

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya pop atau budaya populer merupakan bentuk budaya yang digemari dan diminati oleh khalayak ramai dari berbagai latar belakang. Menurut John Storey, seorang ahli budaya asal Inggris, dalam bukunya *Cultural Theory and Popular Culture* (2021), budaya populer adalah budaya yang diproduksi secara massal dan dikonsumsi secara massal pula. Budaya ini sering kali lahir dari interaksi antara media, industri hiburan, dan kebutuhan masyarakat akan hiburan yang mudah diakses dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dalam perkembangan global saat ini, budaya pop tidak hanya menjadi cerminan tren hiburan, tetapi juga menjadi bagian dari identitas budaya yang membentuk cara pandang dan gaya hidup generasi muda di berbagai negara.

Menurut Mizuki Ito, dkk. dalam bukunya *Fandom Unbound: Otaku Culture in A Connected World* (2012) budaya pop Jepang merupakan salah satu budaya pop yang sukses menyebar baik secara domestik maupun internasional. Negara ini tidak hanya menghasilkan berbagai bentuk hiburan, tetapi juga berhasil membangun sistem industri yang kuat untuk mendistribusikan budaya pop-nya ke seluruh dunia. Perkembangan budaya populer Jepang telah menjadi fenomena global sejak akhir abad ke-20. Jepang memiliki beragam produk budaya pop yang telah mendunia, mulai dari *anime*, *manga*, *video game*, musik *J-pop*, drama, hingga *fashion* jalanan yang ikonik seperti *Harajuku Style*. Salah satu elemen budaya pop Jepang yang sangat khas dan telah menjadi bagian penting dalam industri hiburan adalah konsep *idol*. *Idol* pada dasarnya merupakan penyanyi atau artis yang juga dibekali dengan berbagai keterampilan seperti menari, akting, hingga pemodelan. Perkembangan teknologi digital dan internet turut melahirkan bentuk baru dari budaya *idol* yang lebih fleksibel dan berbasis virtual, yaitu Virtual YouTuber atau yang lebih dikenal dengan sebutan VTuber. Fenomena ini memperluas batasan tradisional dari konsep *idol*, terutama di kalangan generasi muda.

Fenomena VTuber telah menjadi tren global yang sangat populer dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kalangan anak muda. Virtual YouTuber atau yang biasa dikenal dengan VTuber adalah seorang kreator konten yang menggunakan suatu karakter atau gambar virtual 2D atau 3D sebagai personanya selama melakukan kegiatan (Bredikhina, 2020). Seorang VTuber umumnya memanfaatkan teknologi animasi digital, seperti *motion capture*, untuk menghidupkan persona virtual mereka di ruang daring. Popularitas VTuber mengalami lonjakan signifikan di kancah global, terutama selama masa pandemi *COVID-19*, ketika masyarakat di seluruh dunia beralih ke platform digital sebagai sarana hiburan dan interaksi sosial, termasuk di Indonesia.

Berdasarkan kategorinya, VTuber terbagi menjadi dua jenis utama: VTuber yang bernaung di bawah agensi profesional dan VTuber independen (*indie*), yang beroperasi tanpa dukungan institusi resmi. Menurut laporan dari *Gamesight.io*, jumlah VTuber aktif secara global pada tahun 2023 mencapai lebih dari 49.500 individu. Fenomena kreator virtual sebenarnya telah memiliki akar sejarah yang panjang. Istilah "Virtual" dalam konteks kreator digital sudah mulai digunakan sejak tahun 1996 dengan munculnya Kyoko Date, yang dikembangkan sebagai idola berbasis *CGI (Computer-Generated Imagery)* (Mamat et al., 2022). Kemudian pada tahun 2001, konsep band virtual dipopulerkan oleh grup musik Gorillaz, yang memperkenalkan identitas visual animasi sebagai bagian integral dari penampilan mereka. Pada tahun 2007, peluncuran Hatsune Miku, sebuah *Vocaloid* yang berbasis suara sintetis, membawa gelombang baru dalam dunia hiburan digital. Di tahun 2011, Ami Yamato dikenal sebagai salah satu pionir kreator virtual yang muncul di platform YouTube dengan format vlog 3D. Istilah "VTuber" sendiri mulai dikenal luas pada tahun 2016 melalui kehadiran Kizuna Ai, yang memperkenalkan dirinya secara eksplisit sebagai Virtual YouTuber dalam video perdananya. Dalam konten tersebut, Kizuna Ai menyatakan bahwa dirinya bukanlah YouTuber biasa yang tampil sebagai individu nyata, melainkan karakter digital tiga dimensi yang menyadari keberadaan dirinya sebagai entitas virtual. Sejak saat itu, istilah "VTuber" mengalami popularisasi global dan berkembang menjadi bagian penting dari ekosistem hiburan digital masa kini. (Aolia et al, 2024).

VTuber umumnya mencakup berbagai aktivitas hiburan dalam konten yang disediakan. Hiburan interaktif dan menarik, seperti *game live streaming*, karaoke, *zatsudan*, *ASMR*, dan lain-lain. Dengan luasnya pasar *otaku* dan *idol* di Jepang, VTuber menarik minat banyak fans dari kedua subkultur tersebut (Irfan, 2022). Budaya VTuber di Jepang berkaitan dengan budaya *idol* dengan penambahan unsur virtual. Budaya *idol* sendiri berawal dari tahun 1970-an, yang mana *idol* adalah seorang figur publik yang menghibur masyarakat melalui musik, akting, ataupun penampilannya di media. Dalam perkembangannya, budaya *idol* tidak hanya menjadi bagian dari hiburan, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat (Galbraith & Karlin, 2012). Seiring dengan perkembangan teknologi, fenomena *idol* telah bertransformasi melalui kehadiran teknologi digital dan internet. Munculnya VTuber menjadi bukti bagaimana budaya *idol* mampu beradaptasi dengan perubahan zaman. Seperti *idol* konvensional, VTuber membangun hubungan dengan audiens melalui persona unik seperti *kawaii bunka*, tetapi VTuber melakukannya dalam ruang lingkup virtual yang memungkinkan fleksibilitas tanpa memperdulikan batasan fisik. Selayaknya Kizuna Ai yang menjadi pionir VTuber pada tahun 2016.

Kawaii bunka merupakan bagian dari salah satu budaya pop Jepang yang paling mencolok dan ikonik karena berkaitan dengan banyak budaya sekaligus seperti *anime*, *idol*, dan lain-lain. *Kawaii* secara harfiah memiliki arti “imut” atau “lucu”. Dalam perkembangannya, konsep *kawaii* telah meluas hingga ke dunia digital, salah satunya melalui fenomena Virtual YouTuber. VTuber sering mengadopsi estetika *kawaii* dalam desain karakter mereka, serta menampilkan persona yang mencerminkan nilai-nilai *idol* tradisional dalam format virtual. Hal ini menunjukkan bahwa budaya *kawaii* dan budaya *idol* tidak hanya bertahan, tetapi juga bertransformasi mengikuti perkembangan teknologi dan pola konsumsi media global.

Salah satu VTuber yang memiliki popularitas terbesar di Indonesia adalah Kobo Kanaeru, anggota dari Hololive Indonesia generasi ketiga. Kobo memulai debutnya pada tahun 2022 bersama dua rekannya, Kaela Kovalskia dan Vestia Zeta. Kobo Kanaeru bernaung di bawah Hololive Production, salah satu agensi VTuber

terbesar dan paling berpengaruh di dunia. Hololive dibentuk pada tahun 2017 oleh perusahaan Jepang bernama Cover Corporation, dengan Tokino Sora sebagai talenta VTuber pertama yang memulai debutnya.

Tren Virtual YouTuber (VTuber) di Indonesia mulai mendapat perhatian luas seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan penggunaan media sosial di kalangan generasi muda. Kelompok usia ini dikenal sebagai konsumen aktif konten digital serta memiliki ketertarikan tinggi terhadap budaya populer global, termasuk budaya pop Jepang yang sudah lebih dahulu populer melalui *anime*, *manga*, dan *idol group*. Pada awal kemunculannya sekitar tahun 2018, keberadaan VTuber di Indonesia masih sangat terbatas, umumnya hanya dikenal di kalangan penggemar *niche* (penggemar yang spesifik menyukai suatu hal, dalam hal ini adalah VTuber) dan komunitas *wibu* (komunitas pecinta budaya Jepang salah satunya *anime*). Produksi kontennya pun sebagian besar bersifat independen, dengan kualitas teknis dan daya jangkau yang relatif terbatas. Namun, hal ini berubah drastis ketika agensi-agensi besar dari Jepang mulai melirik pasar Indonesia.

Langkah awal perkembangan VTuber di Indonesia ditandai oleh agensi NijisanjiID yang melakukan debut VTubernya pada akhir 2019, yang kemudian disusul oleh Hololive Indonesia (Hololive ID) pada awal tahun 2020. Kedua agensi ini membawa pendekatan profesional terhadap produksi dan manajemen VTuber, sekaligus memperkenalkan standar baru dalam performa (kegiatan dan konten), interaksi dengan penggemar, serta penggunaan avatar 2D secara langsung dalam siaran langsung. Nijisanji, sebagai pelopor penggunaan avatar 2D untuk kegiatan siaran langsung di YouTube, memberikan pengaruh besar dalam pembentukan format konten VTuber yang saat ini menjadi standar industri. Hololive, di sisi lain, dikenal karena penekanan pada narasi personal, interaksi emosional dengan fans, serta identitas karakter yang kuat, semua ini turut membentuk ekspektasi penonton terhadap pengalaman hiburan digital yang lebih mendalam. Meskipun tidak sepesat Jepang atau pasar global lainnya, perkembangan VTuber di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang konsisten dan signifikan. Berdasarkan data dari situs VTuber.Asia, saat ini terdapat lebih dari 1.700 VTuber Indonesia, dengan sekitar

100 di antaranya aktif dan memiliki lebih dari 50.000 pelanggan (*subscribers*). Jumlah ini menunjukkan bahwa meskipun tersegmentasi, komunitas VTuber Indonesia telah berkembang menjadi ekosistem yang mandiri dan berdaya saing. Munculnya Kobo Kanaeru sebagai bagian dari generasi ketiga Hololive ID pada tahun 2022 menjadi titik balik yang menandai babak baru dalam sejarah VTuber di Indonesia. Dengan pendekatan yang unik dan persona yang khas, Kobo berhasil menjangkau audiens yang jauh lebih luas, tidak hanya dari kalangan penggemar budaya Jepang, tetapi juga masyarakat umum yang sebelumnya belum mengenal VTuber secara mendalam.

Kobo Kanaeru memiliki daya tarik yang khas dibandingkan dengan VTuber lainnya. Ia memiliki karakteristik sifat yang ceria, lucu, dan kekanak-kanakan. Kobo sering kali menggunakan Bahasa Indonesia dalam kontennya daripada teman sejawatnya di Hololive Indonesia. Hal ini membuat Kobo Kanaeru lebih menarik untuk audiens lokal di Indonesia. Selain itu, Kobo juga sering memasukkan candaan-candaan atau *meme* yang sedang tren, yang membuat Kobo semakin disukai oleh audiens di Indonesia terutama anak muda yang memiliki akses luas ke internet. Kobo juga memiliki suara yang cukup bagus, dan tidak hanya itu, Kobo juga mengakui bahwa dia dapat memainkan 6 jenis alat musik, dia bahkan dapat membuat lagu-lagu orisinal miliknya sendiri. Meskipun Kobo jarang menggunakan Bahasa asing, bukan berarti ia tidak mahir dalam Bahasa asing. Diketahui bahwa Kobo bisa berbicara Bahasa China, Inggris, dan Jepang.

Penelitian ini didukung oleh data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023, yang mencatat bahwa sekitar 77% penduduk Indonesia telah menjadi pengguna internet aktif. Mayoritas dari mereka berada dalam rentang usia 15 hingga 24 tahun, yang menandakan bahwa generasi muda merupakan kelompok demografis dominan dalam konsumsi konten digital. Kondisi ini menciptakan ekosistem yang kondusif bagi penyebaran dan pertumbuhan media hiburan berbasis daring, termasuk konten yang diproduksi oleh Virtual YouTuber (VTuber). Tren ini turut tercermin dalam data dari YouTube, yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam minat terhadap konten VTuber. Hal ini terlihat dari tingginya angka penonton pada siaran langsung, serta jutaan penayangan pada

berbagai jenis konten seperti video musik, potongan siaran, hingga konser virtual. Laporan *YouTube Trends and Culture Report 2025* mencatat bahwa video yang berkaitan dengan VTuber telah ditonton lebih dari 50 miliar kali secara global. Bahkan, 16 dari 20 saluran dengan penerimaan superchat tertinggi per Februari 2025 berasal dari kalangan VTuber. Di samping itu, survei daring yang dilakukan oleh lembaga riset SmithGeiger di Amerika Serikat menunjukkan bahwa 57% responden mengaku telah menonton VTuber dalam kurun waktu 12 bulan terakhir. Temuan-temuan ini memperlihatkan bahwa VTuber bukan lagi sekadar fenomena *niche*, tetapi telah menjadi bagian penting dari lanskap budaya digital global, termasuk di Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran VTuber, khususnya Kobo Kanaeru dari Hololive Indonesia, sebagai representasi budaya *idol* Jepang di Indonesia dan dalam konteks digital. Sebagai bagian dari fenomena budaya populer Jepang kontemporer, kehadiran VTuber tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata, tetapi juga sebagai sarana penyebaran nilai-nilai budaya melalui media digital. Dalam konteks masyarakat Indonesia, terutama di kalangan mahasiswa yang memiliki tingkat literasi digital dan daya analisis yang tinggi, fenomena VTuber ini penting untuk diteliti guna memahami sejauh mana pengaruhnya terhadap penerimaan serta pemaknaan budaya asing. Dengan fokus pada analisis peran Kobo Kanaeru sebagai salah satu VTuber Indonesia yang paling berpengaruh, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah keberadaan VTuber dapat dimaknai sebagai bentuk baru dari diplomasi budaya Jepang di era digital.

1.2 Penelitian yang Relevan

Untuk mendukung penelitian ini, penulis telah mengidentifikasi studi sebelumnya yang relevan dengan kajian yang tengah dilakukan guna memastikan keaslian penelitian yang sedang dikembangkan. Dengan demikian, penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dalam aspek teori maupun objek penelitian dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam memperkuat analisis serta memperkaya pemahaman terhadap topik yang diteliti.

1. Penelitian berjudul "Perkembangan Virtual Youtuber sebagai Soft Power Jepang" yang ditulis oleh Achmad Jaenuddin Zuhri dari Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang, Universitas Darma Persada, pada tahun 2022 mengungkap peran vital Virtual YouTuber dalam strategi *soft power* Jepang. Penelitian tersebut mengulas dengan mendalam bagaimana fenomena VTuber berkembang tidak hanya sebagai bentuk hiburan digital, tetapi juga sebagai medium efektif untuk menyebarkan nilai-nilai dan identitas budaya Jepang ke tingkat global. Hasil penelitian ini menyoroti peran VTuber sebagai alat diplomasi budaya dan menyajikan bukti bahwa penyebaran budaya melalui media digital dapat memperkuat citra suatu negara secara signifikan. Meski fokus utamanya adalah pada perkembangan fenomena VTuber dan penggunaannya sebagai instrumen *soft power*, penelitian ini menekankan bagaimana teknologi digital menjembatani komunikasi budaya antarbangsa melalui representasi yang menarik dan interaktif. Perbedaan yang ada pada penelitian penulis dengan penelitian ini adalah penelitian ini menitikberatkan pada peran VTuber sebagai alat *soft power* Jepang, sedangkan penelitian penulis berfokus pada representasi budaya populer Jepang, khususnya melalui figur Kobo Kanaeru.
2. Penelitian berjudul "*Virtual YouTuber Kizuna Ai: Co-creating Human-Non-Human Interaction and Celebrity-Audience Relationship*" yang disusun oleh Xin Zhou dari Universitas Lund sebagai bagian dari tesis akhirnya. Penelitian ini membahas mengenai Kizuna Ai sebagai figur selebritas di ranah digital. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis dalam hal objek kajian, yaitu fenomena VTuber, dengan perbedaan penelitian penulis membahas mengenai Kobo Kanaeru, sedangkan pada penelitian ini membahas mengenai Kizuna Ai. Persamaan lainnya juga menyoroti mengenai VTuber sebagai salah satu fenomena budaya dan bagaimana persona virtual dibentuk dan dipresentasikan kepada publik. Perbedaan utama dari penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada ruang lingkup dan konteks kajian. Penelitian Zhou

berfokus pada konstruksi relasi interaksi antara manusia dan non-manusia secara umum, sementara penelitian penulis menitikberatkan pada representasi budaya pop Jepang pada VTuber Kobo Kanaeru.

3. Penelitian berjudul "Representasi Identitas Budaya Digital dalam Dunia Hiburan (Studi pada VTuber Hololive Indonesia)" yang disusun oleh Bani Adam Bhagaskara dari Universitas Negeri Jakarta mengkaji peran VTuber Hololive Indonesia sebagai representasi identitas budaya digital dalam ranah hiburan. Studi ini bertujuan untuk menganalisis VTuber sebagai media baru, serta mengungkap mekanisme penyajian identitas budaya digital melalui performa dan konten yang disuguhkan oleh karakter-karakter tersebut. Dalam penelitian ini, Hololive Indonesia ditinjau sebagai sebuah fenomena yang tidak hanya menawarkan hiburan, tetapi juga sebagai media yang menarasikan nilai-nilai budaya lokal ke dalam lingkup global. Melalui penggabungan unsur desain kostum tradisional, interpretasi cover lagu daerah, serta penyajian konten yang berkaitan dengan perayaan hari nasional, VTuber Hololive Indonesia berhasil menonjolkan identitas budaya Indonesia kepada audiens internasional. Dengan demikian, studi ini memberikan wawasan mendalam bagaimana transformasi digital dapat menjadi media untuk penyampaian kekayaan budaya secara modern, sekaligus menciptakan jembatan emosional antara tradisi dan inovasi. Persamaan antara penelitian ini dengan kajian penulis terletak pada fokus umum terhadap representasi budaya digital melalui VTuber. Namun, perbedaan muncul pada objek dan sudut pandang yang digunakan. Sementara penelitian Bani Adam Bhagaskara memusatkan perhatian pada Hololive Indonesia sebagai representasi identitas budaya melalui berbagai aspek budaya kontemporer, penelitian penulis mengambil pendekatan yang berbeda melalui analisis karakter VTuber Kobo Kanaeru.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dirumuskan diatas, penulis mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Globalisasi budaya pop Jepang telah mengakar kuat dan menjadi konsumsi utama budaya di Indonesia sehingga muncul dampak negatif pada preferensi hiburan, gaya hidup, dan, pembentukan identitas budaya lokal.
2. Fenomena VTuber sebagai manifestasi budaya pop Jepang yang difasilitasi oleh ekosistem digital dan platform media sosial, memunculkan dinamika seperti hubungan parasosial terhadap audiens global.
3. Perkembangan VTuber dan dampaknya terhadap pasar hiburan digital yang semakin rumit di Indonesia.
4. Dampak interaksi antara VTuber Kobo Kanaeru dengan penggemar di Indonesia dan global.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini secara khusus akan memusatkan perhatian pada sosok Virtual YouTuber (VTuber) Kobo Kanaeru sebagai objek utama kajian. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana keberadaan VTuber, dalam hal ini Kobo Kanaeru, merepresentasikan budaya populer Jepang dalam konteks digital dan lintas budaya, khususnya di Indonesia. Penelitian ini tidak akan membahas aspek teknis seperti teknologi produksi maupun sektor bisnis dari industri konten virtual. Sebaliknya, pendekatan yang digunakan akan menekankan pada aspek budaya, representasi, serta konstruksi identitas virtual yang melekat pada figur Kobo Kanaeru dengan menempatkannya dalam kerangka budaya pop Jepang kontemporer.

1.5 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah pernyataan spesifik mengenai ruang lingkup masalah yang didapat dari identifikasi masalah (Nikmatur, 2017). Berikut rumusan masalah yang penulis dapat :

1. Bagaimana unsur-unsur budaya pop Jepang ditampilkan dalam konten-konten Kobo Kanaeru?
2. Bagaimana VTuber Kobo Kanaeru merepresentasikan budaya *idol* Jepang sebagai salah satu bagian dari budaya pop Jepang dalam konteks digital?

1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sasaran yang akan dicapai dalam suatu penelitian dalam bentuk kalimat pernyataan yang kongkrit, dan ringkas (Nikmatur, 2017). Tujuan penelitian yang penulis dapat yakni, sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis bagaimana unsur budaya pop Jepang ditampilkan dalam persona Kobo Kanaeru.
2. Untuk mengidentifikasi representasi budaya *idol* Jepang sebagai bagian dari budaya pop Jepang oleh persona VTuber Kobo Kanaeru dalam konteks digital.

1.7 Landasan Teori

Landasan teori merupakan fondasi esensial dalam sebuah penelitian yang menyajikan serangkaian konsep, definisi, dan proposisi yang saling terkait. Bagian ini berfungsi untuk menjelaskan dan memprediksi fenomena dengan cara menyusun hubungan antar variabel secara sistematis. Dengan demikian, landasan teori memberikan kerangka kerja logis yang menjadi dasar bagi perumusan hipotesis dan analisis data penelitian.

1.7.1 Teori Budaya Populer

Menurut John Storey dalam *Cultural Theory and Popular Culture* (2021), budaya populer adalah bentuk budaya yang diproduksi secara massal oleh industri dan dikonsumsi secara massal oleh masyarakat. Budaya pop juga dilihat sebagai

hasil dari dinamika sosial, ekonomi, dan teknologi. Berdasarkan konteks globalisasi, budaya pop menjadi sarana penting dalam penyebaran nilai dan gaya hidup lintas negara. Ini sejalan dengan Teori *Cultural Globalization* oleh Jan Nederveen Pieterse (2009) (dalam Yeganeh, 2012), yang menjelaskan bagaimana budaya populer menyebar secara transnasional melalui media, menciptakan hibriditas budaya. Lebih lanjut, menurut Fujitake Akira yang diambil pada situs jejaring kotobank.jp, dalam Bahasa Jepang terkuip bahwa budaya populer adalah budaya yang diproduksi dan dikonsumsi oleh masyarakat luas dalam jumlah yang besar.

1.7.2 Budaya *Idol* Jepang

Budaya *idol* merupakan fenomena khas Jepang yang mencerminkan sistem industri hiburan berbasis personalitas dan kedekatan emosional dengan penggemar. Galbraith dan Karlin dalam *Idols and Celebrity in Japanese Media Culture* (2012) menyatakan bahwa *idol* bukan hanya sekadar artis, tetapi juga simbol dari aspirasi, kemurnian, dan interaksi sosial yang teratur dengan penggemar. *Idol* juga dipahami sebagai produk kultural yang dikonstruksi secara sosial oleh industri dan media untuk memenuhi kebutuhan emosional penonton. Menurut Uda Toshihiko dilansir dari situs jejaring kotobank.jp, definisi *Idol* merupakan penyanyi dan selebritas yang sering muncul di televisi dan majalah.

1.7.3 Teori Representasi Budaya

Merupakan salah satu aspek penting dalam kajian budaya yang menggambarkan bagaimana makna, identitas, dan nilai-nilai budaya terbentuk, disampaikan, dan dipahami melalui berbagai media, simbol, serta praktik sosial. Stuart Hall dalam bukunya *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (1997), menjelaskan bahwa representasi bukan hanya soal “mencerminkan realitas”, melainkan proses aktif penciptaan makna. Sebagai bagian dari praktik budaya, aktor atau media (termasuk VTuber) menciptakan simbol, gambar, dan narasi yang membantu membentuk serta mengkomunikasikan identitas dan budaya tertentu. Di era digital, produksi representasi budaya tidak lagi hanya dilakukan oleh lembaga formal atau negara, tetapi juga oleh individu dan

komunitas daring melalui platform seperti media sosial, siaran langsung, dan berbagai jenis konten lainnya.

1.7.4 Virtual YouTuber

VTuber sebagai fenomena digital dapat dianalisis melalui Teori Media Baru dan Identitas Virtual. Bredikhina (2020), mendefinisikan VTuber sebagai kreator konten yang menggunakan avatar virtual dalam aktivitas daring, memadukan teknologi *motion capture*, animasi, dan interaksi langsung dengan audiens. Teori Identitas Virtual dari Sherry Turkle dalam *Life on The Screen* (1995) (Ridden, 1997) menjelaskan bahwa internet memungkinkan individu membangun identitas alternatif melalui karakter atau persona digital. Identitas ini dapat menjadi cerminan atau pelarian dari identitas asli.

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analisis. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengkaji dan memahami fenomena representasi budaya pop Jepang dalam konteks VTuber di Indonesia, khususnya melalui persona VTuber Kobo Kanaeru dari Hololive Indonesia. Pendekatan deskriptif-analisis memungkinkan peneliti untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena sosial secara mendalam dengan menitikberatkan pada makna, simbol, serta dinamika budaya yang terkandung dalam objek yang diteliti.

Menurut Moleong (2007), metode kualitatif berfokus pada pemahaman makna yang terkandung dalam tindakan, simbol, dan interaksi sosial berdasarkan perspektif partisipan. Dalam hal ini, VTuber dipahami bukan hanya sebagai produk hiburan digital, tetapi juga sebagai suatu entitas budaya yang merepresentasikan nilai-nilai dan estetika budaya pop Jepang, khususnya seperti budaya *idol* dan budaya-budaya pop Jepang lainnya. Sementara itu, Sugiyono (2013) menyatakan bahwa metode deskriptif-analisis dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk menghasilkan data yang kaya makna dan menggambarkan fenomena sosial secara menyeluruh.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka, yang mencakup berbagai sumber literatur dan data sekunder. Data dikumpulkan dari jurnal ilmiah daring, skripsi atau tesis yang relevan, artikel online, serta sumber primer dari media sosial Kobo Kanaeru, seperti kanal YouTube dan akun X. Sumber-sumber ini dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi pola representasi budaya *idol* Jepang dalam konten-konten Kobo Kanaeru serta respons audiens terhadapnya.

1.9 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, antara lain :

1. Manfaat Teoretis

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian budaya populer, khususnya dalam konteks budaya *idol* Jepang dan dinamika adaptasinya di luar Jepang melalui medium digital seperti VTuber dan menjadi referensi akademik dalam studi interdisipliner yang menggabungkan ilmu budaya, media digital, dan fenomena virtual, khususnya yang berkaitan dengan representasi identitas budaya melalui teknologi.

2. Manfaat Praktis

Memberikan wawasan kepada masyarakat, khususnya penggemar budaya Jepang dan pelaku industri kreatif, mengenai bagaimana VTuber dapat menjadi media penyebaran budaya sekaligus strategi komunikasi budaya lintas negara dan menyediakan dasar analisis bagi praktisi konten digital atau pengelola agensi hiburan virtual dalam merancang persona dan strategi yang selaras dengan nilai-nilai budaya serta karakteristik audiens lokal.

1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi

Berdasarkan rancangan penulisan dalam penelitian ini, sistematika penyajian disusun dengan mengikuti struktur sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan berisi tentang latar belakang penelitian, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah,

rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka berisi tentang VTuber, termasuk Hololive, sejarah dan perkembangannya dari awal, kemudian Kobo Kanaeru debut, hingga saat penulisan ini. budaya populer Jepang seperti *Idol* dan budaya pop Jepang lainnya.

Bab III Hasil Penelitian mengenai VTuber Kobo Kanaeru sebagai representasi budaya populer Jepang di Indonesia dalam konteks digital.

Bab IV Simpulan.

