosplay masih dianggap sebagai hobi jejepangan yang aneh dan asing oleh masyarakat umum (Kusumadewi & Hastasari, 2020). Bahkan mereka menganggap cosplayer adalah orang yang fanatik dan kurang dewasa (Ramirez, 2023). Cosplay biasanya terbatas pada berbagai event anime, karena di luar lingkungan tersebut, cosplayer kemungkinan akan diejek dan distigmatisasi (Jenkins, 2020). Diskusi-diskusi online dan tulisan blog tentang isu-isu gatekeeping, fat-shaming, pelecehan seksual, atau rasisme dalam komunitas cosplay memberikan warna yang kurang positif terhadap gambaran komunitas cosplay (Obmann, 2021).

Untuk membangun stigma yang baik terhadap cosplay diperlukan media sosial dalam penyebaran budaya cosplay. Media sosial adalah platform internet yang banyak digunakan oleh orang-orang pada masa kini, mencakup berbagai jenis seperti Facebook, Instagram, dan YouTube (Adnas & Nando, 2023). Media sosial ini memainkan peran sebagai sumber informasi untuk budaya cosplay Indonesia (Muzdaliva et al., 2021). Khususnya untuk komunitas cosplay di Indonesia biasa menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook (Sinaga & Tambunan, 2023). Dimana Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di kawasan Asia Pasifik, dengan jumlah pengguna aktif mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang mencapai 700 juta orang (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Dalam hal ini media sosial dapat digunakan dalam memperoleh berbagai informasi mengenai daerah lain, misalnya seperti informasi event cosplay dan sejenisnya (Darwan et al., 2019).

Biaya yang dibutuhkan dalam melakukan cosplay juga cukup banyak. Pakaian-pakaian untuk cosplay sering kali rumit, memerlukan waktu, usaha, dan keterampilan khusus untuk dibuat, dan dapat menimbulkan kendala biaya (Prasetyo et al., 2024). Dalam pembuatan cosplay tidak hanya membutuhkan tingkat kreativitas yang tinggi, melainkan juga menimbulkan tuntutan akan sumber daya manusia dan finansial yang cukup besar (Pramana & Masykur, 2020). Pembuatan cosplay adalah hasil dari kreativitas intelektual seseorang, karena pembuatannya melibatkan investasi waktu, pemikiran, tenaga, dan modal untuk menciptakan kostum serta aksesoris berdasarkan referensi karakter fiksi dari buku komik, film animasi, dan/atau permainan video (Ramadhan, 2021). Para cosplayer menghabiskan uang dan waktu untuk membuat kostum, mempelajari pose, dan menguasai dialog yang menjadi ciri khas dari karakter yang akan mereka cosplaykan (Suksmono et al., 2020). Walaupun begitu, masih banyak individu yang rela menghabiskan sejumlah besar uang untuk membuat kostum cosplay (Drinanda, 2022).

Dengan pembuatan dan pembelian cosplay yang membutuhkan biaya dan usaha, tidak semua orang dapat dengan mudah masuk ke dalam dunia cosplay. Hal ini dapat diatasi dengan adanya bisnis penyewaan cosplay. Namun dalam menjalankan bisnis penyewaan cosplay ini, tak terkecuali Rumaharya Rentcos sebagai salah satu pelaku usaha, harus menghadapi sejumlah tantangan yang menghampiri. Salah satu permasalahan utama adalah proses penyewaan yang masih dilakukan secara manual melalui media sosial. Metode ini menyebabkan berbagai masalah, terutama dalam hal manajemen pesanan, dengan banyaknya chat masuk yang seringkali menyebabkan kesalahan konfirmasi ketersediaan kostum. Pencatatan penyewaan secara manual juga meningkatkan risiko kesalahan administratif, seperti tertukarnya alamat dan nama penyewa kostum. Selain itu, investasi besar yang dikeluarkan untuk membeli kostum tertentu tidak selalu diimbangi dengan tingginya daya jual, terutama jika karakter yang disediakan

kurang populer di kalangan pelanggan. Semua tantangan ini, jika tidak diatasi dengan baik, dapat berpotensi menimbulkan dampak kerugian finansial yang signifikan bagi para pemilik bisnis penyewaan cosplay. Oleh karena itu, diperlukan upaya serius dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan penyewaan agar bisnis ini tetap berkelanjutan dan memberikan keuntungan yang optimal.

Melakukan transformasi digital bagi bisnis bukanlah tugas yang mudah. Transformasi digital ini menciptakan kesenjangan bagi mereka yang tidak mampu mengikuti perkembangan digitalisasi (Rahayu et al., 2022). Ukuran perusahaan, baik besar maupun kecil, bukanlah jaminan untuk kelangsungan, melainkan kemampuan dan kelihaihan dalam mengidentifikasi peluang serta memanfaatkan teknologi yang menjadi kunci untuk mencapai pertumbuhan yang cepat (Aysa, 2021). Proses ini memperkenalkan mekanisme, prosedur, dan cara baru yang secara signifikan mempengaruhi struktur dasar bagaimana sebuah perusahaan mengoperasikan bisnisnya (Oktaviani et al., 2023). Transformasi digital terjadi karena adanya perubahan yang didorong oleh perkembangan teknologi pada organisasi dan lingkungan demi kesuksesan dan daya saing jangka panjang (Pongtambing & Sampetoding, 2023). Adapun perubahan yang terjadi mencakup penyesuaian proses bisnis, termasuk hubungan antara perusahaan, karyawan, dan pelanggan, serta adaptasi terhadap kondisi pasar yang terus berubah (Widnyani et al., 2021).

Untuk mengatasi masalah yang terjadi akan dikembangkan sebuah aplikasi website penyewaan cosplay untuk memudahkan Rumaharya Rentcos dalam mengelola bisnisnya dengan menggunakan metodologi waterfall. Alasan penulis memilih topik ini karena tertarik dengan dunia cosplay dan kadang mengikuti event cosplay yang diadakan di Jakarta. Berdasarkan penguraian di atas, maka Tugas Akhir diberi judul **“TRANSFORMASI DIGITAL PENYEWaan COSPLAY PADA RUMAHARYA RENTCOS MENGGUNAKAN METODOLOGI WATERFALL”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis, identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang aplikasi untuk mempermudah Rumaharya Rentcos dalam mengelola data penyewaan kostum?
2. Bagaimana merancang aplikasi penyewaan berbasis website yang dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan penyewaan kostum?
3. Bagaimana menerapkan metode Weighted Product pada aplikasi penyewaan berbasis website?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Membangun aplikasi penyewaan kostum berbasis website yang mempermudah Rumaharaya Rentcos dalam mengelola data penyewaan kostum.
2. Membangun aplikasi penyewaan kostum berbasis website yang dapat membuat proses penyewaan kostum oleh pelanggan menjadi lebih mudah.
3. Menerapkan metode Weighted Product pada aplikasi penyewaan berbasis website untuk membantu Rumaharya Rentcos dalam mengambil keputusan pada pembelian kostum baru.

1.4 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Rumaharya Rentcos memperoleh sebuah aplikasi website untuk mengelola data penyewaan kostum dan membantu membuat keputusan untuk pembelian kostum baru.
2. Bagi Pelanggan mempermudah proses penyewaan dan pembayaran kostum yang diinginkan.
3. Bagi Mahasiswa/i menambah wawasan dan kemampuan dalam membuat aplikasi website dan penggunaan metode weighted product.

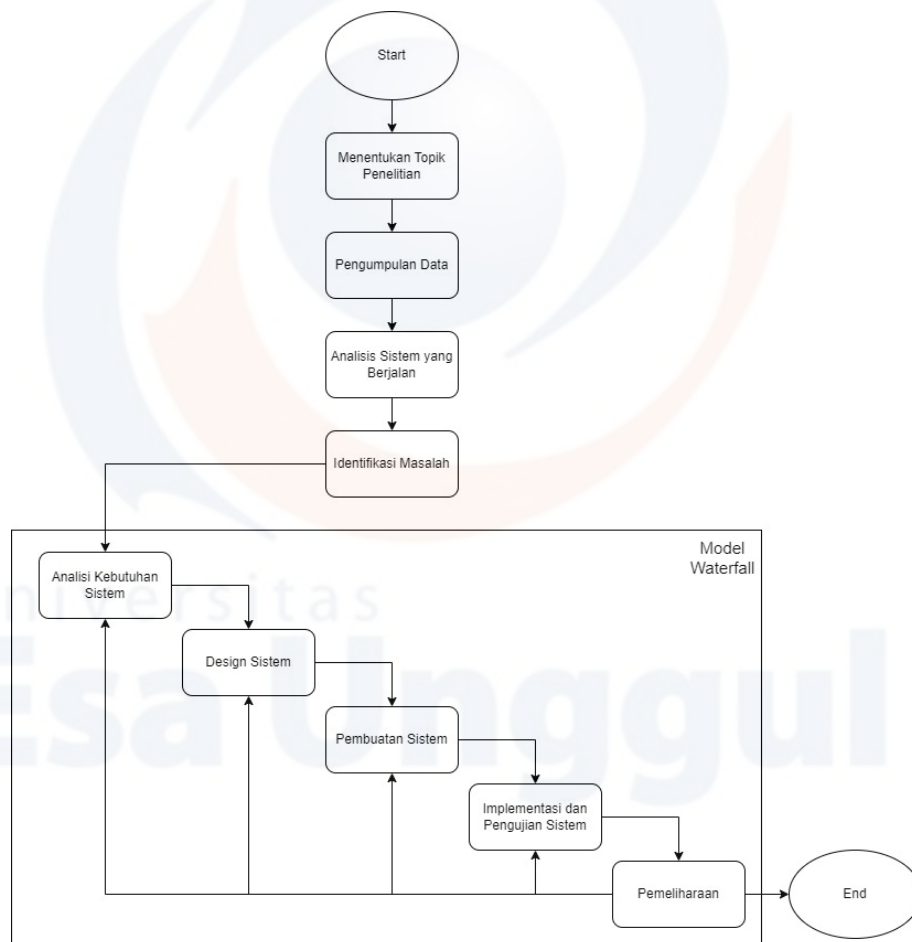
1.5 Lingkup Tugas Akhir

Ruang lingkup tugas Tugas Akhir ini :

1. Pengguna sistem ini adalah admin dan pelanggan.

2. Teknologi pemrograman yang digunakan untuk merancang aplikasi ini adalah web.
3. Untuk pengelolaan database menggunakan MySQL.
4. Untuk frontend menggunakan HTML dan CSS.
5. Untuk backend menggunakan PHP.
6. Penerapan metode Weighted Product akan digunakan untuk membantu pengambilan keputusan dalam pembelian kostum baru dari nilai-nilai yang akan diisi oleh admin untuk beberapa kriteria yang tersedia.
7. Pembayaran akan menggunakan bukti transfer.

1.6 Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai penelitian “TRANSFORMASI DIGITAL PENYEWAAN COSPLAY PADA RUMAHARYA RENTCOS MENGGUNAKAN METODOLOGI WATERFALL” yang mencakup latar belakang, identifikasi masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, lingkup tugas akhir, kerangka berpikir, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan teori-teori yang menjadi landasan dalam memaparkan pokok permasalahan serta uraian mengenai penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam menyelesaikan penelitian ini.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai rencana penelitian, uraian mengenai Rumaharya Rentcos, teknik pengumpulan data, alur sistem yang berjalan di Rumaharya Rentcos, analisis masalah yang ada di Rumaharya Rentcos dengan metode SWOT, serta solusi yang akan dilakukan.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai hasil aplikasi website yang telah dikembangkan untuk Rumaharya Rentcos disertai dengan analisis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran untuk pengembangan sistem ke depannya.