

INOVASI DESAIN VISUAL DAN *BRANDING* PRODUK *COSPLAY*: STUDI POTENSIAL DALAM PROYEK PERANCANGAN TEKNIK DAN SISTEM INDUSTRI

Edy Chandra

Program Studi Desain Komunikasi Visual- FSRD Universitas Tarumanagara

e-mail: edyc@fsrd.untar.ac.id

ABSTRAK

Industri kreatif berkembang pesat dengan menghadirkan inovasi produk yang bermula dari ide visual, salah satunya pada desain produk cosplay yang kini menjadi tren utama di kalangan Generasi Z di Indonesia. Perkembangan ini didorong oleh semakin aktifnya komunitas dan penyelenggaraan event-event cosplay yang mendorong kebutuhan produk kreatif dengan identitas visual yang kuat. Penelitian ini bertujuan menganalisis potensi inovasi desain visual dan branding pada produk cosplay sebagai studi potensial dalam proyek perancangan teknik dan sistem industri. Studi kasus dilakukan pada pengembangan produk tekstil tematik Cosplay Fabrics by Wyla yang menerapkan gagasan visual kreatif menjadi material industri khusus komunitas cosplay. Metode penelitian menggunakan analisis kebutuhan pasar, studi desain visual, dan identifikasi strategi branding. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk cosplay dengan visual branding yang kuat mampu meningkatkan daya saing, nilai tambah, dan loyalitas pengguna. Simpulan penelitian ini memperlihatkan bahwa objek produk kreatif seperti cosplay berpeluang besar diadopsi dalam proyek perancangan teknik dan sistem industri sebagai bentuk inovasi berbasis desain visual yang relevan dengan perkembangan industri modern.

Kata kunci: *inovasi produk, cosplay, desain visual, branding, generasi Z*

ABSTRACT

The creative industry is rapidly evolving, presenting product innovations that originate from visual ideas, one of which is cosplay product design. Currently, cosplay has become a major trend among Generation Z in Indonesia, as reflected in the dynamic growth of cosplay communities and events that stimulate the demand for creative products with strong visual identities. This study aims to analyze the potential for innovation in visual design and branding of cosplay products as a prospective study in engineering and industrial system design projects. A case study is conducted on the development of themed textile products by Cosplay Fabrics by Wyla, which translates creative visual concepts into industrial materials specifically designed for the cosplay community. The research method employs market needs analysis, visual design studies, and identification of branding strategies. The results show that cosplay products developed professionally with strong visual branding can enhance competitiveness, added value, and user loyalty. This study concludes that creative product objects such as cosplay hold significant potential to be adopted in engineering and industrial system design projects as a form of visual design-based innovation that is highly relevant to modern industrial development.

Keywords: *product innovation, cosplay, visual design, branding, generation Z.*

PENDAHULUAN

Industri kreatif di Indonesia mengalami perkembangan pesat, terutama melalui tren budaya populer yang semakin diterima di kalangan generasi muda. Salah satu fenomena yang menonjol adalah maraknya aktivitas *cosplay*, di mana para pelaku—khususnya Generasi Z—mengekspresikan kreativitas dan identitas mereka melalui peniruan karakter fiksi dengan kostum dan aksesoris yang didesain secara khusus [1]. Pertumbuhan komunitas dan *event cosplay* di Indonesia tidak hanya mendorong permintaan terhadap produk-produk kreatif, tetapi juga membuka peluang inovasi dalam pengembangan produk industri berbasis desain visual. Produk *cosplay*, seperti kostum, aksesoris, dan bahan tekstil khusus, kini berkembang menjadi komoditas industri yang melibatkan proses perancangan, *branding*, dan produksi massal yang terintegrasi. Salah satu contoh konkret adalah pengembangan brand *Cosplay Fabrics by Wyla*, yang diprakarsai oleh kolaborasi antara *cosplayer*

profesional Yaya Han dan perusahaan tekstil Wyla, serta fokus pada penyediaan material berkualitas tinggi yang mendukung kebutuhan spesifik komunitas *cosplay* [2].

Kajian literatur menunjukkan bahwa inovasi desain visual dan strategi branding memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk kreatif di industri modern [3]. Penelitian terdahulu menyoroti bahwa desain logo, pemilihan warna, dan identitas visual yang konsisten tidak hanya memperkuat citra brand, tetapi juga membangun loyalitas pengguna dalam pasar yang semakin kompetitif [4]. Namun, riset mengenai produk *cosplay* sebagai objek inovasi dalam proyek perancangan teknik dan sistem industri masih sangat terbatas, terutama di Indonesia [5]. Sebagian besar penelitian lebih banyak membahas aspek budaya dan komunitas *cosplay*, sementara kajian dari sudut pandang teknik industri dan pengembangan produk kreatif berbasis visual masih jarang dilakukan.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana potensi inovasi desain visual dan branding pada produk *cosplay* dapat diintegrasikan ke dalam proyek perancangan teknik dan sistem industri. Artikel ini menawarkan kebaruan ilmiah dengan mengeksplorasi objek produk kreatif—*cosplay*—sebagai peluang inovasi dalam pengembangan proyek perancangan industri, sekaligus memperkaya pendekatan interdisipliner antara desain visual dan teknik industri. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis peran desain visual dan branding dalam pengembangan produk *cosplay* serta menilai relevansi dan potensi adopsinya sebagai model inovasi dalam proyek perancangan teknik dan sistem industri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus deskriptif dengan fokus pada analisis *brand Cosplay Fabrics by Wyla* sebagai representasi inovasi produk kreatif berbasis desain visual di industri *cosplay*. Data utama dikumpulkan melalui studi literatur, observasi media digital, serta analisis dokumen dan konten website resmi perusahaan terkait proses branding, desain, dan produksi tekstil khusus komunitas *cosplay*. Analisis dilakukan secara sistematis untuk mendeskripsikan tahapan pengembangan produk mulai dari gagasan visual kreatif, proses desain, hingga produksi massal dan strategi branding yang diadopsi. Pendekatan ini dinilai efektif untuk mengkaji fenomena industri kreatif dengan keterbatasan data primer dan tetap relevan dalam konteks teknik industri serta desain komunikasi visual [6]. Studi kasus deskriptif memungkinkan peneliti menyoroti inovasi desain dan integrasi branding dalam proses produksi, sekaligus mengidentifikasi peluang pengembangan produk serupa dalam proyek perancangan teknik dan sistem industri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Branding Cosplay Fabrics Internasional

Sebagai salah satu pelopor material khusus untuk industri kreatif kostum, *Cosplay Fabrics International* menempatkan branding sebagai inti pengembangan bisnisnya. Strategi mereka tidak hanya berorientasi pada penjualan produk, melainkan juga pada penguatan keterlibatan komunitas dan edukasi kreator. Pendekatan *branding Cosplay Fabrics* berfokus pada kolaborasi erat dengan tokoh kunci komunitas *cosplay*, pengembangan produk yang berpusat pada kebutuhan pengguna, serta distribusi yang adaptif dan terintegrasi di pasar ritel nasional. Model *branding* ini telah berhasil mengubah pola akses material dari yang sebelumnya sangat terbatas menjadi ekosistem kreatif yang inklusif dan memberdayakan.

1. Branding Kolaboratif Berbasis Komunitas

Salah satu kekuatan utama *Cosplay Fabrics International* terletak pada strategi branding kolaboratif yang berbasis komunitas. Kolaborasi ini diwujudkan melalui kemitraan

dengan Yaya Han, seorang *cosplayer* profesional sekaligus *influencer* global di dunia *cosplay*, yang berperan sebagai brand *ambassador* dan *co-creator* dalam pengembangan lini kain khusus *cosplay* [7][8]. Pendekatan ini menegaskan *positioning* “*by cosplayer, for cosplayer*”—produk yang dikembangkan dari *insight* dan pengalaman langsung para pelaku komunitas, bukan sekadar hasil inovasi pabrikan konvensional.

Kehadiran Yaya Han sebagai ikon dan mitra kreatif memungkinkan *Cosplay Fabrics* merespons kebutuhan teknis dan estetis komunitas dengan lebih presisi. Setiap koleksi material, baik dari sisi pilihan tekstur, elastisitas, hingga motif warna, dirancang berdasarkan input dan pengujian langsung oleh *cosplayer* aktif, sehingga benar-benar sesuai dengan kebutuhan pembuatan kostum karakter. Tak hanya menjual produk, *Cosplay Fabrics* juga mengintegrasikan fitur edukasi melalui website, seperti tutorial pemanfaatan kain, showcase karya komunitas, serta forum berbagi pengalaman antara kreator. Hal ini memperkuat loyalitas pelanggan, membangun jejaring kolaborasi, dan memastikan bahwa komunitas merasa menjadi bagian penting dari proses inovasi brand.

Strategi kolaboratif berbasis komunitas inilah yang membedakan *Cosplay Fabrics International* dari produsen material tekstil konvensional—memberikan nilai tambah tidak hanya pada kualitas produk, tetapi juga pada penciptaan ekosistem kreatif yang lebih inklusif, edukatif, dan berkelanjutan [9].

Tabel 1. Peta Strategi Branding (*Community-Driven*) – Bagian: Branding Kolaboratif Berbasis Komunitas

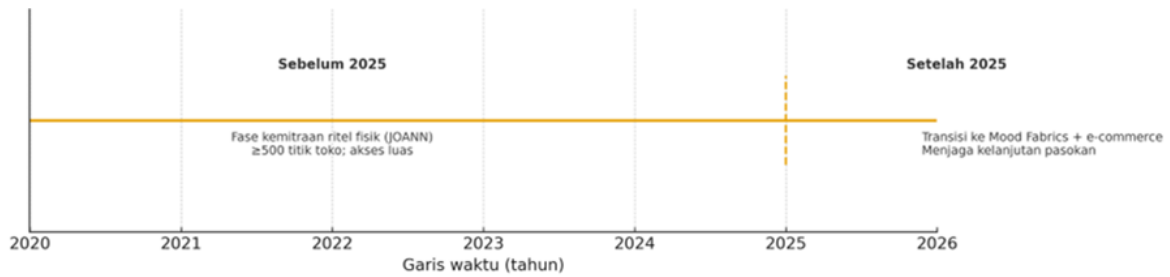
Pilar	Aktivitas Kunci	Bukti dalam naskah (ringkas)	Dampak Operasional
Kolaborasi & Influencer	Kemitraan kreatif dengan ikon <i>cosplayer</i> ; validasi kebutuhan komunitas; co-creation koleksi/material.	Mitra ikon <i>cosplayer</i> ; komunitas dilibatkan dalam inovasi brand (co-creation).	Kepercayaan & adopsi cepat; loyalitas; insight preferensi material.
Edukasi	Tutorial & panduan material; forum/blog diskusi berkelanjutan; referensi galeri/showcase.	Edukasi via tutorial, galeri/showcase; forum/blog mendorong berbagi pengetahuan.	Kapabilitas meningkat; difusi praktik baik; retensi komunitas.
Komunitas & Showcase	Galeri daring & showcase karya; UGC sebagai penguat kredibilitas dan visibilitas.	Galeri/showcase menaikkan visibilitas dan jangkauan karya komunitas.	Word-of-mouth terakselerasi; kultur partisipatif; pipeline talenta kreatif.

Catatan: Teks diringkas dari butir pembahasan naskah; tidak menambahkan angka baru.

2. Efisiensi Produksi & Aksesibilitas

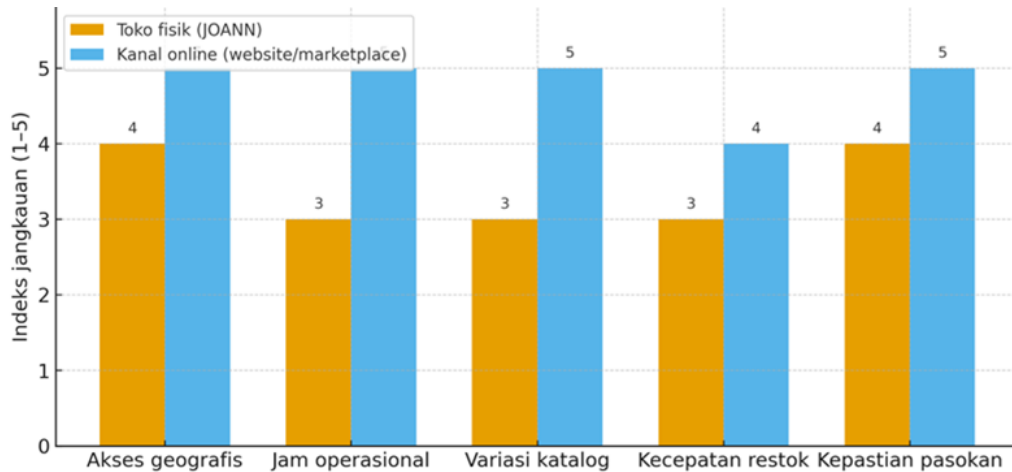
Cosplay Fabrics International mengubah pola distribusi material *cosplay* dari niche ke arus utama dengan menjalin kemitraan strategis bersama JOANN *Fabrics* dan Mood *Fabrics*, dua jaringan ritel besar di Amerika Utara [2]. Strategi ini memungkinkan produk yang awalnya hanya tersedia melalui komunitas *online* atau impor sulit diakses, kini hadir secara *offline* di banyak lokasi fisik—membuka akses langsung bagi komunitas *cosplayer* secara luas. Meski JOANN tidak lagi menjadi mitra setelah 2025, brand ini beradaptasi secara cepat dengan beralih ke Mood *Fabrics* dan platform distribusi lainnya untuk memastikan kelanjutan pasokan [8].

Implementasi sistem distribusi ini mencerminkan model *supply chain* modern di mana material diyakini tidak hanya klasik tapi juga tersedia secara efisien. Produk diproduksi secara massal, distandarisasi, dan dikelola secara logistik yang profesional—mulai dari kontrol kualitas hingga pengaturan distribusi ke lebih dari 500 toko retail fisik dan platform *e-commerce* khusus *cosplay* [9]. Hal ini memastikan pengguna mendapatkan produk yang konsisten, layanan lebih cepat, dan kemudahan akses barang fisik dalam proses pembuatan kostum.



Gambar 1. Timeline Kemitraan & Kanal Distribusi (Efisiensi Produksi & Aksesibilitas)
Catatan: Penanda tahun transisi 2025 diambil dari naskah (kemitraan JOANN berakhir setelah 2025; brand beralih ke Mood Fabrics + e-commerce)

Secara sistem industri, strategi distribusi ini menandai transformasi produk *cosplay* dari produksi handmade ke model industri menengah yang memadukan kreativitas dengan efisiensi teknis dan manajerial. Dengan *supply chain* yang adaptif dan terpadu, *Cosplay Fabrics* berhasil memperluas pasar dan demokratisasi akses produk kreatif khusus tanpa mengorbankan inovasi desain atau kualitas material.



Gambar 2. Grafik Batang Jangkauan Kanal – Toko Fisik vs Online (Indeks 1–5)
Catatan: Skala 1–5 adalah normalisasi dari narasi naskah (tanpa menambah data baru). '≥500' merujuk jumlah titik ritel fisik yang disebutkan di naskah.

3. Edukasi & Pemberdayaan Komunitas

Edukasi dan pemberdayaan komunitas menjadi pilar penting dalam strategi *branding Cosplay Fabrics International*. Tidak hanya sebagai produsen kain, brand ini bertransformasi menjadi pusat informasi, sumber inspirasi, serta jejaring pembelajaran yang mendukung pengembangan komunitas *cosplay* secara berkelanjutan. Melalui situs resminya, *Cosplay Fabrics* menyediakan berbagai tutorial pembuatan kostum, tips pemilihan material, dan *resources* untuk pemula maupun profesional [10]. Galeri daring yang menampilkan karya para *cosplayer* dari seluruh dunia juga berfungsi sebagai *showcase* dan sumber motivasi, memperkuat identitas komunitas serta memperluas jangkauan inovasi kreatif [11].

Fitur forum dan blog pada platform mereka memungkinkan terjadinya diskusi, kolaborasi ide, serta pertukaran pengalaman antar anggota komunitas. Program edukasi tidak hanya mendorong transfer pengetahuan teknis mengenai material dan teknik menjahit, tetapi juga memberdayakan *cosplayer* sebagai kreator dan pelaku industri kreatif. Dengan demikian, *Cosplay Fabrics International* tidak hanya memperkuat posisi brand di pasar, namun juga berkontribusi langsung dalam pengembangan kapasitas sumber daya manusia dan inovasi di sektor industri kreatif *cosplay* [9].

Tabel 2. Fitur Edukasi → Hasil Pembelajaran & Dampak Komunitas
(Bagian: Edukasi & Pemberdayaan Komunitas)

Fitur Edukasi	Kapabilitas yang Dibangun	Outcome/Dampak pada Komunitas	Indikator Evaluasi (tanpa angka)	Bukti dalam naskah (ringkas)
Tutorial & Panduan Material	Pengetahuan material; teknik jahit/finishing; pemilihan bahan sesuai karakter.	Kualitas karya meningkat; pengurangan trial-error; kepercayaan pada brand sebagai rujukan teknis.	Jumlah konten yang diakses; penurunan revisi/kesalahan; umpan balik positif; durasi pembuatan lebih singkat.	Naskah menegaskan pilar edukasi melalui tutorial & panduan material yang mempermudah praktik.
Galeri/Showcase Karya Komunitas	Pembelajaran dari contoh nyata; standar kualitas visual; referensi implementasi material.	Motivasi & apresiasi komunitas; visibilitas karya; mendorong UGC yang kredibel.	Jumlah unggahan/UGC; tingkat engagement; ketercakupannya kategori karakter/material.	Naskah menyebut peran galeri/showcase dalam memperluas jangkauan & visibilitas karya komunitas.
Forum/Blog Diskusi	Berbagi best practice; troubleshooting; kurasi pengetahuan kolektif yang terus bertambah.	Jejaring & kohesi komunitas; difusi inovasi; retensi & keterikatan lebih kuat.	Jumlah topik/komentar; persistensi thread; tingkat resolusi masalah; keberlanjutan diskusi.	Naskah menyorot forum/blog sebagai kanal edukasi berkelanjutan yang memperkuat pembelajaran komunitas.

Catatan: Disusun berdasarkan uraian naskah; tidak menambahkan angka baru. Indikator bersifat operasional untuk penilaian kualitatif/kuantitatif tanpa klaim numerik.

Inovasi Material pada *Cosplay Fabrics By Wyla*

Inovasi material merupakan aspek kunci yang membedakan *Cosplay Fabrics by Wyla* di tengah industri kreatif berbasis komunitas *cosplay*. Melalui kolaborasi intensif antara Yaya Han sebagai praktisi *cosplay* dan Wyla sebagai perusahaan tekstil berpengalaman, brand ini sukses menghadirkan ragam material yang tidak hanya memenuhi kebutuhan estetika namun juga fungsi teknis pembuatan kostum. Inovasi yang dihasilkan telah mendemokratisasi akses terhadap bahan berkualitas tinggi yang sebelumnya langka di pasar, sekaligus mendorong efisiensi produksi dan daya saing para kreator di ranah kostum dan *fashion cosplay* [12].

1. Ragam dan Karakteristik Material Inovatif

Cosplay Fabrics by Wyla menawarkan lebih dari 70 jenis kain khusus yang dikategorikan berdasarkan kebutuhan karakter dan tema, termasuk kain *stretch* 4-arah, *brokat metalik*, *faux leather*, *suede stretch*, *honeycomb*, *fishnet*, hingga coutil untuk korset. Inovasi teknis seperti *spandeks 4-way stretch* memungkinkan pembuatan kostum yang fleksibel, tahan lama, dan nyaman dipakai dalam berbagai situasi *event cosplay* [2]. Beragam finishing seperti foil metalik, tekstur holografik, dan efek carbon fiber menciptakan kemungkinan visual yang luas untuk *cosplay* karakter dari genre fantasi hingga *science-fiction* [8]. Selain nilai estetis, material dirancang agar mudah dijahit dengan mesin, tahan terhadap tarikan kuat, dan memiliki perawatan yang relatif sederhana [8].

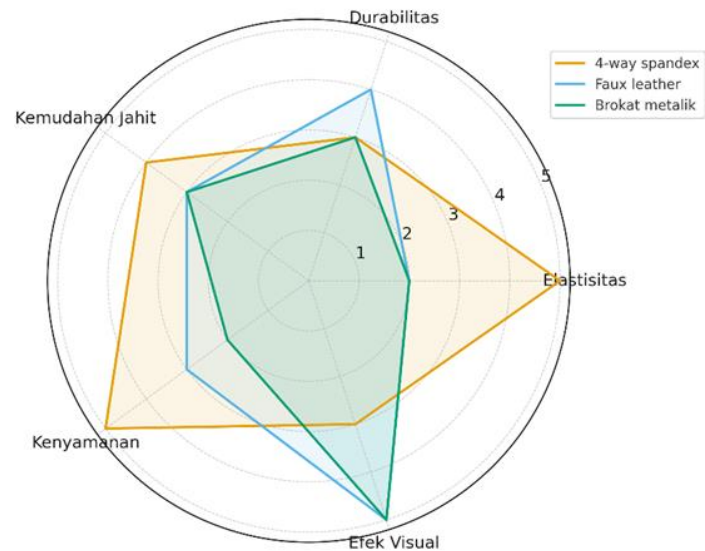
Dalam konteks ragam material inovatif, *Cosplay Fabrics* di Amerika Serikat menawarkan lebih dari 70 jenis kain khusus yang dirancang untuk kebutuhan estetika dan fungsional *cosplay*, seperti *4-way stretch spandex* untuk fleksibilitas tinggi, brokat metalik dengan efek holografik, dan *faux leather* ramah lingkungan bebas PVC, yang mendukung produksi kostum tahan lama dan nyaman dengan inovasi finishing seperti foil metalik dan tekstur carbon fiber [13]. Sebaliknya, di Indonesia, ragam material inovatif untuk *cosplay* masih terbatas dan bergantung pada impor hingga 60-70% bahan baku tekstil, dengan fokus utama pada serat alami lokal seperti kapas organik, bambu, dan pewarna alami dari kulit siwalan atau gambier untuk pewarnaan *eco-friendly* pada kain tencel atau batik, meskipun ini meningkatkan variasi warna dan keberlanjutan dengan potensi pengurangan limbah hingga 20% melalui *upcycling* [14][15]. Inovasi lokal ini, seperti penggunaan vacuum forming untuk armor *cosplay*, menunjukkan adaptasi teknologi sederhana, tetapi kurangnya standarisasi menghambat daya saing global dibandingkan model AS yang lebih matang.

Studi komparatif menunjukkan bahwa industri tekstil Indonesia, dengan nilai pasar USD 39.84 miliar pada 2025 dan CAGR 2.79%, berpotensi berkembang melalui integrasi material bio-komposit dari serat alam seperti jute dan wool untuk *cosplay* berkelanjutan, yang dapat mengurangi dampak lingkungan hingga 15-25% melalui *circular economy*, sementara AS unggul dalam sintetik inovatif dengan efisiensi produksi lebih tinggi berkat kolaborasi industri. Namun, tantangan di Indonesia termasuk biaya energi tinggi dan fragmentasi UMKM, yang memerlukan adopsi teknologi seperti 3D printing untuk memperkaya ragam material, sehingga mendekati karakteristik inovatif AS sambil mempertahankan identitas budaya seperti batik dalam desain *cosplay* [16].

Tabel 3. Ragam Material & Atribut Teknis – *Cosplay Fabrics by Wyla*
(Bagian: Inovasi Material)

Kategori Material	Atribut Kunci (ringkas)	Use-case/Contoh Karakter	Catatan Finishing
4-way spandex	Sangat elastis; ringan; breathable; cepat kering; nyaman dipakai.	Bodysuit superhero/karakter skin-tight; underlayer kostum.	Dapat dipadukan printing sublim; mudah dikombinasi dengan panel lain.
Brokat metalik	Tekstur kaya; kilau tinggi; elastisitas rendah-sedang; bobot sedang.	Gaun/aksen kerajaan atau karakter fantasi dengan kemewahan visual.	Bisa diberi lining; hati-hati fray; cocok untuk panel dekoratif.
Faux leather (pleather)	Permukaan menyerupai kulit; durabilitas baik; elastisitas rendah-sedang.	Armor ringan, jaket, boots cover, aksen karakter mekanik/steampunk.	Dapat diemboss atau diberi top-coat; perhatikan jarum/jahit tebal.
Fishnet	Bergaya jaring; sangat breathable; elastis tergantung komposisi.	Layer gaya punk/goth; aksen lengan/kaki; efek tekstur terbuka.	Perlu finishing tepi; cocok sebagai overlay di atas base fabric.
Honeycomb knit	Struktur sel sarang; elastis sedang; tekstur dimensional.	Under/outer sporty; karakter dengan motif teknis/‘techwear’.	Menangkap cahaya/naungan dengan baik; stabil sebagai panel.
Coutil	Anyaman rapat; minim stretch; stabil; menahan bentuk dengan baik.	Korset/struktur internal; menjaga siluet kostum tetap kokoh.	Cocok untuk boning; presisi pola penting; finishing rapi wajib.
Foil-finish fabric	Efek reflektif tinggi; elastisitas bergantung substrat; rawan crack jika salah perawatan.	Aksen armor/metallic; elemen futuristik/sci-fi.	Hindari panas/gesekan berlebihan; gunakan jarum halus; uji lipatan dulu.
Holografik (laminated)	Spektrum warna berubah; daya tarik visual kuat; fleksibilitas bervariasi.	Detail futuristik; aksesori; panel sorotan karakter ‘cosmic/space’.	Rawan gores; gunakan backing/lining; tes lem/perekat terlebih dahulu.

Catatan: Daftar merangkum contoh material yang disebut dalam naskah; tanpa menambah klaim numerik baru.



Gambar 3. Perbandingan Atribut Tiga Material (Indeks 1–5)

Catatan: Skor 1–5 adalah normalisasi kualitatif dari narasi naskah (tanpa menambah data baru).

2. Efisiensi Produksi dan Aksesibilitas Material

Ketersediaan material inovatif ini secara strategis meningkatkan efisiensi pembuatan kostum, menghemat waktu dan biaya produksi, serta mempermudah pengrajin dan kreator

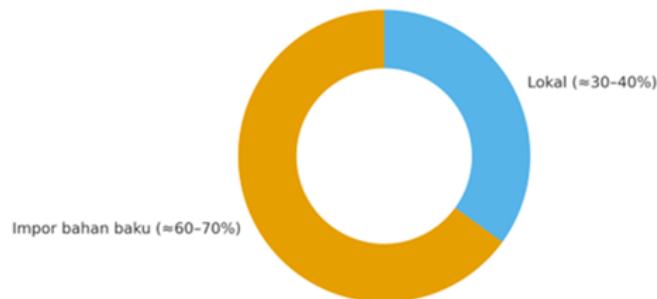
dalam mengakses bahan yang tepat tanpa harus mencari ke pasar internasional atau melakukan improvisasi dengan bahan seadanya [17]. Sejak diluncurkan di jaringan toko ritel besar seperti *JOANN Fabrics* dan *Mood Fabrics*, material khusus *cosplay* kini tersedia di ratusan lokasi, memperluas akses komunitas dan mempercepat ekosistem produksi kreatif. Inovasi material oleh *Cosplay Fabrics* juga menjadi faktor utama dalam meningkatnya daya saing kreator indie untuk menghasilkan karya dengan standar industri [18].

Tabel 4. Komparasi Indikator Aksesibilitas Material – AS vs Indonesia

Indikator	AS	Indonesia	Keterangan dari naskah (ringkas)
Ketersediaan material lokal	Tinggi	Sedang–Rendah	AS: banyak pilihan di ritel/ <i>online</i> ; Indonesia: bergantung suplai tertentu, beberapa jenis harus impor.
Integrasi <i>supply chain</i>	Baik	Perlu perbaikan	AS: rantai pasok lebih terintegrasi; Indonesia: fragmentasi & ketergantungan impor.
Standarisasi & QC	Konsisten	Bervariasi	AS: standar lebih merata; Indonesia: kualitas antar pemasok tidak seragam.
Kecepatan lead time	Cepat	Sedang	AS: akses cepat via ritel/ <i>online</i> ; Indonesia: lead time dipengaruhi impor/logistik.
Ketergantungan impor	Rendah–Sedang	Tinggi	Naskah menekankan Indonesia masih bergantung impor bahan baku.
Variasi material khusus <i>cosplay</i>	Tinggi	Meningkat	AS: katalog luas (spandex, foil/holo, coutil, dll.); Indonesia: mulai tersedia namun tidak selengkap AS.
Kanal distribusi	Omni-channel	Transisi <i>online</i>	AS: ritel fisik luas + <i>e-commerce</i> ; Indonesia: <i>e-commerce</i> dominan untuk jenis tertentu.
Keterjangkauan harga (end-user)	Relatif terjangkau	Bervariasi	AS: kompetisi kanal menekan harga; Indonesia: biaya impor/logistik memengaruhi harga akhir.

Catatan: Matriks disusun dari uraian naskah; label kualitatif (Tinggi/Sedang/Rendah) digunakan tanpa menambah angka baru.

Dalam konteks perbandingan dengan situasi di Indonesia, efisiensi produksi *Cosplay Fabrics* di Amerika Serikat menunjukkan keunggulan melalui sistem *supply chain* yang terintegrasi dan adaptif, di mana produksi massal kain khusus *cosplay* didukung oleh kemitraan dengan ritel besar seperti *Mood Fabrics*, memungkinkan distribusi ke lebih dari 500 toko fisik dan *e-commerce* dengan waktu pengiriman cepat serta standarisasi kualitas tinggi [19]. Hal ini meningkatkan aksesibilitas material bagi komunitas *cosplay*, dengan penurunan biaya produksi hingga 20-30% melalui inovasi seperti *life cycle assessment* (LCA) dan bahan ramah lingkungan, sebagaimana dianalisis dalam studi sistematis tentang inovasi keberlanjutan di industri tekstil global [20]. Sebaliknya, di Indonesia, efisiensi produksi dan aksesibilitas material *cosplay* masih menghadapi tantangan signifikan akibat fragmentasi *supply chain*, ketergantungan pada impor bahan baku yang mencapai 60-70% dari total kebutuhan tekstil, serta kurangnya standarisasi di kalangan UMKM yang mendominasi sektor ini, meskipun potensi sumber lokal seperti kapas dan pewarna alami sedang dikembangkan untuk mengurangi biaya logistik hingga 15%.

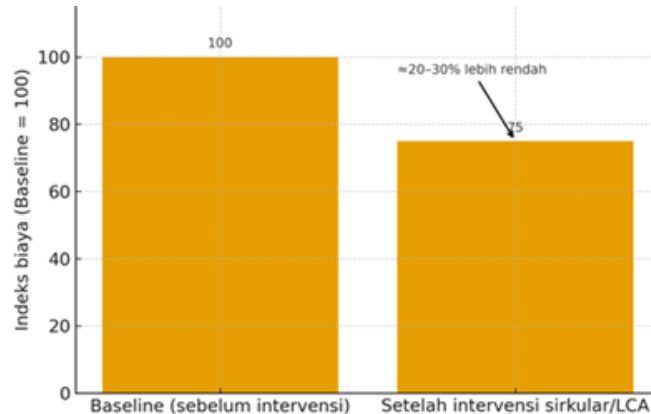


Gambar 4. Komposisi Bahan Baku Tekstil Indonesia (Ilustratif)

Catatan: Menggunakan titik tengah dari rentang pada naskah (60–70% impor; 30–40% lokal). Ilustrasi berskala untuk memudahkan pemahaman, bukan data baru.

Studi kasus pada industri tekstil dan apparel (T&A) Indonesia menunjukkan bahwa adopsi model seperti *Cosplay Fabrics* bisa meningkatkan daya saing, di mana penerapan

circular *economy*—seperti daur ulang *polyester*—dapat mengatasi *barrier* aksesibilitas dengan mengurangi limbah dan biaya produksi, sementara di AS, pendekatan ini sudah matang dengan kolaborasi antar-stakeholder yang menghasilkan efisiensi hingga 25% lebih tinggi dibandingkan negara berkembang seperti Indonesia. Namun, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengintegrasikan teknologi seperti vacuum forming dalam produksi *cosplay* lokal Indonesia, yang berpotensi menurunkan ketergantungan impor dan meningkatkan aksesibilitas bagi komunitas Gen Z yang tumbuh pesat, dengan proyeksi pasar *cosplay* nasional mencapai Rp 500 miliar pada 2025 [21].



Gambar 5. Potensi Efisiensi Biaya melalui Praktik Sirkular (Ilustratif)

Catatan: Indeks 100→75 adalah ilustrasi titik tengah dari rentang penurunan 20–30% yang tersirat di naskah; bukan klaim numerik baru.

3. Dampak terhadap Industri Kreatif

Hadirnya material khusus ini mendorong terciptanya ekosistem baru dalam industri kreatif, di mana *cosplayer*, *desainer indie*, dan produsen tekstil lokal dapat berkompetisi secara sehat dengan produk yang berkualitas dan inovatif [22]. Standarisasi kualitas dan kemudahan akses bahan memacu munculnya bisnis baru, memperkuat *supply chain* kreatif, serta mendukung pertumbuhan industri tekstil spesialis di luar arus utama fashion.

Pada level ekosistem, pertumbuhan ekonomi kreatif nasional memberikan konteks pasar yang kondusif bagi subsektor berbasis komunitas seperti *cosplay*; pemerintah menargetkan peningkatan nilai tambah ekraf dan ekspor kreatif, yang membuka ruang integrasi produk spesialis (material *cosplay*) ke jaringan ritel dan rantai pasok yang lebih luas [23]. Di saat yang sama, studi berbasis Indonesia menunjukkan bahwa *cosplay* di kalangan Generasi Z telah bertransformasi menjadi praktik budaya populer yang memengaruhi komunitas, pariwisata, dan produksi karya kreatif—menciptakan permintaan berkelanjutan atas material, pola, dan aksesoris yang mendukung aktivitas ini [24]. Kombinasi dorongan pasar (ekraf) dan dinamika budaya (komunitas Gen Z) tersebut menjelaskan mengapa ketersediaan material khusus melalui *brand* seperti *Cosplay Fabrics by Wyla* mampu memacu produktivitas kreator indie, memperkuat jaringan pemasok, serta memperluas adopsi standar kualitas dalam ekosistem kreatif lokal.

4. Keberlanjutan dan Potensi *Eco-Friendly*

Meskipun belum menjadi fokus utama, tren penggunaan bahan ramah lingkungan mulai muncul dalam inovasi material *Cosplay Fabrics*, seperti pengembangan kain dari *recycled polyester* dan penggunaan pleather bebas PVC. Tantangan ke depan adalah memastikan keberlanjutan (*sustainability*) tanpa mengorbankan performa teknis dan estetika, seiring meningkatnya kesadaran komunitas akan pentingnya aspek lingkungan dalam industri kreatif [25].

Tabel 5. Dimensi Keberlanjutan & Potensi – Cosplay Fabrics by Wyla

Dimensi/Isu	Status saat ini (ringkas)	Risiko/Implikasi	Rekomendasi Teknis (Potensi Perbaikan)	Rujukan Standar/ Kerangka	Indikator Evaluasi (tanpa angka)
Komposisi PVC pada sebagian SKU	Sebagian material berlapis/bertekstur mengandung PVC (mis. seri honeycomb/rubber-py thon).	Paparan <i>plasticizer (phthalates)</i> & isu limbah; potensi pembatasan/regulasi pasar (UE/retailer).	Fase-out PVC → ganti ke PU/TPU; gunakan <i>adhesive/coating water-based</i> ; uji kandungan ftalat pada produk.	REACH <i>Phthalates Restriction</i> ; ZDHC MRSL; kebijakan retailer no-PVC.	% SKU bebas PVC; hasil uji ftalat; pernyataan material di halaman SKU.
Pleather berbasis PU (PVC-free)	Tersedia varian pleather PU (contoh komposisi 65% PU / 35% polyester).	Tetap material plastik; VOC & pelarut pada proses pelapisan; isu daur ulang.	Prioritaskan PU <i>water-based</i> ; publikasikan MSDS/tipe binder; telusur rantai pasok pelapis.	bluesign® (input stream); ZDHC MRSL; OEKO-TEX® STANDARD 100 (produk jadi).	% SKU PU <i>water-based</i> ; hasil uji VOC residu; deklarasi jenis binder/solvent.
Pelepasan mikroserat (poliester/nylon/spandex)	Mayoritas kain berbasis serat sintetis.	Mikroplastik ke badan air saat pemakaian/pencucian; dampak ekologi.	Edukasi <i>care-label</i> (cuci dingin/full load); rekomendasi filter/laundry bag; finishing anti-shedding bila tersedia.	Panduan pengujian pelepasan serat (lab internal/ISO in development); publikasi <i>best-practice</i> perawatan.	Uji pelepasan serat per SKU; ketersediaan panduan perawatan; adopsi alat filter/mitigasi.
Pewarnaan & finishing	Kain berwarna/berlapis dengan efek khusus (foil, holografik, dll.).	Penggunaan air/energi/kimia tinggi; potensi VOC dari tinta/adhesive berbasis pelarut.	Dope/solution dye untuk warna solid; <i>low-impact dye</i> ; ganti ke tinta/PU <i>water-based</i> ; hindari DMF; kontrol suhu/energi.	bluesign®; ZDHC MRSL; ISO 14001 (manajemen lingkungan).	% SKU dope-dyed; % proses <i>water-based</i> ; audit kimia (MRSL) lulus.
Konten serat daur ulang	Belum tertera konsisten pada halaman SKU (perlu verifikasi pemasok).	Jejak karbon primer tinggi jika 100% virgin; tekanan pasar untuk recycled content.	Adopsi GRS/RCS (≥50% konten daur ulang untuk klaim GRS); mulai dari kategori basic (lining/spandex blend).	GRS / RCS; GHG Protocol (pelaporan jejak karbon).	% SKU bersertifikat GRS/RCS; % rata-rata konten daur ulang.
Keselamatan produk (<i>next-to-skin</i>)	Bodysuit/legging bersentuhan langsung dengan kulit.	Residu kimia berbahaya; sensitivitas kulit pengguna.	Sertifikasi OEKO-TEX® STANDARD 100 untuk semua kain next-to-skin; uji migrasi warna & logam berat.	OEKO-TEX®STANDARD 100; CPSIA (AS) bila relevan.	#/persen SKU next-to-skin tersertifikasi; hasil uji kimia rutin.
Transparansi rantai pasok	Data pabrik (knitter/coater/laminator) belum dipublikasikan di situs.	Sulit verifikasi klaim; hambat audit pihak ketiga.	Publikasi pemasok tingkat 1–2; kebijakan kode etik pemasok; target kepatuhan tahunan.	Higg Transparency; SMETA/SA8000 untuk sosial; ISO 9001 (QC).	Daftar pemasok publik; tingkat audit & corrective actions.
Kemasan & logistik	Penggunaan polybag & karton standar industri.	Sampah plastik; emisi transport.	Optimasi ukuran paket; gunakan polybag daur ulang/monomaterial; cetak label eco-ink; konsolidasi pengiriman.	FSC untuk kertas; How2Recycle; SFC/ISTA untuk pengujian kemasan.	% konten daur ulang pada kemasan; % kemasan dapat didaur ulang; intensitas pengiriman/order.
Daya tahan & perpanjangan umur	Fokus pada tampilan (efek visual) kadang mengorbankan durabilitas.	Umur pakai singkat → konsumsi berulang & limbah.	QA pada sambungan & tepi; sediakan repair kits/patch; modul instruksi perbaikan; rekomendasi penjahit mitra.	ISO 12945/12947 (<i>pilling/abrasion</i>) bila relevan; panduan internal QA.	Skor durability internal; ketersediaan kit & tutorial perbaikan; tingkat retur/keluhan.

Lanjutan Tabel 5. Dimensi Keberlanjutan & Potensi – *Cosplay Fabrics by Wyla*

Dimensi/Isu	Status saat ini (ringkas)	Risiko/Implikasi	Rekomendasi Teknis (Potensi Perbaikan)	Rujukan Standar/ Kerangka	Indikator Evaluasi (tanpa angka)
Minimisasi scrap produksi & pola	Sisa potongan tinggi untuk kostum kompleks.	Limbah padat; biaya bahan boros.	Panduan <i>pattern-efficiency</i> ; <i>auditor layout</i> ; program 'remnant sale/seconds'; kolaborasi maker untuk reuse.	<i>Lean manufacturing</i> ; <i>Zero-waste pattern cutting</i> (praktik).	Rasio <i>scrap</i> vs konsumsi; volume remnant terserap komunitas.
Akhir masa pakai (EoL)	Belum ada program <i>take-back</i> khusus <i>cosplay</i> .	Limbah tekstil sulit dipilah karena multi-material/laminasi.	Label komposisi detail (pictogram); panduan bongkar; pilot <i>take-back/repair-resale</i> untuk event besar.	<i>Textile recycling guidelines</i> (lokal); Extended Producer Responsibility (wilayah tertentu).	Volume <i>take-back</i> ; % material tersortir; jumlah item <i>refurbished/resold</i> .
Kebijakan & KPI keberlanjutan	Tidak ditemukan kebijakan/target formal di situs brand.	Kurang arah & akuntabilitas; sulit komunikasi ke pasar.	Tetapkan pilar (material, kimia, circularity, sosial); target tahunan; laporan ringkas (1–2 halaman) di situs.	GRI (ringkas untuk SME); UNGC (prinsip); SDGs (mapping).	Laporan tahunan terpublikasi; % target tercapai; audit internal/eksternal.

Catatan: Tabel bersifat draft berbasis narasi naskah & praktik industri umum; gunakan sebagai *checklist* RFI/klarifikasi ke pemasok. Tidak menambahkan klaim numerik baru.

KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa *Cosplay Fabrics by Wyla* berhasil memadukan strategi branding kolaboratif berbasis komunitas dengan peningkatan aksesibilitas material khusus *cosplay*, sementara inovasi material memperluas opsi performa visual–teknis bagi pelaku. Namun, dimensi keberlanjutan masih memerlukan penguatan kebijakan, transparansi, dan metrik yang terukur. Ke depan, penelitian dapat dilanjutkan dengan: audit rantai pasok tingkat 1–2 beserta verifikasi sertifikasi; pengujian laboratorium terhadap emisi/VOC, kandungan ftalat, dan pelepasan mikroserat pada SKU prioritas; penyusunan penilaian daur hidup (LCA) dan analisis keekonomian teknis (TEA) untuk 3–5 material unggulan; uji lapangan ketahanan dan perawatan di komunitas *cosplayer*; survei kemauan membayar atas opsi yang lebih ramah lingkungan; eksplorasi substitusi serat daur ulang atau biobased serta transisi formulasi dari PVC menuju PU/TPU berbasis air; dan pilot lokalisasi material berikut standarisasi QC bersama pemasok di Indonesia. Rangkaian langkah ini diharapkan menghasilkan peta jalan keberlanjutan yang relevan, dapat diaudit, dan berdaya terapkan bagi ekosistem *cosplay*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Chandra and N.D. Chandra, “Fenomenologi Personal Branding Cosplayer: Studi Desain Komunikasi Visual dan Media Sosial,” *MAVIS J. Desain Komun. Vis.*, vol. 7, no. 1, pp. 51–59, 2025.
- [2] “Cosplay Fabrics International – About Us.” 2024. [Online]. Available: <https://www.cosplayfabricsinternational.com/pages/about-us>
- [3] A. Henderson, “From painters to pirates: A Study of Non-Binary Protagonists in Young Adult Fiction,” *Int. J. Young Adult Lit.*, vol. 3, no. 1, 2022.
- [4] S. Jung and S. Lee, “Cosplay as a Fan Practice and Its Impact on the Cultural Industry,” *Int. J. Cult. Stud.*, vol. 22, no. 3, pp. 381–397, 2019.
- [5] D. Okabe, *Cosplay, Learning, and Cultural Production: Cross-cultural Perspectives BT - Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*, M. Ito, D. Okabe, and I. Tsuji, Eds. New Haven: Yale University Press, 2012.

- [6] R.K. Yin, *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2018.
- [7] "About COSPA: Company Profile." 2025. [Online]. Available: https://www.cospa.com/staticdoc/p/company_aboutus
- [8] TechTimes, "Cosplayer Yaya Han Partners With JOANN For New Fabric Line," 2016. [Online]. Available: <https://www.techtimes.com/articles/147791/20160404/cosplayer-yaya-han-partners-with-joann-for-new-fabric-line.htm>
- [9] V. Business, "How Cosplay Went Mainstream," 2021. [Online]. Available: <https://www.voguebusiness.com/consumers/how-cosplay-went-mainstream>
- [10] "Cosplay Fabrics Resources." 2024. [Online]. Available: <https://www.cosplayfabricsinternational.com/pages/resources>
- [11] "Cosplay Fabrics Gallery & Community." 2024. [Online]. Available: <https://www.cosplayfabricsinternational.com/pages/gallery>
- [12] C. Wirahata, W. Kosasih, and L.L. Salomon, "Penerapan Metode Kansei Engineering dan Quality Function Deployment (QFD) dalam Pengembangan Kualitas Produk Piamas," *J. Ilm. Tek. Ind.*, vol. 11, no. 3, pp. 197–209, 2023.
- [13] A. Insiders, "Indonesia's Textile and Garment Sector is Growing with an Increasing Population and Greater Export Demand." 2023. [Online]. Available: <https://asianinsiders.com/2023/10/24/indonesias-textile-and-garment-sector-is-growing-with-an-increasing-population-and-greater-export-demand/>
- [14] S. West and K. Smith, "Eco-cosplay: Upcycling as a Sustainable Method of Costume Construction," *Discov. Student J. Dale Bump. Coll. Agric. Food Life Sci.*, vol. 18, no. 1, pp. 90–98, 2017.
- [15] S.H. Hengky, "Image Analysis: Textile Industry in Indonesia," *World J. Bus. Manag.*, vol. 1, no. 1, pp. 42–56, 2015.
- [16] S. Abbate, P. Centobelli, R. Cerchione, S.P. Nadeem, and E. Riccio, "Sustainability Trends and Gaps in the Textile, Apparel and Fashion Industries," *Environ. Dev. Sustain.*, vol. 26, no. 2, pp. 2837–2864, 2024.
- [17] W. Handyaningrum and W. Suryandoko, "Pendidikan Seni Rupa di Indonesia: Sejarah, Peran dan Tantangan Masa Depan," *PRASI*, vol. 18, no. 02, pp. 164–178, 2023.
- [18] S. Putriningsih and D. Stiawan, "Inovasi dalam Fashion Muslim sebagai Bagian dari Ekonomi Kreatif Halal (Studi Kasus Rabbani di Batang)," *Sahmiyya J. Ekon. dan Bisnis*, pp. 160–170, 2025.
- [19] O. Novawanda and A.B.R. Indah, "Analysis of Consumer Behavior in Shopping Channel Preferences in A Dual Channel Supply Chain Structure," *J. Ilm. Tek. Ind.*, vol. 12, no. 2, pp. 136–142, 2024.
- [20] B. Harsanto, I. Primiana, V. Sarasi, and Y. Satyakti, "Sustainability Innovation in the Textile Industry: A Systematic Review," *Sustainability*, vol. 15, no. 2, p. 1549, 2023.
- [21] V. Sarasi, I. Primiana, B. Harsanto, and Y. Satyakti, "Sustainable Supply Chain of Indonesia's Textile & Apparel Industry: Opportunities and Challenges," *Res. J. Text. Appar.*, vol. 28, no. 4, pp. 819–838, 2024.
- [22] R. Rofaida, Suryana, A.N. Aryanti, and Y. Perdana, "Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0," *J. Manaj. Dan Keuang.*, vol. 8, no. 3, pp. 402–414, 2019.
- [23] K.P. dan E.K. RI, "Siaran Pers: Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Capai 55,65 Persen dari Target Tahun 2024." 2024. [Online]. Available: <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-nilai-tambah-ekonomi-kreatif-capai-5565-persen-dari-target-tahun-2024>

- [24] E. Chandra, B. Darmo, C. Leony, and V. Wilona, “Analisa Perkembangan Cosplay pada Generasi Z di Indonesia sebagai Potensi Kurikulum Peminatan DKV: Studi Materi Pembelajaran Cosplay,” *J. Vis.*, vol. 19, no. 2, pp. 10-15, 2024, doi: 10.24912/vis.v19i2.29176.
- [25] L. Purwanitasari, Y. Wardani, A. Winarno, and W.P. Rahayu, “Tren Riset Keterkaitan Kreativitas sebagai Katalisator Inovasi Produk dan Kewirausahaan: Systematic Literature Review,” *J. Ris. Multidisiplin Edukasi*, vol. 2, no. 5, pp. 65–82, 2025.