

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Permasalahan

Pawcha Gallery merupakan salah satu bisnis rental kostum *cosplay* yang ada di Yogyakarta, dimana Pawcha Gallery menyediakan beberapa variasi karakter kostum *cosplay* untuk disewakan kepada *cosplayer*. Harga kostum *cosplay* yang disewakan juga terjangkau dengan kualitas kostum yang baik dan dapat dikirim ke seluruh wilayah Indonesia. Selain merentalkan kostum *cosplay* Pawcha Gallery juga menyediakan keperluan *cosplay* yang lain, contohnya seperti softlens, bulu mata palsu, stoking, sisir wig, dan lain sebagainya. Pawcha Gallery juga menyediakan jasa layanan *makeup cosplay*, *styling wig* dan jual beli kostum. Pawcha Gallery kerap kali hadir pada event-event di Yogyakarta dan mendirikan stand yang dapat dikunjungi langsung oleh konsumen. Selain itu, Pawcha Gallery juga sering melakukan kerjasama bersama pihak event dalam kegiatan *sponsorship* dan *media partner*.

Kemunculan bisnis rental *cosplay* di Indonesia memberikan kemudahan bagi *cosplayer* dengan menyediakan variasi kostum *cosplay* yang beragam tanpa harus membeli atau membuat kostum *cosplay* sendiri. Jika dibandingkan dengan membeli kostum maupun memilih jasa *costume maker*, biaya yang dikeluarkan akan sangat besar dan juga perawatan kostum yang tidak mudah. Rental kostum dapat disewa dalam waktu beberapa hari kepada perental kostum dan kemudian kostum dapat dikembalikan sesuai dengan tanggal jatuh tempo pengembalian kostum tanpa perlu dicuci terlebih dahulu. Maka, rental kostum menjadi pilihan banyak *cosplayer* karena harga yang ditawarkan lebih murah dengan variasi kostum yang lebih beragam dan dapat langsung dikirim ke alamat penyewa. Tingginya minat *cosplayer* dalam merentalkan kostum, dapat dilihat dari perkembangan bisnis rental kostum yang semakin banyak hadir di beberapa wilayah Indonesia, seperti pada daftar di bawah ini:

**Tabel 1.1 Daftar Bisnis Rental Kostum *Cosplay* Tahun 2023**

No.	Wilayah	Nama Rental Kostum <i>Cosplay</i>
1.	Jakarta	Angel Cos
		Lelembut_cosrentjkt
		Keymochi.cosplay
		Mycosplaydream.id
2.	Yogyakarta	Auteur.rencos
		Rinrin.cosrent
		Pawcha Gallery
		Fluffyclouds_rencos
3.	Bandung	Meowrentalcos_
		Chocophin_cosrent
4.	Semarang	Dwishoppu
		Virgocostume
5.	Surabaya	Punki <i>Cosplay</i>
		Florencedyjhe
		Vanilla <i>Cosplay</i> Rent
		Thiccosrent.id
		Little.duckcosplay
6.	Bali	Weaboo.cosplay
		La'DIVA Studio Costume
7.	Banjarnegara	Aelistcollection
8.	Malang	Hana.cosrent
9.	Blitar	Maela_cosrent
10.	Kediri	Shia.cosrent
11.	Samarinda - Balikpapan	Tikarental
12.	Jambi	Cenhsinstreet

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Hadirnya rental kostum menjadikan solusi bagi *cosplayer* maupun bagi *cosplayer* pemula. Dibandingkan dengan menggunakan jasa pengerajin kostum

atau harus membeli kostum maka biaya yang dikeluarkan akan jauh lebih mahal dan perawatan juga tidak mudah untuk dilakukan. *Cosplayer* tidak hanya berdandan dan menggunakan kostum seperti saat pesta kostum/halloween, namun *cosplayer* juga menghabiskan uang dalam pembuatan kostum, membeli kostum, mempelajari pose suatu karakter, dan mempelajari dialog karakter yang sedang diperankan (Winge, 2006).

*Cosplay* adalah kegiatan memakai maupun membuat kostum, berdandan atau berpakaian dengan menggunakan aksesoris dalam meniru karakter dari *anime*, *manga*, *game* literatur, film populer, ikon atau grup idol yang dilakukan oleh individu maupun kelompok (Naufal dan Achmad, 2020). *Cosplay* sering digunakan dalam konteks subkultur modern untuk menggambarkan aktivitas berdandan dan bertindak sebagai karakter dari *manga*, *anime*, *tokusatsu*, video *game*, fiksi ilmiah, dan grup musik. Kategori *cosplay* dapat dibagi menjadi beberapa genre, seperti romansa, horor, imut, *gothic*, fiksi ilmiah, fantasi, dan mitologi (Rahman et al., 2012).

*Cosplay* terbentuk karena adanya fenomena *fashion* yang dibarengi dengan budaya populer Jepang yang masuk ke Indonesia. Budaya populer Jepang merupakan budaya yang berasal dari Jepang dan dikenal, dinikmati, serta dikonsumsi oleh masyarakat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia (Sakinah dan Mohammad, 2019). Budaya populer dapat masuk ke Indonesia karena teknologi informasi yang semakin maju. Melalui teknologi dan informasi sosial media, budaya luar dapat tersebar sehingga terjadi akulturasi budaya yang diterima oleh masyarakat dengan berbagai bentuk budaya (Naufal dan Achmad, 2020).

Masuknya budaya populer Jepang terutama *cosplay* maka akan ada bisnis yang mendukung hobi atau kegiatan *bercosplay* tersebut dan terus berkembang seiring berjalannya waktu. Perkembangan tersebut, kemudian muncul adanya kompetitor dari bisnis-bisnis yang serupa tidak terkecuali dengan bisnis rental kostum *cosplay*. Maka dari itu diperlukannya upaya untuk bersaing dalam memperkenalkan bisnis dan memasarkan jasa mereka kepada konsumen secara luas serta mempertahankan hubungan loyalitas melalui komunikasi. Upaya tersebut mendefinisikan dalam

kegiatan pemasaran komunikasi. Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak menggunakan teknik komunikasi, dengan tujuan utama yaitu untuk meningkatkan pendapatan atas penggunaan jasa maupun pembelian produk yang ditawarkan (Diana et al., 2022). Pada kegiatan pemasaran, diperlukan adanya langkah promosi dalam memperkenalkan, membujuk, serta menjalin hubungan baik antara pelaku bisnis dengan konsumennya. Maka dengan begitu diperlukannya penerapan bauran komunikasi pemasaran atau bauran promosi pada suatu bisnis. Bauran komunikasi pemasaran mencakup berbagai elemen seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, acara dan pengalaman, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut, dan penjualan personal yang memiliki karakteristik dan strategi yang berbeda dan dapat disesuaikan dengan target pasar dan tujuan bisnis. Bauran komunikasi pemasaran juga terus berkembang mengikuti perubahan teknologi dan perilaku konsumen.

Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui strategi bauran komunikasi pemasaran apakah yang diterapkan oleh Pawcha Gallery. Untuk itu peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran pada Bisnis Rental Kostum *Cosplay* Pawcha Gallery”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada Khotimah selaku pemilik bisnis rental kostum *cosplay* Pawcha Gallery.

Kebaharuan ataupun pembeda yang ditemukan antara penelitian yang dilakukan ini dengan yang telah dilakukan oleh Premi Wahyu Widyaningrum (2016) dengan judul “Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang” adalah penelitian ini menjelaskan bagaimana strategi bauran komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh bisnis rental kostum *cosplay* Pawcha Gallery dan tidak hanya membahas terkait peranan media sosial dalam pemasaran seperti penelitian yang dilakukan oleh Premi Wahyu Widyaningrum pada penelitiannya yang menjelaskan peran media sosial dalam strategi pemasaran sewa kostum Meiyu Aiko.



Kebaharuan atau pembeda yang ditemukan antara penelitian yang dilakukan ini dengan penelitian oleh Diny Anggriani dan Rio Nando (2023) dengan judul “Analisis dan kajian efektivitas media sosial dalam mengembangkan pemasaran kostum *cosplay* di kota Batam” adalah bahwa penelitian ini menjelaskan secara menyeluruh mengenai strategi bauran komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Pawcha Gallery dalam pemasaran, sedangkan pada penelitian Diny dan Rio berfokus pada analisis dan kajian efektivitas media sosial dalam mengembangkan pemasaran kostum *cosplay* yang ada di kota Batam.

Kebaharuan ataupun pembeda yang ditemukan antara penelitian yang dilakukan ini dengan yang telah dilakukan oleh Rafli Maulana Lubis, dkk (2022) dengan judul “Strategi Pemasaran Himpunan Masasiswa Bahasa Jepang dan Sastra Jepang USU dalam Mempromosikan Event Bunkasai USU 2022” adalah bahwa penelitian ini berfokus pada strategi bauran komunikasi pada bisnis rental kostum *cosplay* Pawcha Gallery, sedangkan pada penelitian Rafli, dkk juga dijelaskan mengenai penerapan 5P yaitu *product, price, place, public relation, dan promotion*.

Kebaharuan ataupun pembeda yang ditemukan antara penelitian yang dilakukan ini dengan yang telah dilakukan oleh Muchammad Rizky (2024) dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Little Tokyo dalam Meningkatkan Costumer Engagement di Media Sosial Instagram dan Tiktok” adalah bahwa penelitian ini membahas lebih mendalam mengenai strategi bauran komunikasi pemasaran yang terdiri dari delapan elemen, yaitu: periklanan, promosi penjualan, acara dan event, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut, dan penjualan personal yang diterapkan oleh Pawcha Gallery. Sedangkan pada penelitian Muchammad Rizky peran media sosial dalam strategi komunikasi pemasaran dengan menganalisis SWOT pada bisnis Little Tokyo.

Kebaharuan ataupun pembeda yang ditemukan antara penelitian yang dilakukan ini dengan yang telah dilakukan oleh Erdianto Kartika Wilanjaya (2023) dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Permintaan Jasa Persewaan Busana Tari La Diva Madiun” adalah bahwa penelitian ini menjelaskan mengenai

delapan elemen bauran komunikasi pemasaran sedangkan pada penelitian Erdianto menganalisis menggunakan strategi pemasaran 7P.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang didapatkan adalah: bagaimana strategi bauran komunikasi pemasaran bisnis rental kostum *cosplay* Pawcha Gallery?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah didapatkan, maka tujuan dari penelitian untuk menganalisa dan mendeskripsikan strategi bauran komunikasi pemasaran bisnis rental kostum *cosplay* Pawcha Gallery.

## **1.4 Batasan Penelitian**

Untuk membuat penelitian tidak melebar kemana-mana, maka diperlukan pembatasan penelitian. Penelitian yang akan dilakukan berfokus pada strategi bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan Pawcha Gallery pada bisnis rental kostum *cosplay* yang dimiliki.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian merupakan uraian untuk menunjukkan bahwa suatu masalah layak diteliti, serta untuk menunjukkan signifikansi masalah yang akan diteliti. Secara umum, manfaat sebuah penelitian dibagi menjadi dua yaitu, manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Berikut merupakan uraian dari kedua manfaat tersebut:

### **1.5.1 Segi Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta pemahaman baru mengenai bagaimana strategi bauran komunikasi pemasaran diterapkan dalam bisnis rental kostum *cosplay* oleh Pawcha Gallery. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi mengenai *cosplay* yang menjadi budaya populer bagi kalangan remaja

hingga dewasa, serta membawa pengaruh pada perkembangan bisnis dalam dunia *cosplay*.

### 1.5.2 Secara Praktis

#### a. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat menambah bahan inspirasi bagi peneliti lain yang tertarik atau ingin melakukan penelitian serupa dengan objek yang sama maupun berbeda.

#### b. Bagi Pawcha Gallery

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat bagi Pawcha Gallery berupa pemahaman yang lebih mengenai strategi bauran komunikasi pemasaran yang dapat diimplementasikan oleh Pawcha Gallery dalam menarik lebih banyak konsumen serta membangun kepercayaan pembeli kepada para konsumen untuk penggunaan jasa secara berulang.

### 1.6 Sistematika Bab

Penulisan laporan penelitian ini dibagi dalam 5 bab terpisah dan memiliki subbab-subbab tersendiri berdasarkan kepentingannya masing-masing yang meliputi:

**BAB I PENDAHULUAN.** Bab pendahuluan berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA.** Pada bab ini berisi mengenai penelitian terdahulu, tinjauan pustaka seperti penjelasan terkait definisi konseptual, teori yang digunakan peneliti dalam menyelidiki permasalahan di lapangan, dan kerangka berfikir.

**BAB III METODE PENELITIAN.** Pada bab metode penelitian berfokus pada metodologi penelitian yang digunakan peneliti yang mencakup desain penelitian, objek penelitian, teknik pengambilan data, teknik keabsahan.

**BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.** Pada bab ini menjadi bab pembahasan serta hasil temuan penelitian yang dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi pada bisnis rental kostum *cosplay* Pawcha Gallery.

**BAB V PENUTUP.** Bab ini merupakan bab penutup yang mencakup kesimpulan dalam menjawab rumusan masalah yang menjadi masalah utama dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti juga menyampaikan saran serta rekomendasi dari peneliti terkait.

