

Fenomena Menonton Virtual Youtuber Kobo Kanaeru (Studi Fenomenologi Pada Generasi Z Pengikut Channel Kobo Kanaeru di Indonesia)

Anis Ma'rifatunnisaa¹, Adrio Kusmareza Adim²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, anismrftnsa@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, adriokusma@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The use of the term "toxic" can be classified as verbal abuse, but on YouTube, it can be seen as entertaining and a distinctive characteristic of content creators. Virtual YouTuber Kobo Kanaeru is one such virtual content creator who has experienced a significant increase in subscribers on the YouTube platform, despite using toxic language in their live-streaming broadcasts. Therefore, the purpose of this research is to find out the motives of Generation Z in watching VTuber Kobo Kanaeru. The method used in this research is qualitative with a phenomenological approach. The research findings reveal two types of motives underlying Generation Z's interest in watching the live streaming of VTuber Kobo Kanaeru. The first motive is the "because motive," which includes an interest in Japanese popular culture, curiosity about the existence and development of VTubers, an interest in the content, the use of Bahasa, and the personality of VTuber Kobo Kanaeru. The second motive is the "in order to" motive, which includes interaction with anime visuals, entertainment, gaming information, and enhancing friendships. Generation Z also constructs meanings while watching VTuber Kobo Kanaeru, such as representing a younger sister, representing a close friend, representing a partner, as an escape from problems, as a role model in interactions, and as a role model in personal development.

Keyword-generation Z, motive, VTuber Kobo Kanaeru

Abstrak

Penggunaan kalimat toxic dapat diklasifikasikan sebagai kekerasan verbal, namun di YouTube hal tersebut bisa memberikan kesan hiburan dan menjadi ciri khas yang khas bagi para konten kreator. Virtual YouTuber Kobo Kanaeru merupakan konten kreator virtual yang memiliki peningkatan jumlah subscriber di platform YouTube yang cukup signifikan, meskipun karakter tersebut menggunakan kata-kata yang cenderung toxic dalam siaran live streamingnya. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mencari tahu motif generasi Z dalam menonton VTuber Kobo Kanaeru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ada kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam hasil penelitian, terdapat dua jenis motif yang melatarbelakangi generasi Z dalam menonton live streaming VTuber Kobo Kanaeru. Motif sebab (because motive) generasi Z menonton VTuber Kobo Kanaeru adalah minat terhadap budaya populer Jepang, rasa ingin tahu keberadaan dan perkembangan VTuber, minat terhadap isi konten, penggunaan bahasa indonesia, kepribadian VTuber Kobo Kanaeru. Motif tujuan (in order to motive) generasi Z menonton live streaming VTuber Kobo Kanaeru adalah interaksi dengan visual anime, hiburan, informasi game dan meningkatkan keakraban dengan teman. Ditemukan juga makna yang dibangun oleh generasi Z dalam menonton VTuber Kobo Kanaeru yaitu representasi adik perempuan, representasi teman dekat, representasi pasangan, sebagai pelarian masalah, sebagai panutan dalam berinteraksi, sebagai panutan dalam mengembangkan diri.

Kata Kunci-generasi Z, motif, VTuber Kobo Kanaeru

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, ragam kebutuhan manusia dalam menggunakan internet menjadi dasar semakin berkembangnya media sosial. Salah satu kebutuhan manusia sebagaimana dijelaskan oleh Freud (dalam Martin, 2007) bahwa manusia pada dasarnya membutuhkan hiburan dan kesenangan untuk bertahan hidup. Menjadi efek domino pula, bahwa kebutuhan

dari pengguna internet untuk mencari hiburan mendorong *content creator* untuk mengembangkan dan menyajikan konten hiburan dengan lebih kreatif dan inovatif. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh pengguna internet, sekaligus menjadikannya sebagai digital *streaming video platform* terpopuler saat ini, yaitu YouTube. YouTube sebagai sebuah *platform* dapat digunakan dalam dua perspektif, pertama, sebagai tempat untuk mendapatkan tontonan video, kedua, sebagai tempat untuk mengunggah video. Para pembuat konten menggunakan berbagai fitur yang tersedia di YouTube untuk berinteraksi dengan penonton, dan salah satu fitur yang sering mereka manfaatkan adalah *live streaming*. Dilihat dari fitur *explore* saja kategori konten yang tersedia di YouTube antara lain *trending, music, films, gaming, news, dan sport*. Tersedianya konten tersebut tak lepas dari peran *content creator* sebagai penggerak perspektif kedua, yaitu YouTube sebagai tempat untuk mengunggah video, mengekspresikan diri.

Pada umumnya, video yang diunggah oleh *content creator* mencakup video kegiatan sehari-hari hingga konten edukatif yang tak jarang sembari menampilkan wajahnya di depan kamera. Akan tetapi, seiring berkembangnya teknologi, muncul jenis-jenis video baru, salah satunya adalah munculnya *Virtual YouTuber*, biasa dikenal dengan sebutan *VTuber*, yang lebih memilih menggunakan avatar dalam videonya. Tren *VTuber* ini berawal pada tahun 2016, memuncaknya popularitas *VTuber* Kizuna Ai. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Puspitaningrum & Prasetio (2019), 96 dari 100 orang mengetahui Kizuna Ai. *VTuber* merupakan perkembangan budaya populer Jepang. Menurut Storey (1996) budaya populer merupakan budaya yang digemari banyak orang.

Pada umumnya *VTuber* menyajikan konten hiburan dalam *live streamingnya* di YouTube. Menurut survei Adzania & Arianingsih (2022) penggemar budaya populer Jepang di Bandung merasakan lebih banyak efek positif daripada negatif saat menonton *VTuber*. Karakteristik unik yang dimiliki *VTuber* dapat membentuk reputasi yang kuat sebagai *content creator* virtual untuk lebih mudah dikenali dan memiliki penggemar. Keberadaan internet dan new media memberikan kesempatan bagi mereka yang ingin terkenal dengan keunikan yang mereka miliki (Ružić, 2011). Namun, pada kenyataannya di YouTube masih banyak konten yang menampilkan unsur kekerasan verbal mengakibatkan dampak negatif bagi penonton. Mengucapkan kata-kata kasar sebagai ungkapan kemarahan merupakan bentuk kekerasan verbal. Kekerasan verbal termasuk kedalam perilaku *toxic*. Gaya *toxic* yang dimiliki *content creator* di YouTube memiliki daya tarik tersendiri bagi penonton. Perkataan kasar yang diucapkan oleh *content creator* bukan hal yang tabu bagi mereka. Beberapa orang berpendapat bahwa penggunaan bahasa yang tidak sopan di YouTube dapat memberikan kesan menghibur dan memiliki ciri khas tersendiri bagi para *content creator* YouTube (Ahdiyati, 2021). Salah satunya adalah Kobo Kanaeru, seorang *VTuber* generasi ketiga dari Hololive ID yang memulai debutnya pada tanggal 27 Maret 2022.

Popularitas Kobo Kanaeru ini juga semakin meluas dengan banyaknya postingan cuplikan *live streaming channel* YouTube Kobo Kanaeru di berbagai media sosial yang dibagikan oleh penggemarnya. Hal tersebut menjadikan Kobo Kanaeru menjadi selebritas internet. Selebritas saat ini bukan hanya manusia yang memerankan akan tetapi dengan adanya perkembangan teknologi dan internet karakter virtual dapat berkompetisi menjadi seorang selebritas. Akibat perilaku *toxic*-nya, Kobo Kanaeru mendapatkan gelar "*Lord Bocil Kematian*" dari para penggemarnya. Bocil sendiri merupakan singkatan dari bocah cilik atau dapat diartikan sebagai anak kecil. Istilah bocil kematian biasanya mengacu pada anak kecil yang *toxic* atau berisik yang dipopulerkan oleh *streamer game* YouTube Windah Basudara.

Penelitian yang dilakukan oleh Khan & Vong (2014) dan Lange (2007) menemukan bahwa kategori konten video dapat mempengaruhi perilaku dalam melihat, menyukai, berkomentar, dll. Dengan demikian, dapat disimpulkan konten streaming dapat mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam hal gaya interaksi dalam konteks streaming video langsung saat ini. Maka dari itu, kepopuleran *VTuber* Kobo Kanaeru di Indonesia mendorong peneliti untuk mencari lebih dalam motif yang melatarbelakangi ketertarikan seseorang dalam menonton *VTuber* Kobo Kanaeru. Penelitian ini memfokuskan kepada generasi Z yang mengikuti *channel* YouTube Kobo Kanaeru, karena menurut peneliti generasi Z lebih sering menggunakan internet untuk mengkonsumsi konten hiburan. Menurut Beritagar.id (2018) generasi Z lebih sering menggunakan Internet untuk mengkonsumsi konten hiburan dengan YouTube (95%) sebagai *platform* yang paling banyak digunakan.

Berdasarkan penelitian diatas, penelitian memfokuskan kajiannya mengenai "**FENOMENA MENONTON VIRTUAL YOUTUBER KOBO KANAERU (Studi Fenomenologi Pada Generasi Z Pengikut Channel Kobo Kanaeru di Indonesia)**" dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengalaman yang dimiliki oleh Gen Z dalam menonton Kobo Kanaeru.

C. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana motif sebab dan motif tujuan generasi Z menonton *VTuber* Kobo Kanaeru ?
2. Bagaimana generasi Z memaknai pengalaman dalam menonton *VTuber* Kobo Kanaeru ?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan fenomena media sosial. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin membahas mengenai fenomena *VTuber*

2. Manfaat Praktis

Sebagai gambaran bagaimana *VTuber* Kobo Kaneru dapat menjadi daya tarik bagi penggemar budaya populer Jepang. Untuk memberikan informasi mengenai *VTuber* agar pembaca dapat mengenal lebih dalam tentang dunia *VTuber* dan informasi tersebut dapat dijadikan referensi bagi yang ingin terjun ke dunia *VTuber*.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Kajian Pustaka

1. Komunikasi Digital

Kemajuan teknologi telah mengubah cara seseorang dalam berkomunikasi. Dalam prakteknya, komunikasi digital dekat dengan istilah CMC (*Computer-Mediated Communication*). CMC adalah proses komunikasi pribadi dengan khalayak menggunakan media untuk tujuan tertentu (December, 1996).

2. New Media

New media atau media baru, telah mengubah pola komunikasi dalam masyarakat. Media baru seperti internet telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara individu berkomunikasi satu sama lain. Hunter (2002) dalam *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new medial cybermedia*) menjadikan informasi sesuatu yang mudah dicari dan terbuka.

3. Media Sosial

Media sosial memiliki dua arti yang berbeda yaitu media dan sosial. Menurut Laughey (2007); McQuail (2003) media merupakan alat atau sarana untuk melakukan komunikasi. Melalui media sosial, pengguna media sosial dapat menemukan tempat pertemuan *online* dengan minat yang sama (Pratama, 2020).

4. YouTube

Menurut Pratama (2020) YouTube menciptakan koneksi jejaring sosial antar pengguna di dalamnya, melalui jenis interaksi yang terjadi antar pengguna, dari konten yang disediakan (khususnya video). Budiargo (2015) menegaskan YouTube menjadi sarana video *online* mencari, menonton, dan berbagi video ke pengguna di seluruh dunia.

5. Live Streaming

Penelitian yang dilakukan Hou et al. (2019) menjelaskan bahwa fungsi fitur utama dari *live streaming* adalah interaksi yang dapat dilakukan secara *real-time* atau langsung. Interaksi yang terjadi pada saat *live streaming* memiliki karakteristik interaksi parasional. Menurut (Sitasari et al., 2019) interaksi parasional adalah interaksi satu arah antara penggemar dan idola terkait dengan fantasi yang dialami penggemar saat mengidolakan idolanya.

6. Budaya Populer Jepang

Budaya populer juga diperkenalkan oleh Kato (1989) mengungkapkan dalam bahasa Jepang istilah budaya populer disebut sebagai *taishu bunka* atau budaya massa. Kato mengkategorikan budaya populer dalam beberapa genre *anime, manga, ido*, dan lainnya.

7. Virtual YouTuber

Gigguk (2020) *VTuber* adalah "*avatar anime*" yang menampilkan desain karakter dan gaya ekspresi yang sama seperti di anime yang diperankan didalam *streaming video* YouTube.

8. Avatar

Daya Tarik Avatar membantu menunjukkan seberapa baik keberadaan penampilan avatar (Lo et al., 2016). Istilah avatar digunakan untuk menggambarkan representasi yang memiliki bentuk fisik yang dikendalikan oleh gerak (Groom et al., 2009).

9. Kekerasan Verbal

Kekerasan yang melibatkan perasaan atau amarah yang tidak terkendali dengan mengeluarkan kata-kata yang kasar dan menghina merupakan perbuatan yang tidak dapat dibenarkan (Putri, 2012).

10. Generasi Z sebagai Khalayak Media

Menurut Noordiono (2016) berpendapat bahwa generasi Z adalah generasi yang sudah mengenal teknologi sejak dini, generasi yang haus akan teknologi.

11. Studi Fenomenologi

Fenomenologi berpendapat bahwa setiap individu secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka dan berusaha untuk memahami dunia melalui pengalaman pribadi mereka (Littlejohn, 1996). Schutz (dalam Suwarno, 2009) mengungkapkan bahwa inti dari pemikirannya terletak pada cara memahami tindakan sosial melalui penafsiran.

12. Motif

Merupakan metode yang digunakan untuk memperjelas dan memeriksa makna yang sesungguhnya. Schutz (1967) mengelompokkan dua fase untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, yaitu:

- a. Motif sebab (*Because motives*), menjelaskan tindakan yang berkaitan dengan pengalaman hidup di masa lalu.
- b. Motif tujuan (*In-order-to-motive*), yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang.

13. Teori Interaksionisme

Menurut L. Moleong (2011), interaksionisme simbolik didasarkan pada asumsi bahwa pengalaman manusia diinterpretasikan secara subjektif. Objek, orang, situasi, dan peristiwa tidak memiliki makna intrinsik, melainkan makna diberikan kepada mereka.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2016) metode penelitian kualitatif berfokus dalam memaknai suatu masalah sosial. Hal ini dapat mengidentifikasi pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian motif generasi Z menonton *VTuber* Kobo Kanaeru adalah dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi merupakan pandangan atau persepsi berfikir yang berfokus pada pengalaman manusia dan dunia (Moleong, 2017). Fenomenologi, menurut Schutz (1967) mengacu pada semua tindakan, perilaku, ucapan, dan kepribadian sebagai sarana untuk mengungkapkan fenomena. Maka dari itu, fokus penelitian ini berusaha menggali motif yang dimiliki subjek berdasarkan pengalaman yang dirasakan oleh subjek khususnya pada generasi Z dalam menonton *VTuber* Kobo Kanaeru.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivis mengembangkan makna subjektif berdasarkan pengalaman seseorang atau kelompok. Ini berguna dalam penelitian untuk menemukan makna dari suatu kasus atau kegiatan dengan menggunakan metode seperti wawancara, observasi, studi kasus, dll. Dalam penelitian ini paradigma konstruktivisme digunakan peneliti untuk memahami realitas fenomena *VTuber* Kobo Kanaeru.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

A. Motif Sebab

1. Minat terhadap Budaya Populer Jepang

Dengan menyukai budaya dari Jepang khususnya *anime* ini menjadi dorongan dalam diri seseorang yang menimbulkan ketertarikan untuk menonton *VTuber*. Budaya populer sendiri merupakan budaya yang banyak digemari oleh banyak orang. Jepang sendiri merupakan salah satu negara yang memiliki kebudayaan yang unik sehingga dapat menarik perhatian banyak kalangan khususnya bagi generasi Z. Budaya populer juga diperkenalkan oleh Kato (1989), mengungkapkan dalam bahasa Jepang istilah budaya populer disebut sebagai *taishu bunka* atau budaya massa. Kato mengkategorikan budaya populer dalam beberapa genre anime, manga, idol, dan lainnya. Dengan keunikan masing-masing dari tiap kategori budaya populer Jepang, enam informan memiliki ketertarikan yang sama menyukai animasi yang diciptakan oleh Jepang yaitu *anime*. *VTuber* sendiri merupakan salah satu inovasi konten yang berwujud animasi dalam penayangannya.

2. Rasa Ingin Tahu Keberadaan dan Perkembangan *VTuber*

Motif generasi Z yang melatarbelakangi menonton *VTuber* Kobo Kanaeru adalah rasa ingin tahu keberadaan dan perkembangan *VTuber*. Rasa ingin tahu menjadi awal ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas. Hasil pencarian yang dilakukan dapat merubah pandangan seseorang terhadap suatu hal. Budaya populer tidak lepas dari perilaku konsumsi media dan komitmen khalayak yang bertindak sebagai konsumen (Strinati, 2003). Dengan penggunaan media penyebaran budaya populer Jepang semakin mudah untuk diakses dan menyebar. Bukan hanya di negara Jepang saja akan tetapi sudah memasuki kawasan Asia Tenggara. Indonesia merupakan salah satu di kawasan Asia Tenggara yang mendapatkan pengaruh kebudayaan populer Jepang (Ksatrya, 2011). Hal ini menjadikan generasi Z sebagai khalayak yang dekat dengan media menjadi lebih mudah mendapatkan akses informasi mengenai keberadaan *VTuber* Kobo Kanaeru. Informasi yang didapatkan oleh informan mengenai keberadaan *VTuber* bervariasi, ada yang mengetahui informasi tersebut dari media sosial dan mengetahui secara langsung dari teman. Hasil wawancara dari enam informan dikategorikan generasi Z mengetahui informasi keberadaan *VTuber* Kobo Kanaeru dari media sosial seperti Instagram, YouTube dan Twitter. Informasi mengenai keberadaan *VTuber* muncul di sosial media pada akhirnya mendorong rasa penasaran untuk mengetahui apa itu *VTuber*. Selain melalui media sosial mereka juga mendapatkan informasi dari lingkungan mereka yaitu teman

3. Minat Terhadap Isi Konten

Salah satu faktor yang melatarbelakangi generasi Z menonton *VTuber* Kobo Kanaeru adalah minat terhadap isi konten yang disajikan. Saat ini banyak sekali konten kreator yang membuat video tidak memikirkan konten tapi lebih memikirkan *views*. Sehingga membuat konten yang ada di YouTube menjadi membosankan. Hasil wawancara dengan enam informan yang dikategorikan sebagai generasi Z memiliki ketertarikan menonton *VTuber* Kobo Kanaeru karena isi konten yang disajikan. Menurut mereka keberadaan *VTuber* dapat menjadi inovasi konten menarik di dunia hiburan khususnya di YouTube. Hasil penelitian yang dilakukan enam informan generasi Z menyatakan, mereka memiliki ketertarikan dengan konten game, konten horor, donation reading, konten lagu atau *cover* lagu yang disajikan di *live streaming VTuber* Kobo Kanaeru.

4. Penggunaan Bahasa Indonesia

Salah satu yang melatarbelakangi motif sebab menonton *VTuber* Kobo Kanaeru adalah penggunaan bahasa Indonesia dalam penyampaian konten yang disajikan. Komunikasi dapat terjadi secara efektif apabila memiliki kesamaan dalam penyampaian pesan dengan orang yang menerima pesan. Penggunaan bahasa Indonesia mempermudah *VTuber* Kobo Kanaeru untuk diterima banyak oleh orang Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia yang digunakan oleh *VTuber* Kobo Kanaeru juga bahasa sehari-hari sehingga penonton lebih mudah merasakan kedekatan dengan *VTuber* Kobo Kanaeru.

5. Kepribadian *VTuber* Kobo Kanaeru

Faktor yang menjadi sebab ketertarikan generasi Z menonton *VTuber* Kobo Kanaeru adalah kepribadian *VTuber* Kobo Kanaeru saat pembawaan *live streaming*. Kepribadian merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap tingkah laku dan kebiasaan manusia. Dalam menciptakan hiburan di dunia YouTube harus mempunyai karakter yang kuat untuk menarik perhatian khalayak agar khalayak tidak beralih ke *channel* lain. Dalam hal ini karakter yang

dibangun oleh VTuber Kobo Kanaeru adalah bocil, *friendly*, random, toxic. Hal ini yang menjadi ciri khas pembawaan live streaming VTuber Kobo Kanaeru sehingga generasi Z menyukai dan tertarik menonton *channel* YouTube Kobo Kanaeru yang didasari atas kepribadian yang dimiliki VTuber Kobo Kanaeru. Ketertarikan mereka menonton VTuber Kobo Kanaeru juga dapat dipengaruhi latar belakang kepribadian penonton. Setiap individu memiliki preferensi ketertarikan unik berdasarkan pengalaman hidup dan nilai-nilai mereka. Menurut mereka menggunakan kata-kata kasar dapat mencairkan suasana ketika berinteraksi. Sehingga dalam penayangan VTuber Kobo Kanaeru dalam menggunakan kata-kata *toxic* bukan hal masalah bagi mereka justru menjadi hiburan. Meskipun satu informan tidak menyukai penggunaan kata-kata kasar bukan berarti dirinya tidak tertarik dengan konten VTuber Kobo Kanaeru.

B. Motif Tujuan

1. Interaksi dengan visual anime

Salah satu tujuan menonton VTuber Kobo Kanaeru adalah mendapatkan pengalaman berinteraksi dengan anime. Menurut Suan (2021), setiap VTuber menggunakan teknologi yang berbeda, secara umum, avatar digital mereplikasi gerakan orang yang memerankan karakter (dengan berbagai tingkat kerumitan, dari gerakan dasar hingga penangkapan gerakan seluruh tubuh), dan teknologi pengenalan wajah yang menerjemahkan ekspresi wajah manusia. Dengan menonton VTuber Kobo Kanaeru memberikan pengalaman berinteraksi dengan anime dalam bentuk interaktif. Dalam menonton *live streaming* VTuber Kobo Kanaeru *live streaming* menjadi sarana interaksi yang kuat antara VTuber dan penggemar. Generasi Z dapat merasa lebih dekat dengan VTuber melalui interaksi langsung dan memberikan pengalaman yang lebih mendalam dalam dunia VTuber. Interaksi antar penggemar dan idolanya ini disebut dengan interaksi parasosial. Menurut Sitasari et al. (2019), interaksi parasosial adalah interaksi satu arah antara penggemar dan idola terkait dengan fantasi yang dialami penggemar saat mengidolakan idolanya. Interaksi parasosial menganggap *streamer* sebagai teman akrab.

2. Hiburan

Dari hasil wawancara dengan informan, tujuan menonton VTuber Kobo Kanaeru adalah mencari hiburan. Video yang disajikan VTuber Kobo Kanaeru cukup menghibur. Konten yang disajikan VTuber dapat memberikan hiburan melalui berbagai cara. VTuber Kobo Kanaeru sendiri menampilkan konten lucu dan menghibur bagi penggemarnya. Konten kreatif yang disajikan VTuber dapat memberikan hiburan yang menarik sehingga dapat membantu menghilangkan rasa jenuh yang dirasakan oleh seseorang. Dalam wawancara yang dilakukan enam informan kunci dikategorikan sebagai generasi Z memiliki latar belakang yang berbeda. Sebagai mahasiswa akhir mereka memiliki rasa jenuh dan lelah. Merasa jenuh atau bosan saat menyelesaikan tugas akhir merupakan hal wajar yang dirasakan oleh mahasiswa. Perasaan jenuh ketika bekerja juga merupakan hal yang wajar karena pekerjaan melibatkan rutinitas yang monoton dan kegiatan dilakukan dalam jangka waktu yang panjang. Dengan adanya hiburan VTuber Kobo Kanaeru membantu mengalihkan perhatian dari tugas yang membebani dan memberikan kesempatan untuk bersantai. Dengan menonton VTuber Kobo Kanaeru ini mereka juga merasakan di temani ketika sedang kesepian atau sendiri.

3. Meningkatkan keakraban dengan teman

Salah satu tujuan menonton VTuber Kobo Kanaeru adalah meningkatkan keakraban dengan teman. Memiliki ketertarikan yang sama dengan teman dapat meningkatkan interaksi dan memperkuat hubungan pertemanan. Ketertarikan yang sama menciptakan kesamaan minat dan topik pembicaraan yang menjadi bahan untuk menjalin interaksi lebih dalam. Minat yang sama memberikan kesempatan untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman. Dengan memiliki minat yang sama juga dapat berbagi ketertarikan yang sama.

4. Mengetahui informasi seputar game

Tujuan generasi Z menonton VTuber Kobo Kanaeru adalah untuk mengetahui Informasi seputar *game*. VTuber Kobo Kanaeru memainkan berbagai ragam *game*. VTuber Kobo Kanaeru sendiri dalam penayangan konten *game* di dalam *live streaming*, memberikan pemahaman mendalam mengenai *game* tertentu dan dapat memberikan cara dan informasi yang bermanfaat untuk orang yang memiliki ketertarikan dengan *game*.

C. Makna

Adapun dalam penelitian ini menemukan makna yang dibangun generasi Z dalam menonton Virtual Youtuber.

1. Kobo Kanaeru adalah representasi adik perempuan, teman dekat, pacar. Konten *VTuber* Kobo Kanaeru menciptakan kehangatan, kebersamaan, dan ikatan dengan penggemarnya membuat penonton merasakan memiliki hubungan dengan *VTuber* Kobo Kanaeru.
2. Sebagai Pelarian Masalah. Konten hiburan dan cara pembawaan *VTuber* Kobo Kanaeru yang menghibur membuat penonton membangun makna *VTuber* Kobo Kanaeru sebagai pelarian masalah. *VTuber* Kobo Kanaeru dapat memberikan rasa nyaman sehingga dalam menghadapi masalahnya lebih mudah.
3. Sebagai Panutan Berinteraksi. Rasa kepercayaan diri dan *friendly* yang dimiliki oleh *VTuber* Kobo Kanaeru saat *live streaming* memberikan inspirasi bagi penonton untuk berinteraksi dengan orang lain.
4. Sebagai Panutan dalam Mengembangkan Minat. Bakat yang dimiliki oleh *VTuber* Kobo Kanaeru dalam bermusik menginspirasi penonton juga untuk bisa mengembangkan bakat dalam kehidupannya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam mencari tau motif menonton *VTuber* Kobo Kanaeru pada generasi Z pengikut channel Kobo Kanaeru. Dapat disimpulkan bahwa

1. Motif sebab (*because motive*) yang mempengaruhi generasi Z dalam menonton *VTuber* Kobo Kanaeru adalah minat terhadap budaya populer Jepang khususnya ketertarikan dengan animasi, Ingin tahu keberadaan dan perkembangan *VTuber*, Ketertarikan dengan isi konten, Penggunaan Bahasa Indonesia, Kepribadian *VTuber* Kobo Kanaeru
2. Motif Tujuan (*in order to motif*) yang dibangun oleh generasi Z dalam menonton *VTuber* Kobo Kanaeru adalah keinginan untuk berinteraksi dengan visual anime, mendapatkan hiburan, meningkatkan keakraban dengan teman, dan informasi seputar *game*.
3. Makna yang dibangun representasi adik perempuan, teman dekat, pacar, sebagai pelarian masalah, sebagai panutan dalam berinteraksi, sebagai panutan dalam mengembangkan bakat.

B. Saran

1. Saran Akademis

- a. Diharapkan dapat mengungkap lebih jauh fenomena *Virtual YouTuber* dengan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai *Virtual YouTuber* baik *Virtual YouTuber* Kobo Kanaeru maupun *Virtual YouTuber* dari agensi lainnya.
- b. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menemukan temuan baru yang lebih menarik lagi di bidang Ilmu Komunikasi agar penelitian ini berkembang. Calon peneliti bisa mencoba menggali motif seseorang menjadi seorang *VTuber*, motif seseorang bergabung *membership superchat* menggunakan metode etnografi virtual, motif *VTuber* menggunakan *voice changer*.

2. Saran Praktis

- a. Diharapkan penonton *live streaming VTuber* Kobo Kanaeru tetap memiliki batasan dalam dunia realita dan maya. Meskipun penonton merasa dekat dengan kedekatan dengan *VTuber*, pada kenyataannya *VTuber* masalah karakter yang diciptakan untuk hiburan. Penonton juga perlu melakukan hubungan interaksi sosial dengan lingkungan sekitar.
- b. Diharapkan bagi *VTuber* mengurangi penggunaan kata-kata kasar dalam konten yang mereka sajikan. Banyak *VTuber* yang memiliki aturan dan panduan etika yang mengatur perilaku dan penggunaan bahasa dalam siaran langsung. Mengurangi atau menghindari penggunaan kata-kata kasar dapat membantu menciptakan lingkungan yang positif. Kita semua memiliki tanggung jawab untuk menciptakan lingkungan online yang lebih ramah, tidak hanya untuk *VTuber* akan tetapi untuk semua orang.

REFERENSI

- Adzania, J. I., & Arianingsih, A. (2022). Dampak Menonton *VTuber* Terhadap Penggemar Budaya Populer Jepang di Bandung . *Mahadaya* .
- Ahdiyati, M. A. (2021). Kekerasan Verbal di Konten Youtube Indonesia dalam Perspektif Kultivasi. *ETTISAL: Journal of Communication*, 5(2), 211–225.

- Beritagar.id. (2018, February 7). *Kebiasaan Gen Z dalam Menikmati Hiburan*. <https://beritagar.id/artikel-amp/infografik/kebiasaan-gen-z-dalam-menikmati-hiburan>
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generation*. PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Edisi Keempat). Pustaka Pelajar.
- December, J. (1996). Units of Analysis for Internet Communication. *Journal of Communication*, 46(1).
- Gigguk. (2020). *I Got Addicted to VTubers and Regret Everything*. <https://www.youtube.com/watch?v=UJ9mH4YC6MY>.
- Groom, V., Bailenson, J., & Nass, C. (2009). The Influence of Racial Embodiment on Racial Bias in Immersive Virtual Environments. *Social Influence*, 4(3), 231–248.
- Hou, F., Guan, Z., Li, B., & Chong. (2019). Factors influencing people's continuous watching intention and consumption intention in live streaming: Evidence from China. *Internet Research*, 30.
- Hunter, R. S. (2002). *World Without Secrets: Business, Crime and Privacy in the Age of Ubiquitous Computing*. Wiley.
- Kato, H. (1989). *Handbook of Japanese Popular Culture*. Greenwood Press.
- Khan, G. F., & Vong, S. (2014). Virality over YouTube: An empirical analysis. *Internet Research*, 24(5), 629–647.
- Ksatria, M. (2011). *Hegemoni Budaya Jepang melalui Anime dan Manga*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/mardhana.ksatria/55008ca7a33311926f5116d4/hegemoni-budaya-jepang-melalui-animedan-manga>
- Lange, P. G. (2007). Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 361–380.
- Laughy, D. (2007). *Themes in Media Theory*. Open University Press.
- Littlejohn, S. W. (1996). *Theories of Human Communication* (fifth edition). Wadsworth Publishing Company.
- Lo, S. K., Lie, T., & Li, C. I. (2016). The relationship between online game playing motivation and selection of online game characters – the case of Taiwan. *Behaviour and Information Technology*, 35, 57–67.
- Martin, R. A. (2007). *The psychology of humor: an integrative approach*. Elsevier Academic Press.
- McQuail, D. (2003). *Teori Komunikasi massa*. Penerbit Erlangga.
- Moleong, L. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rodaskarya.
- Noordiono, A. (2016). *Karakter Generasi Z dan Proses Pembelajaran Pada Program Studi Akuntansi UNAIR 2016*. Unair.
- Pratama, I. P. A. E. (2020). *Social Media and Social Network*. Informatika.
- Puspitaningrum, D. R., & Prasetyo, A. (2019). Fenomena “Virtual Youtuber” Kizuna Ai di Kalangan Penggemar Budaya Populer Jepang di Indonesia. *MediaTor*, 12(2), 128–140.
- Putri, R. R. (2012). *Kekerasan dalam Berpacaran*. Universitas Muhammadiyah surakarta.
- Ružić, N. (2011). The Internet and Video Games: Causes of Increased Aggressiveness Among Young People. *Medijske Studije*, 2(3–4), 16–27.
- Schutz, A. (1967). *The Phenomenology of The Social World*. Heinemann Educational Book.
- Sitasari, N., Rozali, Y., Arumsari, A., & Setyawan, D. (2019). Self-Esteem And Celebrity Worship In Social Network Bollywood Mania Club Indonesia Members In Jakarta. *Proceedings of the 1st International Conference on Business, Law And Pedagogy, ICBLP 201914*.
- Storey, J. (1996). *Cultural Studies and the Study of Popular Culture: Theories and The Methods*. University of Georgia Press.
- Strinati, D. (2003). *Popular Culture. Pengantar Menuju Teori Budaya Populer* (Abdul Mukhid, Penerjemah). Bentang Budaya.
- Suan, S. (2021). Performing Virtual YouTubers: Performing Virtual YouTubers. In M. Roth, H. Yoshida, & M. Picard (Eds.), *Japan's Contemporary Media Culture between Local and Global* (pp. 187–224). CrossAsia-eBooks.
- Suwarno, E. (2009). *Fenomenologi: metode penelitian komunikasi : Konsepsi, pedoman, dan contoh penelitiannya*. Widya Padjadjaran.