

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi komunikasi merupakan sebuah sarana yang dapat menghubungkan seseorang dengan lawan komunikasinya melalui sebuah perangkat (Stiawan et al., 2020). Pada realitanya saat ini teknologi komunikasi sudah berkembang sangat pesat. Jika dulu berkomunikasi dengan lokasi yang relatif jauh harus berkirim surat yang lumayan memakan waktu, saat ini kita bisa berkirim surat secara digital dengan waktu yang sangat cepat melalui gawai kita,

Adanya perkembangan teknologi komunikasi akhirnya memunculkan banyak perubahan pula pada saluran komunikasi, mulai dari media cetak hingga media massa elektronik. Sinergi antara media massa dengan teknologi informasi menciptakan sebuah media baru yang mampu menyaingi kecepatan media massa elektronik, media ini disebut dengan nama media baru (*new media*) ataupun media siber (*cyber media*) (Primasari, 2016).

Dengan terciptanya media siber, saat ini hampir semua orang mampu melakukan siaran langsung sendiri. Seperti contohnya saja, hari ini hampir semua orang mampu melakukan siaran langsung melalui media siber seperti *Instagram*, *Twitch*, *YouTube*, *Discord*, dan lain-lain. Faktanya saat ini banyak orang yang bekerja penuh dan bermata pencaharian menjadi *livestreamer* atau yang bisa disebut dengan penyiar siaran langsung. Salah satu *platform* yang ramai digunakan untuk siaran langsung adalah *YouTube*, pelaku yang bermain peran pada siaran langsung di *YouTube* dikenal dengan istilah *livestreamer youtuber*.

Fenomena ini akhirnya menciptakan istilah *Virtual YouTuber (VTuber)* atau bisa disebut dengan *YouTuber* maya. *Virtual YouTuber* adalah *streamer* dan *vlogger* yang menggunakan karakter virtual 2D dan 3D yang dihasilkan komputer dan terlibat dalam aktivitas kreatif di *platform* seperti *Twitter*, *YouTuber*, *Twitch* (Liudmila, 2020).

VTuber pertama kali muncul pada tahun 2016 di Jepang dan mengadopsi karakteristik visual seperti anime. Saat ini konten siaran langsung berkonsep *VTuber* mulai digemari banyak orang, terutama generasi Z.

Faktanya pada tahun 2020 tercatat bahwa terdapat 10.000 *VTuber* dan beberapa dari mereka juga memiliki tayangan eksklusif tersendiri seperti Hiyori Ibara *VTuber* yang menjadi maskot untuk promosi Prefektur Ibaraki di Jepang melalui kanal *YouTube IBAKIRA TV*.

Selain itu, terdapat juga *VTuber* yang berangkat dari agensi *VTuber* seperti *Hololive Production*. *Hololive* sendiri merupakan agensi untuk *VTuber*, dimiliki oleh perusahaan teknologi dari Jepang yaitu *COVER Corporation*. *Hololive Indonesia* merupakan grup *VTuber* yang berada dibawah naungan *Hololive Production*. Memiliki 6 talent, dengan kepribadian unik yang berbeda-beda, konten yang umum ditawarkan oleh *VTuber* saat siaran langsung biasanya bermain *game*, menggambar, *talkshow*, bernyanyi, dan lain-lain

Salah satu dari 6 *talent VTuber* yang berada di *Hololive Indonesia* adalah Ayunda Risu. Ayunda Risu merupakan talent generasi pertama di *Hololive Indonesia* yang paling sering melakukan siaran langsung berkonten *free talk* dengan para komunikan *virtual youtuber*. Selain *free chat* Ayunda Risu juga sering mengisi konten bermain gim dan menyanyi.

Komunikan dari *VTuber* sendiri di Indonesia didominasi oleh masyarakat Indonesia yang menggemari budaya populer Jepang, 96 dari 100 orang mengaku mengetahui *VTuber* (Puspitaningrum et al., 2019). Saat ini, terdapat istilah selebritas internet. Selebritas internet merupakan sebutan untuk seseorang yang menjadi terkenal melalui internet.

Selebritas internet saat ini bukan hanya tentang manusia, namun saat ini kategori selebriti telah melampaui batas, dimana karakter *virtual* ikut andil dan menjadi selebriti bersamaan dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan internet (Zhou, 2020). Seperti Ayunda Risu yang saat ini telah menjadi selebritas internet. Selain mengisi siaran langsung melalui *YouTube*, Ayunda Risu sering juga diundang untuk mengisi acara-acara budaya populer Jepang yang diselenggarakan di Indonesia, dan mulai menggeser selebriti ataupun *influencer non-virtual*, terutama saat adanya pandemi Covid-19.

Untuk saat ini Ayunda Risu pada kanal *YouTube* miliknya telah memiliki 584 ribu *subscriber*, 584 ribu merupakan angka yang bisa dibilang fantastis mengingat Ayunda Risu sendiri merupakan *Virtual Youtuber* yang hanyalah sebuah

karakter 2D ataupun 3D, yang eksistensinya hanya berada di depan layar *gadget* kita. Selain itu angka 584 ribu merupakan angka yang tinggi mengingat Ayunda Risu sendiri memulai debut pertama di kanal *YouTube* miliknya pada tanggal 10 April 2020, yang berarti hanya dalam cukup waktu 1 tahun sudah bisa memiliki penggemar sebanyak 584 ribu orang.

Fenomena serta fakta yang sudah di uraikan di atas menjadi dasar bagi penulis untuk mengangkat bahan ini sebagai bahan penelitian untuk skripsi yang berjudul “Analisis Media Siber pada Siaran Langsung Virtual Youtuber Ayunda Risu”.

1.2 Permasalahan

Dari latar belakang masalah yang diceritakan oleh peneliti, demi pembahasan penelitian menjadi lebih jelas dan terarah, maka peneliti memiliki rumusan masalah antara lain:

1. Bagaimana ruang media pada *channel Virtual Youtuber* Ayunda Risu?
2. Bagaimana objek media pada *channel Virtual Youtuber* Ayunda Risu?
3. Bagaimana dokumen media pada *channel Virtual Youtuber* Ayunda Risu?
4. Bagaimana pengalaman (*experiential stories*) pada *channel Virtual Youtuber* Ayunda Risu?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana *VTuber* Ayunda Risu berperan dalam media siber dengan menjelaskan:

1. Ruang media pada *channel Virtual Youtuber* Ayunda Risu.
2. Objek media pada *channel Virtual Youtuber* Ayunda Risu.
3. Dokumen media pada *channel Virtual Youtuber* Ayunda Risu.
4. Pengalaman (*experiential stories*) pada *channel Virtual Youtuber* Ayunda Risu.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu, terutama pada pengembangan Ilmu Komunikasi. Selain itu, Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berusaha untuk mengungkap fenomena selebritas *online* yang terjadi pada *Virtual Youtuber*, serta mengkaji bagaimana sosok *Virtual Youtuber* berperan dalam media siber.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi akademisi serta mahasiswa yang menggeluti kajian media siber. bahasan tentang selebritas *online*, dan bahasan terkait *Virtual Youtuber*, penelitian ini diharapkan bisa menjadi data awal maupun referensi untuk membantu penelitian yang akan dikerjakan.
- b. Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber pengetahuan, diharapkan mampu menggambarkan bagaimana sosok *Virtual Youtuber* yang sudah menjadi selebritas *online* berperan dalam media siber.

