

Fenomena “Virtual Youtuber” Kizuna Ai di Kalangan Penggemar Budaya Populer Jepang di Indonesia

¹Dwiana Rachmadewi Puspitaningrum, ²Arie Prasetyo

^{1,2}Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no.01, Sukapura, Bandung
E-mail: ¹dwianarp@gmail.com, ²arijatock@gmail.com

Abstrak: Berdasarkan survei dari Defy Media (dalam *metrotvnews.com*), 85% remaja usia 13-24 tahun menggunakan YouTube sebagai platform utama untuk menonton video. Hal tersebut menyebabkan profesi YouTuber digemari masyarakat. Di tengah hingatnya profesi YouTuber, muncullah fenomena Virtual YouTuber, yaitu YouTuber yang tampil sebagai avatar hasil animasi 3D. Istilah Virtual YouTuber pertama kali digunakan oleh Kizuna Ai yang kepopulerannya turut menjangkau Indonesia. Berdasarkan pra-penelitian, terhadap 100 orang penggemar budaya populer Jepang di Indonesia, 96 orang di antaranya mengetahui tentang Kizuna Ai, 85 orang pernah menonton vlog-nya, dan 53 orang mengikuti kanal YouTube-nya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dan makna menonton vlog Kizuna Ai. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi. Meskipun Virtual YouTuber bersifat virtual, namun keberadaannya dapat dirasakan dengan panca indera. Menurut hasil penelitian, terdapat dua jenis motif menonton vlog Kizuna Ai, yaitu motif sebab berupa motif dorongan minat dan motif ingin tahu, serta motif tujuan berupa motif keinginan untuk mendapatkan informasi, motif kebutuhan aktualisasi diri, motif kompetensi, motif keinginan untuk mendapatkan hiburan, dan motif kebutuhan eksistensi diri. Sedangkan makna menonton vlog Kizuna Ai adalah representasi sosok pasangan ideal, pelarian dari masalah, representasi minat terhadap budaya populer Jepang, panutan dalam berinteraksi, dan pentingnya berekspresi dan menyampaikan pendapat.

Kata kunci: virtual youtuber, motif, makna, fenomenologi.

Abstract: Defy Media's survey shows that 85% of 13-24 years old teenagers use YouTube as the main platform to watch videos. Hence, YouTuber became a favored profession. Within YouTuber profession trend, Virtual YouTuber phenomenon emerges. Virtual YouTubers are YouTubers who appear as 3D animation avatars. The term was first used by Virtual YouTuber Kizuna Ai whose popularity reaches Indonesia. Based on pre-research, 96 of 100 Indonesian Japanese pop-culture fans know Kizuna Ai, 86 has watched her vlogs, and 53 subscribe her YouTube channel. This research's goal is to understand motives and meanings in watching Kizuna Ai's vlogs. this study used Phenomenology method. Even though they are virtual, their presences can be captured by senses. Based on the research's results, there are two kinds of motive in watching Kizuna Ai's vlogs: because motives consisting interest motive and curiosity motive, and in-order-to motives consisting desire for information motive, self-actualization needs motive, competency motive, desire for entertainment motive, and self-existence needs motive. Meanwhile, the meanings in watching Kizuna Ai's vlogs are ideal partner figure representation, escape from problems, interest in Japanese pop-culture representation, role-model for interacting with others, and the importance of being expressive and expressing opinions.

Keywords: virtual youtuber, motive, meaning, phenomenology.

PENDAHULUAN

Saat ini, kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan sangat mudah dipenuhi. Perkembangan teknologi informasi yang pesat akan menimbulkan perubahan cara-cara pengetahuan diproduksi dan disampaikan. Contoh perubahan tersebut adalah menjamurnya media sosial. Saat ini, hampir seluruh masyarakat memiliki akses pada media sosial dan memiliki akun media sosialnya sendiri. Salah satu jenis media sosial yang banyak digunakan untuk mencari informasi, pengetahuan, maupun hiburan adalah *YouTube*.

YouTube adalah sebuah situs yang menjadi sarana berbagi media video di internet dengan menyediakan jasa penyimpanan serta penyiaran video secara gratis. *YouTube* didirikan pada tahun 2005 dan merupakan salah satu dari *website* yang paling banyak dikunjungi di dunia (Calabrese, 2017). Seperti yang dikutip oleh *KompasTekno* dari *TheNextWeb* pada Maret 2017, *YouTube* memiliki total pengguna di dunia sejumlah 1 miliar. *YouTube* adalah *platform* yang disukai para penyuka video, baik itu penonton, maupun pembuat video, dapat menyimpan dan berbagi video tanpa dipungut biaya. Pembuat video di *YouTube* biasa disebut dengan istilah *YouTuber*.

Beragamnya konten yang dibuat oleh para *YouTuber* membuat masyarakat, khususnya generasi muda, semakin menggemari *YouTube* untuk menonton video. Berdasarkan survei dari perusahaan digital *Defy Media* (dalam *metrotvnews.com*), 85% remaja berusia 13-24 tahun menggunakan *YouTube* sebagai *platform* utama untuk menonton video. Persentase tersebut lebih banyak daripada televisi yang hanya dipilih sebanyak 62%. Salah satu konten video yang umum dikonsumsi adalah video *blog* (*vlog*), yaitu kegiatan membuat jurnal kegiatan *online* berbentuk video.

Hal ini menyebabkan jumlah

YouTuber makin bertambah, mulai dari kaum selebriti dan orang-orang yang memiliki pengaruh di masyarakat hingga masyarakat biasa. Mereka berlomba-lomba dalam menciptakan ciri khas dan konten yang menarik. *YouTuber* pun menjadi sebuah fenomena tersendiri karena banyaknya orang yang menggemari profesi tersebut. Dengan banyaknya *YouTuber*, maka komunikasi melalui media *YouTube* pun semakin berkembang dan membawa pengaruh dalam berbagai aspek. Karena itu, fenomena *YouTuber* menjadi salah satu fenomena yang banyak diteliti dalam beberapa tahun terakhir, baik dari segi motif dan makna bagi *YouTuber* dan penontonnya hingga pengaruh *YouTuber* dan *vlognya* bagi audiens.

Di tengah hangatnya profesi sebagai *YouTuber*, di tahun 2016 muncul fenomena yang *Virtual YouTuber*. *Virtual YouTuber* adalah *YouTuber* yang tidak tampil di videonya sebagai manusia sungguhan, melainkan sebagai karakter berbentuk avatar hasil animasi 3D. Seperti yang dikutip dari *kotaku.com*, “*The Virtual YouTubers are made with animation software, with their creators controlling and voicing 3D models*”.

Istilah *Virtual YouTuber* pertama kali digunakan oleh Kizuna Ai di kanal *YouTube*-nya yang bernama “A.I Channel” untuk menyebut dirinya sendiri. Kizuna Ai merupakan *Virtual YouTuber* asal Jepang yang mulai mengunggah kontennya pada November 2016 dan merupakan *Virtual YouTuber* pertama di dunia (www.animenewsnetwork.com). Sosok Kizuna Ai digambarkan sebagai karakter gadis remaja ala kartun animasi Jepang dan mengklaim dirinya sebagai *Artificial Intelligent* yang sangat cerdas dan ingin berteman dengan seluruh manusia di dunia. Meski begitu, sebenarnya sosok Kizuna Ai hanyalah avatar 3D yang diisi suaranya oleh manusia biasa. Dijelaskan dalam situs resminya, kizunaai.com,

Kizuna Ai dibuat dengan menggunakan model 3D dari aplikasi Miku-Miku *Dance* (MMD) yang digabung dengan sistem *face detection* dan *motion capture* untuk membuat ekspresi wajah dan gerakan tubuh. Dengan desain karakter yang khas karakter kartun animasi Jepang, Kizuna Ai berhasil menarik perhatian para penggemar budaya populer Jepang di dunia.

Kizuna Ai yang merupakan pionir dari fenomena *Virtual YouTuber* berkembang dengan pesat. Berbekal kualitas animasi yang halus, Kizuna Ai membuat vlog dengan berbagai macam tema dan program di dua kanal *YouTube*-nya, yaitu *A.I.Channel* dan *A.I.Games*. Per September 2018, terdapat sekitar delapan belas program vlog yang berbeda di kanal *YouTube A.I.Channel*, sementara kanal *YouTube A.I.Games* fokus pada program *gaming* saja. Tak heran, hanya dalam waktu hampir dua tahun, *Virtual YouTuber* Kizuna Ai telah mendapatkan lebih dari 2,1 juta pengikut di kanal *YouTube* utamanya, yaitu *A.I.Channel*. Popularitas Kizuna Ai memuncak saat dia ditunjuk menjadi duta dari kampanye baru yang dibuat oleh JNTO (*Japan National Tourism Organization*) cabang New York yang bernama “*Come to Japan*” pada Maret 2018 lalu. Kampanye tersebut dibuat untuk memperbanyak jumlah turis Amerika yang datang ke Jepang (www.akibanation.com).

Karena popularitas Kizuna Ai yang terus meroket, *Virtual YouTuber* lainnya mulai bermunculan. KAORI Nusantara, sebuah media Indonesia yang fokus pada tren kebudayaan Jepang, merilis sebuah artikel yang merangkum laporan dari *Platform User Local*, bahwa per-Maret 2018 terdapat lebih dari 1000 akun *Virtual YouTuber* di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Selain itu, laporan tersebut juga memuat *ranking* popularitas para *Virtual YouTuber* berdasarkan jumlah pengikut kanal *YouTube*-nya. Dalam

laporan tersebut, dua kanal *YouTube* milik Kizuna Ai menduduki peringkat dua teratas (www.kaorinusantara.or.id).

Kepopuleran Kizuna Ai juga menjangkau Indonesia, di mana budaya populer Jepang telah akrab dengan generasi muda Indonesia. Semenjak popularitas Kizuna Ai meroket pada tahun 2017, banyak penggemar budaya populer Jepang di Indonesia yang menonton *vlog-vlog* unggahan Kizuna Ai dan mengikuti kanal *YouTube*-nya. Popularitas Kizuna Ai di kalangan penggemar budaya populer Jepang di Indonesia memuncak dengan diundangnya Kizuna Ai sebagai bintang tamu di acara Anime Festival Asia Indonesia (AFA ID) di Jakarta pada tanggal 31 Agustus 2018 hingga 2 September 2018. Berdasarkan *website* resminya, Anime Festival Asia (AFA) merupakan “*Asia’s #1 Japan Pop Culture Event*” yang diadakan di beberapa negara di Asia seperti Indonesia, Singapura, Thailand, dan Malaysia. Dalam acara AFA ID 2018, Kizuna Ai tampil menggunakan video interaktif yang dimainkan seolah-olah pembawa acara tengah berinteraksi dengannya.

Selain itu, berdasarkan hasil pra-penelitian yang peneliti lakukan terhadap 100 orang penggemar budaya populer Jepang di Indonesia, 96 orang di antaranya mengaku mengetahui tentang Kizuna Ai, 85 orang mengaku pernah menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai, dan 53 orang mengaku mengikuti kanal *YouTube Virtual YouTuber* Kizuna Ai.

Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian mengenai fenomena *Virtual YouTuber* Kizuna Ai di kalangan penggemar budaya populer Jepang di Indonesia. Dalam penelitian ini, keberadaan *Virtual YouTuber* Kizuna Ai merupakan sebuah fenomena. Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, fenomena merupakan hal-hal yang dapat disaksikan oleh pancaindera dan dapat diterangkan secara ilmiah. Meskipun

Virtual YouTuber Kizuna Ai adalah sosok yang virtual, namun keberadaannya dapat disaksikan oleh pancaindra dengan menggunakan perantara media internet dan komputer.

Tentunya, hadirnya fenomena *Virtual YouTuber* Kizuna Ai di kalangan penggemar budaya populer Jepang menghadirkan beberapa pertanyaan. Di antaranya adalah mengapa *Virtual YouTuber* Kizuna Ai digemari dan ditonton oleh banyak orang meski dia tidak tampil sebagai manusia sungguhan? Selain itu, sebagai *Virtual YouTuber*, eksistensi dan karakter Kizuna Ai tentunya akan dimaknai sedemikian rupa oleh para audiensnya. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah motif yang melatarbelakangi penggemar budaya populer Jepang di Indonesia dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai dan makna yang dibangun oleh penggemar budaya populer Jepang di Indonesia dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai.

Karena fenomena *Virtual YouTuber* ini masih baru, penulis tidak dapat menemukan penelitian terdahulu mengenai *Virtual YouTuber*. Tetapi, terdapat penelitian-penelitian terdahulu seputar YouTube dan vlog, terutama mengenai motif menonton vlog. Berdasarkan hasil penelitian dari Baracha Kaban, Ras Amanda, & Pradipta (2017), terdapat dua motif yang dapat dipenuhi dengan menonton tayangan vlog, yaitu motif identitas sosial dan integritas serta motif interaksi sosial. Sementara, motif yang tidak dapat dipenuhi adalah motif informasi dan motif hiburan. Sementara menurut hasil penelitian dari Pratiwi (2017), motif dalam menonton tayangan vlog yang memiliki hubungan paling erat dengan kepuasan menonton vlog adalah motif pengalihan. Hal ini berarti bahwa banyak orang yang menonton vlog untuk mengalihkan diri dari masalah dan beban pikirannya, dan tayangan vlog mampu

memenuhi motif tersebut.

Selain itu, terdapat pula penelitian terdahulu mengenai pengaruh vlog terhadap sikap para penontonnya. Seperti halnya media pada umumnya, vlog memberikan pengaruh terhadap sikap para penontonnya (David, Sondakh, & Harilama, 2017). Berdasarkan hasil penelitian dari David, Sondakh, dan Harilama (2017), vlog menimbulkan pembentukan sikap yang positif, misalnya penonton menjadi ingin mencoba hal-hal yang ada dalam vlog, dan bahkan memiliki keinginan untuk menjadi Vlogger.

Berdasarkan uraian di atas, masih terdapat *gap* antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan. Hal tersebut dikarenakan penelitian-penelitian terdahulu meneliti mengenai vlog dan *YouTuber* sungguhan, bukan vlog dan *Virtual YouTuber*. Dengan kata lain, fenomena *Virtual YouTuber* masih jarang diteliti sebelumnya. Karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mendalami fenomena *Virtual YouTuber* dengan fokus pada motif dan makna dalam menonton vlog milik *Virtual YouTuber* Kizuna Ai.

Dalam menganalisis motif dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai, peneliti menggunakan teori dua fase tindakan menurut Alfred Schutz (dalam Kuswarno, 2013) dan jenis-jenis motif menurut Jalaluddin Rakhmat (2011). Sementara untuk menganalisis makna yang dibangun dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai, peneliti akan menggunakan teori interaksionisme simbolik dari George Herbert Mead.

Motif merupakan penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas demi mencapai tujuan tertentu (Iskandar, 2009). Dengan kata lain, motif merupakan hal yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Schutz dalam Kuswarno (2013) menggambarkan tindakan seseorang dalam dua fase yaitu *because motive*, yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu (sebab); dan *in*

order to motive, yaitu tujuan yang ingin dicapai. Sedangkan faktor personal yang mempengaruhi perilaku manusia terdiri atas dua jenis motif, yaitu motif biologis dan motif sosiogenesis. Motif sosiogenesis terdiri atas motif ingin tahu, motif kompetensi, motif cinta, motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas, motif kebutuhan akan nilai, kedamaian, dan makna kehidupan, dan motif kebutuhan pemenuhan/aktualisasi diri (Rakhmat, 2011).

Sementara itu, makna adalah derivasi dari potensialitas sebuah objek atau pengalaman yang khusus dalam kehidupan pribadi (Ardianto & Q-Anees, 2007). Makna berasal dari suatu objek atau pengalaman bergantung pada latar belakang individu dan kejadian tertentu dalam hidup terhadap suatu objek tertentu. Makna memiliki sifat unik dan pribadi, hal ini dikarenakan apa yang dianggap bermakna bagi seseorang belum tentu dianggap bermakna pula oleh orang lain.

Teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead dan Herbert Blumer berasumsi bahwa pengalaman manusia ditengahi oleh penafsiran. Objek, orang, situasi, dan peristiwa tidak memiliki pengertiannya sendiri, sebaliknya pengertian itu diberikan untuk mereka (Moleong, 2015). Menurut Ralph La Rossa dan Donald C. Reitzes dalam West & Turner (2007), terdapat tujuh asumsi yang mendasari teori interaksi simbolik. Tujuh asumsi tersebut memperlihatkan tiga tema besar, yaitu:

(1) Pentingnya makna bagi perilaku manusia

Teori interaksionisme simbolik berprinsip bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi. Terdapat tiga asumsi yang mendukung tema ini. Asumsi-asumsinya adalah sebagai berikut: (a) Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada

mereka, (b) Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia, dan (c) Makna dimodifikasi melalui proses interpretif.

(2) Teori interaksionisme simbolik menggambarkan individu sebagai diri yang aktif berdasarkan interaksi sosial dengan orang lainnya. Terdapat dua asumsi dalam tema ini (La Rossa dan Reizes dalam West & Turner, 2007), yaitu: (a) Individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain, (b) Konsep diri memberikan motif yang penting bagi perilaku.

(3) Hubungan antara individu dengan masyarakat

Tema yang terakhir dalam teori interaksionisme simbolik berkaitan dengan hubungan antara kebebasan individu dan batasan sosial. Terdapat dua asumsi yang berkaitan dengan tema ini, yaitu sebagai berikut: (a) Orang dan kelompok dipengaruhi oleh budaya dan sosial, (b) Struktur sosial dihasilkan melalui interaksi sosial.

Dengan kata lain, terdapat tiga konsep penting dalam teori interaksionisme simbolik, yaitu pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini memandang bahwa motif dan makna dalam aktivitas menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai dibangun (dikonstruksi) dari pemikiran para subjek penelitian, sehingga hasilnya tentu akan berbeda-beda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Fenomenologi bisa diartikan sebagai uraian, percakapan, atau ilmu tentang fenomena atau sesuatu yang tampak. Studi fenomenologi bertujuan untuk menggali kesadaran paling sadar dari subjek penelitian tentang pengalamannya atas suatu peristiwa (Hasbiansyah, 2009). Metode fenomenologi dianggap tepat

untuk meneliti mengenai fenomena *Virtual YouTuber* Kizuna Ai karena peneliti ingin mengetahui motif dan makna penggemar budaya populer Jepang di Indonesia dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai.

Terdapat dua jenis informan dalam penelitian ini, yaitu informan kunci dan informan pendukung. Kriteria informan kunci dalam penelitian ini adalah: (1) Penggemar budaya populer Jepang di Indonesia yang telah mengikuti kanal *YouTube Virtual YouTuber* Kizuna Ai selama minimal satu tahun dan, (2) masih aktif menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai hingga sekarang. Sedangkan kriteria untuk informan pendukung adalah seorang *opinion leader* yang membagikan konten tentang Kizuna Ai atau memiliki wawasan luas mengenai *Virtual YouTuber*. Berdasarkan kriteria tersebut, didapatkan enam informan kunci dan satu informan pendukung berupa pengamat *Virtual YouTuber* sekaligus penulis artikel mengenai *Virtual YouTuber* di Risa Media, salah satu media berita di bidang budaya populer Jepang di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi-terstruktur, observasi partisipasi pasif, dan *focus group discussion*.

Data dalam penelitian ini dianalisis dengan prosedur analisis data dari Colaizzi (dalam Sobur, 2013). Langkah-langkah dalam prosedur tersebut adalah sebagai berikut: (1) peneliti menyimak narasi dari informan dan mengakrabkan diri dengan kata-kata yang digunakan informan, (2) peneliti fokus pada kalimat dan frasa yang secara langsung menyinggung fenomena yang diteliti, (3) Langkah selanjutnya adalah merumuskan makna dengan mengambil tiap pernyataan penting dan mencoba membongkar maknanya, (4) Peneliti mengelompokkan seluruh makna yang berbeda dalam beberapa tema, (5) Peneliti menguraikan analisis mengenai perasaan

dan perspektif informan yang ada dalam tema-tema, (6) Peneliti merumuskan uraian mendalam tentang keseluruhan tema yang diteliti, (7) “*member check*”.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, di mana peneliti menggunakan lebih satu informan. Selain itu, peneliti juga menggunakan orang-orang terdekat dari informan kunci, misalnya teman atau keluarga, sebagai informan pendukung untuk memastikan reliabilitas data yang diberikan oleh informan kunci.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan wawancara, observasi, dan *focus group discussion*, peneliti mendapatkan tiga tema pengalaman sebagai berikut:

Motif yang melatarbelakangi penggemar budaya populer Jepang di Indonesia dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai pertama kali.

Berdasarkan data yang didapat selama penelitian, motif yang melatarbelakangi penggemar budaya populer Jepang di Indonesia dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai pertama kali adalah motif rasa ingin tahu.

(Tahu Kizuna Ai) dari temen, sebenarnya. Dari media sosial. Waktu itu ada yang nge-share, ini nih ada cewek dua dimensi main game. Kan waktu itu tuh konsep Virtual YouTuber masih aneh ya, di jamannya tahun 2016 gitu? Aku juga lupa. Ada cewek dua dimensi main game. Ini maksudnya apaan nih?

(Wawancara Fadli Aufyulihan, Dapoer Kenzi, 29 November 2018)

Seperti yang dikatakan oleh salah satu informan, Fadli Aufyulihan, motif ingin tahu ini disebabkan oleh istilah *Virtual YouTuber* yang pertama kali digunakan oleh Kizuna Ai, sehingga para informan belum mengetahui tentang

apa itu *Virtual YouTuber* sebelumnya. Saat para informan mengetahui tentang Kizuna Ai pertama kali melalui media sosial, mereka menjadi ingin tahu apa itu *Virtual YouTuber* dan bagaimana wujudnya, sehingga mereka menonton vlog milik *Virtual YouTuber* Kizuna Ai.

Motif yang melatarbelakangi penggemar budaya populer Jepang

Berdasarkan data yang didapat melalui wawancara, observasi, dan *focus group discussion*, motif para penggemar budaya Jepang dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai adalah:

(1) Motif dorongan minat

Motif tersebut disebabkan karena minat para informan terhadap budaya populer Jepang, model 3D, dan *games* telah ada sejak sebelum mereka mengenal Kizuna Ai. Minat para informan terhadap budaya populer Jepang dapat dilihat dari keanggotaan mereka di komunitas penggemar budaya populer Jepang secara aktif.

Kevin, salah satu informan, menyatakan bahwa dirinya memang memiliki ketertarikan terhadap model 3D sejak di bangku SMA sehingga dia tertarik pada Kizuna Ai yang dibuat dengan menggunakan model 3D (wawancara Kevin Hidayatullah, 2 Desember 2018). Sementara Grace menyatakan bahwa dia senang bermain *game*, sehingga dia menyukai vlog-vlog *gaming* milik Kizuna Ai yang dianggapnya lebih seru daripada vlog *gaming* YouTuber lainnya (Wawancara Grace Ruma, 13 Desember 2018).

Minat tersebutlah yang mendorong para informan untuk menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai. Motif dorongan minat ini merupakan motif penyebab (*because motive*) para penggemar budaya populer Jepang dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai.

(2) Motif rasa ingin tahu

Motif ingin tahu dalam tema ini adalah rasa ingin tahu informan tentang bagaimana perkembangan *Virtual YouTuber* di masa yang akan datang. Motif ini didapat dari pernyataan dari beberapa informan pada saat diwawancarai, salah satunya adalah Rizky Ahmad Maulana.

Ya bisa bikin..., ya terhibur tentunya kan. Trus akhir-akhir ini dia juga mulai bikin lagu kan. Jadinya kayak..., apa ya, lebih terkenal lagi dia. Kayaknya, intinya selalu segar aja kontennya, jadi pengen tahu dia bakal bikin apa lagi ke depannya.

(Wawancara Rizky Ahmad Maulana, kantin asrama puteri Telkom University, 25 November 2018).

Selain pernyataan pada saat wawancara, para informan juga mendiskusikan hal yang sama pada saat *focus group discussion*. Mereka menyatakan bahwa *Virtual YouTuber*, terutama Kizuna Ai, berkembang pesat sehingga menimbulkan rasa ingin tahu tentang seberapa jauh Kizuna Ai akan berkembang.

Kalo disimpulkan dari yang tadi itu intinya pengen tahu perkembangan Ai sendiri secara teknologi seberapa dia bisa eksplor, nanti bakal kayak gimana ke depannya. Mungkin bisa sampe kayak Miku konser, atau mungkin malah dia bisa masuk ke VR, kali ya gitu. Ekhem, sama, apa tadi? Hahaha. (Avinda Sinta Sinta Prameswari, *Focus Group Discussion*, 6 Desember 2018)

Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa konten vlog Kizuna Ai selalu segar dan menimbulkan rasa ingin tahu apa lagi yang akan dibuatnya di masa yang akan datang. Karena rasa ingin tahu inilah para penggemar budaya populer Jepang di Indonesia menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai.

(3) Motif keinginan untuk mendapat informasi

Motif tersebut disebabkan karena *vlog Virtual YouTuber* Kizuna Ai mengandung berbagai informasi. Grace contohnya, mengatakan bahwa dia menonton *vlog Virtual YouTuber* Kizuna Ai untuk mendapatkan informasi mengenai *games* yang seru untuk dimainkan (wawancara Grace Ruma, 13 Desember 2018).

Sementara itu, Kevin menyatakan bahwa dalam *vlog* Kizuna Ai terdapat banyak informasi mengenai kebudayaan Jepang (wawancara Kevin Hidayatullah, 2 Desember 2018). Informasi inilah yang ingin Kevin dapat dalam menonton *vlog Virtual YouTuber* Kizuna Ai.

(4) Motif kebutuhan akan aktualisasi diri

Motif tersebut disebabkan karena para penggemar budaya Jepang ingin mendapatkan inspirasi untuk meningkatkan potensi-potensi yang mereka miliki. Grace menyatakan bahwa menonton dia menonton *vlog Virtual YouTuber* Kizuna Ai untuk mendapatkan inspirasi sehingga dapat menuangkannya untuk meningkatkan kemampuan menggambarnya (wawancara Grace Ruma, 13 Desember 2018).

Sementara Kevin menyatakan bahwa menonton *vlog Virtual YouTuber* Kizuna Ai untuk mendapat inspirasi seputar model 3D. Kevin memberi contoh kasus, yaitu pada saat Kizuna Ai membuat siaran langsung di kanal *YouTube*-nya.

Pertama kali ngadain live di YouTube, tapi dia masih pake karakter Kizuna Ai-nya gitu. Saya mikir, oh bisa ya ternyata kita sambil, apa namanya, motion capture gitu tapi sambil nge-live. Wah bagus juga ini idenya. Lumayan menarik dan bikin terinspirasi.

(Wawancara Kevin Hidayatullah, Gedung Serbaguna Telkom University, 2 Desember 2018).

Mereka mengaku bahwa menonton

vlog Virtual YouTuber Kizuna Ai dapat memberi mereka inspirasi yang mereka butuhkan. Motif ini merupakan motif tujuan (*in order to motive*) para penggemar budaya populer Jepang dalam menonton *vlog Virtual YouTuber* Kizuna Ai.

(5) Motif Kompetensi

Motif tersebut disebabkan karena para penggemar budaya populer Jepang di Indonesia menginginkan diri mereka untuk mampu, atau paling tidak merasa mampu, untuk menyelesaikan masalah mereka. Fadli, salah satu informan, menyatakan bahwa dia menonton *vlog Virtual YouTuber* Kizuna Ai sebagai pelarian saat memiliki masalah.

Pelarian sih ya. Itu alasan aku nonton video Kizuna Ai dari dulu. Ya karena memang tugasnya Kizuna Ai sebagai Virtual YouTuber adalah sebagai tempat pelarian orang-orang yang stress gitu.

(Wawancara Fadli Aufyulihan, Dapoer Kenzi, 29 November 2018).

Fadli juga menyatakan bahwa menonton *vlog Virtual YouTuber* Kizuna Ai mampu membuatnya merasa lebih rileks dan positif (Wawancara Fadli Aufyulihan, 29 November 2018). Perasaan rileks dan positif itulah yang membuat Fadli merasa mampu untuk menyelesaikan masalahnya.

(6) Motif keinginan untuk mendapatkan hiburan

Motif tersebut disebabkan karena *vlog Virtual YouTuber* Kizuna Ai memiliki konten yang lucu dan dapat menghibur, sehingga para penggemar budaya populer Jepang di Indonesia yang menginginkan hiburan memutuskan untuk menonton *vlog Virtual YouTuber* Kizuna Ai.

Contohnya adalah Fadli yang mengatakan bahwa dirinya menonton *vlog Virtual YouTuber* Kizuna Ai karena terdapat nilai seni dan nilai hiburan di dalamnya (Wawancara Fadli Afyulihan, 29 November 2019). Dengan kata lain,

Fadli ingin mendapatkan hiburan dalam menonton *vlog Virtual YouTuber Kizuna Ai*. Saat mengatakannya dengan antusias, ekspresi wajah Fadli terlihat bersemangat.

Selain Fadli, Anam juga mengatakan bahwa tujuannya menonton *vlog Virtual YouTuber Kizuna Ai* adalah untuk mencari hiburan baru karena jenuh dengan hiburan-hiburan yang selama ini dikonsumsi.

Mungkin sih aku lebih ke aspek hiburan sendiri ya. Karena waktu itu, mungkin karena aku lebih sering nonton anime jadi kebiasaan merasa entertainmenya kurang, itu-itu doang, jadi cari di YouTube soal dia. ... Nah itu mungkin salah satu tujuannya, mencari entertainment buat hiburan.

(Wawancara Muhammad Saiful Anam, KFC Sudirman Yogyakarta, 14 Desember 2018).

(7) Motif kebutuhan akan eksistensi diri

Motif tersebut disebabkan karena para penggemar budaya Jepang merasa ingin menjadi tahu mengenai hal-hal baru seperti *Virtual YouTuber*. Avinda menyatakan bahwa mengetahui tentang *Virtual YouTuber* sejak Kizuna Ai mulai membuat *vlog* pertamanya membuatnya merasa lebih unggul daripada orang-orang yang baru mengetahui tentang *Virtual YouTuber* baru-baru ini.

Ya kalo, apa ya, buat ngerasa up-to-date karena tahu soal Virtual YouTuber tuh iya, sih. Karena kan orang Indonesia yang belum tahu Kizuna Ai kan ada. Misal mereka tahunya Maya Putri doang. Maya Putri kan padahal belakangan, dia baru debut Agustus ya kalo nggak salah. Yang udah tahu Kizuna Ai kan udah tahu Virtual YouTuber sejak lebih lama gitu. Jadi ya, lebih ngerasa tahu duluan. Ngerasa menang.

(Wawancara Avinda Sinta Prameswari, Gedung Dekanat FEB-FKB Telkom University, 6

Desember 2018).

Sementara itu, Anam menonton *vlog Virtual YouTuber Kizuna Ai* karena ingin merasa diterima oleh teman-teman di sekitarnya yang menyukai *games*. Menonton *vlog gaming* milik Kizuna Ai membuat Anam memiliki bahan obrolan dengan teman-temannya meski dia tidak memainkan *games* tersebut.

Apa ya. Oh, biar aku bisa jadi sok tahu gitu tentang game. Awalnya kan kalo temen ngobrolin game, aku nggak tahu. Wong aku nggak main, apalagi pas itu aku juga nggak ada PC. Trus aku jadi bingung kalo mau ngobrol sama mereka. Setelah nonton ya, jadi nggak bingung lagi karena udah tahu lah dikit-dikit dari videonya Kizuna Ai.
(Wawancara Muhammad Saiful Anam, KFC Sudirman Yogyakarta, 14 Desember 2018).

Dengan kata lain, mereka menonton *vlog Virtual YouTuber Kizuna Ai* untuk memenuhi kebutuhan akan eksistensi diri mereka.

Motif-motif di atas akan dibagi menjadi dua golongan, yaitu *because motive* atau motif sebab yang merupakan tindakan yang merujuk pada masa lalu, dan *in order to motives* yang merupakan motif tujuan yang merujuk pada sebuah keadaan pada masa yang akan datang (Alfred Schutz dalam Kuswarno, 2013:111):

Because motives

Para informan mengetahui bahwa Kizuna Ai merupakan pionir *Virtual YouTuber* sekaligus *Virtual YouTuber* yang inovatif, sehingga hal tersebut memancing rasa ingin tahu para informan tentang apa itu *Virtual YouTuber* dan bagaimana perkembangan *Virtual YouTuber* di masa yang akan datang. Karena rasa ingin tahu itulah mereka menonton *vlog Virtual YouTuber Kizuna Ai*.

Sementara itu, motif dorongan minat merupakan motif yang berasal dari latar belakang para informan sebagai penggemar budaya populer Jepang, penggemar model 3D, dan penggemar *games*. Kegemaran para informan terhadap hal-hal tersebut sudah ada sejak mereka belum mengenal Kizuna Ai dan vlog-vlognya.

Oleh sebab itu, motif ingin tahu terhadap Virtual *YouTuber* dan perkembangannya di masa yang akan datang dan motif dorongan minat termasuk dalam motif sebab (*because motives*).

In order to motives

Motif-motif lainnya, yaitu motif keinginan untuk mendapat informasi, motif kebutuhan akan aktualisasi diri, motif kompetensi, motif keinginan untuk mendapatkan hiburan, dan motif kebutuhan akan eksistensi diri menunjukkan hal-hal yang ingin informan dapatkan dengan menonton vlog Virtual *YouTuber* Kizuna Ai. Oleh karena itu, motif-motif tersebut termasuk dalam motif tujuan (*in order to motive*).

Makna yang dibangun dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai

Berdasarkan data yang didapat selama penelitian, terdapat lima makna yang dibangun oleh penggemar budaya populer Jepang di Indonesia, yaitu:

(1) Representasi dari sosok pasangan ideal

Makna tersebut dibangun dari interpretasi mengenai sifat-sifat karakter Kizuna Ai yang banyak bicara dan ceria menyenangkan untuk dijadikan pasangan. Rizky, salah satu informan, berpendapat bahwa orang-orang menganggap penggemar Kizuna Ai sebagai orang yang belum memiliki pasangan, karena sosok Kizuna Ai merupakan sosok yang cocok dijadikan *waiifu* (wawancara Rizky Ahmad Maulana, 25 November 2018).

Waiifu sendiri merupakan istilah yang umum digunakan oleh penggemar budaya populer Jepang yang berarti karakter perempuan dalam dunia animasi Jepang yang ingin dinikahi.

Selain itu, Rizky juga menyatakan bahwa dia memiliki konsep diri sebagai sosok yang pendiam dan membutuhkan sosok seperti Kizuna Ai untuk melengkapi diri dan bagaimana kelompok/komunitas penggemar budaya Jepang menganggap sosok Kizuna Ai sebagai sosok yang ideal untuk dijadikan pasangan juga berperan dalam pembentukan makna tersebut (wawancara Rizky Ahmad Maulana, 25 November 2018).

(2) Pelarian dari masalah

Makna tersebut dibentuk dari interpretasi terhadap sifat karakter Kizuna Ai sebagai sosok pendengar yang baik dan perhatian. Fadli menyatakan bahwa interpretasi tersebut didapatnya melalui program milik Kizuna Ai yang bernama judul Ai (Wawancara Fadli Aufyulihan, Dapoer Kenzi, 29 November 2018).

Selain itu, konsep diri Fadli sebagai sosok yang cenderung sering memendam masalah dan bagaimana teman-teman mereka memandangnya sebagai sosok yang humoris dan gembira sehingga menyebabkan Fadli ingin memenuhi pandangan tersebut juga berperan penting dalam pembentukan makna tersebut. Vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai mampu membuat Fadli merasa lebih lega dan tenang, sehingga mereka mampu menjadi sosok yang lebih gembira dan rileks di hadapan teman-temannya (Wawancara Fadli Aufyulihan, Dapoer Kenzi, 29 November 2018).

(3) Representasi dari minat terhadap budaya populer Jepang

Makna tersebut dibangun melalui mengenai karakteristik Kizuna Ai mulai dari desain karakter hingga topik-topik dalam vlognya sebagai bagian dari budaya populer Jepang. Selain itu, makna tersebut juga dibangun melalui konsep

diri mereka sebagai penggemar budaya populer Jepang dan bagaimana kelompok sosial mereka memberi makna terhadap Kizuna Ai sebagai bagian dari budaya populer Jepang.

(4) Panutan dalam berinteraksi dengan orang lain

Makna tersebut dibangun melalui interpretasi mengenai karakter Kizuna Ai sebagai sosok yang terbuka, percaya diri, dan pandai berinteraksi dengan orang lain. Seperti Avinda yang memandang Kizuna Ai sebagai sosok yang ceria, ekspresif, dan mampu membuat orang lain senang. Avinda mengatakan bahwa dirinya ingin menjadi seperti sosok Kizuna Ai (wawancara Avinda Sinta Prameswari, 14 Januari 2019).

Saat diwawancarai, Avinda mengaku memiliki konsep diri sebagai individu yang cenderung tidak pandai dalam berinteraksi dengan orang lain. Sama halnya dengan Grace yang beranggapan bahwa dirinya adalah sosok yang cenderung pasif dan seringkali mengalami kesulitan dalam berkomunikasi dengan orang lain (wawancara Grace Ruma, 14 Januari 2019). Namun, orang-orang di sekitar mereka mengharapakan mereka untuk menjadi sosok yang lebih percaya diri dan pandai berinteraksi dengan orang lain

Karena itu, Grace menjadikan Kizuna Ai sebagai panutan dalam berinteraksi dengan orang lain. Hal itu dilakukan dengan memperhatikan intonasi dan ekspresi yang dimiliki Kizuna Ai saat berbicara dalam vlognya (wawancara Grace Ruma, 14 Januari 2019). Begitu pula dengan Avinda. Dengan memaknai sosok Kizuna Ai sebagai panutan dalam berinteraksi dengan orang lain, menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai membantu mereka meningkatkan kemampuan dalam berinteraksi dengan orang lain.

(5) Pentingnya berekspresi dan menyampaikan pendapat

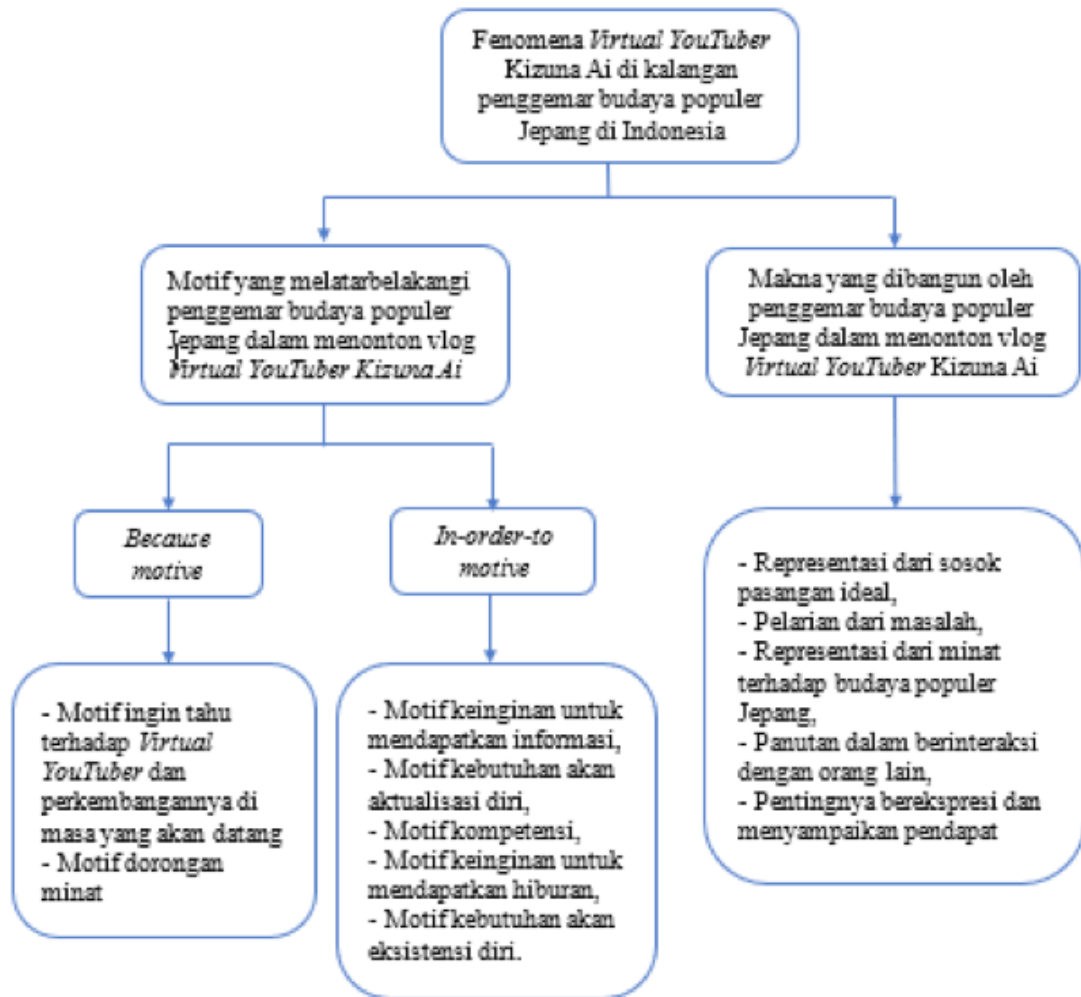
Makna tersebut dibangun melalui interpretasi terhadap karakter Kizuna Ai yang ekspresif dan jujur dalam menyampaikan pendapat. Pada awalnya, Grace memiliki konsep diri sebagai individu yang cenderung kesulitan dalam berekspresi dan menyampaikan pendapat. Namun begitu melihat orang-orang di sekitar mereka, yaitu orang-orang yang menyukai Kizuna Ai, menyukai sosok Kizuna Ai yang bersifat ekspresif dan jujur dalam menyampaikan pendapatnya, Grace menjadi sadar akan pentingnya berekspresi dan menyampaikan pendapat (wawancara Grace Ruma, 14 Januari 2019).

Sesuai teori interaksionisme simbolik, makna-makna di atas dibangun melalui tiga tema besar, yaitu interpretasi terhadap karakter Kizuna Ai (*mind*), pandangan mereka mengenai diri mereka sendiri (*self*), dan bagaimana makna tersebut dibentuk oleh masyarakat di sekitar mereka, serta mempengaruhi mereka dan hubungan mereka dengan masyarakat (*society*).

Untuk mempermudah, peneliti membuat skema hasil penelitian pada GAMBAR 1.

SIMPULAN

Virtual YouTuber Kizuna Ai adalah *Virtual YouTuber* yang populer di kalangan penggemar budaya populer Jepang di Indonesia. Terdapat berbagai motif yang melatarbelakangi penggemar budaya populer Jepang di Indonesia dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* Kizuna Ai. Yang pertama, motif sebab (*because motives*) penggemar budaya populer Jepang di Indonesia dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* adalah motif dorongan minat, serta motif ingin tahu. Sementara motif tujuan (*in order to motives*) penggemar budaya populer Jepang di Indonesia dalam menonton vlog *Virtual YouTuber* adalah motif keinginan untuk mendapatkan informasi,



GAMBAR 1. Skema Hasil Penelitian

motif kebutuhan akan aktualisasi diri, motif kompetensi, motif keinginan untuk mendapatkan hiburan, dan motif kebutuhan akan eksistensi diri.

Para penggemar budaya populer Jepang di Indonesia membangun bermacam-macam makna dalam kegiatan menonton vlog *Virtual YouTuber*, yaitu representasi dari sosok pasangan ideal, pelarian dari masalah, representasi dari minat terhadap budaya populer Jepang, panutan dalam berinteraksi dengan orang lain, serta pentingnya berekspresi dan menyampaikan pendapat.

Karna *Virtual YouTuber* merupakan topik yang masih jarang diteliti, peneliti berharap di masa yang akan datang akan lebih banyak penelitian

yang membahas mengenai *Virtual YouTuber*, baik itu *Virtual YouTuber* asal Jepang maupun *Virtual YouTuber* asal Indonesia. Selain itu, peneliti berharap akan adanya penelitian mengenai *Virtual YouTuber* melalui perspektif lain, semisal perspektif pemasaran, *branding*, semiotika, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., & Q-Anees. (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ashcraft, Brian. (2018). *Invasion of The Virtual Anime Girl YouTubers*. <https://kotaku.com/the-invasion-of-virtual-anime-girl-youtubers-1821940758>, diakses tanggal 2 Oktober 2018
- Baracha Kaban, S. C., Ras Amanda, N. M.,

- & Pradipta, A. D. (2017). *MOTIF DAN KEPUASAN MENONTON VIDEO BLOG DI KALANGAN ANAK MUDA KOTA DENPASAR*. 1–8.
- Calabrese, C. (2017). *Become a YouTuber: Build Your Own YouTube Channel*. New Jersey: Wiley Publishing.
- D, Tanto. (2017). Puncak Tren? Lebih dari Seribu Akun *Virtual YouTuber* Terdaftar di YouTube!<https://www.kaorinusantara.or.id/newsline/107776/seribu-virtual-youtuber-terdaftar-di-youtube>, diakses tanggal 10 September 2018
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Acta Diurna*, 6(1). Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/15479>
- Engkus Kuswarno. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Hasbiansyah, O. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: KOnsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*. (56), VIII + 264. <http://www.kizunaai.com>, diakses pada tanggal 10 Mei 2018 pukul 10:56
- <https://myanimelist.net/forum/?topicid=1712183>, diakses tanggal 10 Januari 2019 pukul 14.21.
- http://aminoapps.com/c/anime/page/blog/why-i-dislike-ai-kizuna-with-great-intensity/ooldt_upNVEDv8N3jePN6e77o70oZY, diakses tanggal 10 Januari 2019 pukul 14.26.
- Iskandar. (2009). *Penelitian Tindakan Kelas*. Cipayung: Gaung Persada (GS) Press.
- Lexy Moleong. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pratiwi, I. (2017). *Motivasi, Penggunaan dan Kepuasan Menonton Vlog (Studi Korelasi Antara Motivasi, Penggunaan dan Kepuasan Dalam Menonton Video Blog pada situs YouTube di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi SI Reguler Angkatan 2013 dan 2014 FISIP UNS)*.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ressier, Karen. (2018). Ingress Anime Casts Virtual YouTuberKizuna Ai. <https://www.animenewsnetwork.com/news/2018-10-18/ingress-anime-casts-virtual-youtuber-kizuna-ai/138341>, diakses tanggal 2 September 2018
- Sobur, A. (2013). *Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- West, R., & Turner, L. H. (2007). *Pengantar Teori Komunikasi edisi 3: Analisis dan Aplikasi* (1st ed.). Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.