

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media sosial dan masyarakat modern merupakan dua aspek yang saling berkaitan erat dan sulit dipisahkan. Sebagai platform yang berfungsi untuk menjaga konektivitas antarindividu, jumlah pengguna media sosial terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Menurut Agustina (2020), pada tahun 2020, tingkat penggunaan media sosial di Indonesia mencapai 160 juta orang dari total 175,4 juta pengguna internet. Dengan kata lain, hampir 90% pengguna internet di Indonesia juga memanfaatkan media sosial. Dari total 160 juta pengguna tersebut, YouTube menjadi platform yang paling banyak digunakan dengan persentase 88%, diikuti oleh WhatsApp sebesar 84%, Facebook sebesar 82%, dan Instagram sebesar 79%. Sementara itu, meskipun sedang populer, TikTok hanya digunakan oleh sekitar 25% pengguna media sosial di Indonesia. (Yenny & Astuti, 2021)

Menurut Calabrese (2017) youtube adalah sebuah situs yang menjadi sarana berbagi media video di internet dengan menyediakan jasa penyimpanan serta penyiaran video secara gratis. YouTube adalah platform yang menyediakan fitur bagi pengguna untuk mengunggah, menampilkan video, dan melakukan siaran langsung, yang dapat diakses serta dinikmati oleh banyak orang. Platform ini pertama kali diluncurkan pada Mei 2005 dan didirikan oleh tiga mantan karyawan PayPal, yaitu

Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Saat ini, YouTube beroperasi di bawah naungan Google. Sejak peluncuran perdananya, YouTube mendapatkan sambutan positif dari masyarakat (Puspitaningrum & Prasetio, 2019).

Saat ini, semakin banyak individu yang menjadikan profesi sebagai livestreamer, atau penyiar siaran langsung, sebagai mata pencaharian utama. YouTube menjadi salah satu platform yang paling populer digunakan untuk aktivitas siaran langsung tersebut. Para pelaku yang berperan dalam siaran langsung di YouTube dikenal dengan istilah *livestreamer YouTuber*. Dengan berkembangnya Youtube, banyak bermunculan content creator baru di dunia Youtube, salah satunya adalah *Virtual youtuber*, biasa dikenal dengan sebutan *VTuber*.

Istilah *Virtual Youtuber (VTuber)* ini pada awalnya dipopulerkan oleh *Virtual Youtuber (VTuber)* dari Jepang yang bernama Kizuna Ai pada tahun 2016. Dijelaskan di situs resminya, kizunaai.com, bahwa Kizuna Ai telah aktif terutama di youtube sebagai youtuber virtual pertama di dunia dengan keinginan untuk terhubung dengan penontonnya. Pada awalnya, kebanyakan hanya orang Jepang saja yang tertarik dengan *Virtual Youtuber (VTuber)*. Namun, semakin berjalannya waktu, *Virtual Youtuber (VTuber)* mulai memberikan terjemahan ke dalam bahasa Inggris dan bahasa lainnya, salah satunya bahasa Indonesia ke dalam konten videonya agar kontennya dapat dinikmati oleh berbagai orang, bukan hanya orang Jepang saja.

Virtual YouTuber (VTuber) dikenal luas di kalangan penggemar budaya populer Jepang. Berdasarkan penelitian Puspitaningrum et al. (2019), sekitar 96 dari 100 penggemar budaya populer Jepang di Indonesia memiliki pengetahuan tentang *Virtual Youtuber (VTuber)*. Namun, sebagian besar dari mereka hanya mengenal Kizuna AI, yang merupakan salah satu karakter *Virtual Youtuber (VTuber)* paling populer. Banyak orang Indonesia yang menyukai budaya Jepang seperti anime atau manga juga menyukai *Virtual Youtuber (VTuber)* karena karakteristik penampilan *Virtual Youtuber (VTuber)* yang menggunakan karakter anime. Haryanti dan Nurlatifah (2018) juga menyatakan bahwa budaya populer dari Jepang sudah menjadi hal yang lumrah bagi warga Indonesia. Di samping kepopuleritasan anime dan manga, pada sekitar tahun 2016 muncul budaya populer baru dari Jepang yang disebut dengan *Virtual Youtuber (VTuber)* (Adzania & Arianingsih, 2022).

Virtual Youtuber (VTuber) adalah individu yang menggunakan avatar digital berbasis animasi untuk berinteraksi dengan audiens mereka, biasanya melalui platform seperti youtube, Twitch, atau platform lainnya. *Virtual Youtuber (VTuber)* menggunakan avatar yang dibuat dengan program seperti Live2D, dimana desain karakternya digambar dan dirancang oleh seniman. Para *Virtual Youtuber (VTuber)* ini melakukan hal yang sama dengan yang biasa dilakukan oleh Youtuber pada umumnya, seperti mencoba aplikasi baru, bermain game, menghibur penonton dengan bakat mereka, namun bedanya mereka memakai persona

virtual dan identitas mereka yang sebenarnya tidak diketahui (Adzania & Arianingsih, 2022). *Virtual Youtuber (VTuber)* tidak hanya menjadi sumber hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai jembatan sosial yang memungkinkan penggemar membentuk ikatan emosional dengan karakter-karakter virtual tersebut. Para penggemar dapat berinteraksi langsung dengan *Virtual Youtuber (VTuber)* melalui *live streaming*, komentar, dan berbagai bentuk dukungan digital lainnya.

Dari data yang peneliti dapatkan dari beberapa *Virtual Youtuber (VTuber)*, menunjukkan bahwa rata – rata penggemar *Virtual Youtuber (VTuber)* itu usia 18 – 34 tahun. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa penggemar *Virtual Youtuber (VTuber)* masuk pada kategori masa dewasa awal. Menurut Hurlock (2010), masa dewasa awal berlangsung dari usia 18 hingga 40 tahun. Pada fase ini, individu mengalami perubahan fisik dan psikologis. Selain itu, masa dewasa awal juga ditandai dengan penyesuaian diri terhadap pola kehidupan yang baru serta memenuhi harapan-harapan sosial yang berkembang. Salah satu tugas perkembangan dewasa awal menurut Hurlock (2010) adalah membangun hubungan dengan kelompok sosial. Individu terlibat dalam kelompok sosial yang sesuai dengan nilai dan minat pribadi membantu individu memperluas jaringan sosial dan memperoleh dukungan dari komunitas.

Namun pada kenyataannya ada beberapa penggemar *Virtual Youtuber (VTuber)* yang kesusahan untuk berinteraksi dengan lingkungan sosialnya khususnya dalam konteks dunia nyata. Sehingga hal tersebut

mengakibatkan individu memenuhi kebutuhan sosialnya di dunia maya atau media sosial.

Dalam hal ini komunitas *Virtual Youtuber (VTuber)* menjadi salah satu cara yang digunakan oleh individu untuk memenuhi *interpersonal orientation* nya. Iswaratama (2024) mengatakan bahwa individu dapat menjalin hubungan dan berkomunikasi secara online tanpa bergantung pada interaksi langsung secara fisik melalui pembentukan komunitas virtual. Dalam konteks ini, komunitas virtual berfungsi sebagai platform yang signifikan dalam memfasilitasi interaksi sosial di era digital. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan individu untuk tetap terhubung dan berinteraksi tanpa terhalang oleh batasan geografis, sehingga kebutuhan afiliasi tetap dapat terpenuhi meskipun tanpa adanya interaksi tatap muka.

Individu masuk kedalam komunitas *Virtual Youtuber (VTuber)* untuk berinteraksi dengan penggemar lainnya dengan masuk kedalam *discord*. Menurut Raihan (2018), *discord* adalah platform komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi melalui pesan teks, panggilan suara, dan panggilan video. *Discord* populer di kalangan gamer, komunitas online, pelajar, profesional, dan penggemar hobi. *Discord* dapat digunakan dalam sistem berbasis windows, iOS, Android, Linux, bahkan Mac (Rakhmawan et al., 2020).

Murray menjelaskan bahwa kebutuhan sosial atau kebutuhan berafiliasi berhubungan dengan kecenderungan untuk membentuk

pertemanan, bersosialisasi, berinteraksi secara dekat dengan orang lain, bekerja sama, dan berkomunikasi dengan cara yang bersahabat. Dalam konteks ini, terkandung nilai-nilai seperti kepercayaan, kemauan baik, kasih sayang, dan empati yang simpatik, yang tercermin dalam sikap bersahabat, sosial, menyenangkan, penuh kasih, dan penuh kepercayaan (Sari, 2019).

Dari konsep teori milik murray (1938) tentang kebutuhan afiliasi sebagai dorongan untuk mencari hubungan sosial, Hill (1987) kemudian mengembangkan teori *interpersonal orientation*. Hill (1987) menjelaskan bahwa *interpersonal orientation* merupakan keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain yang berhubungan erat dengan kehidupan sosial. Hal ini mencakup kebutuhan untuk memperoleh dukungan sosial, perhatian, dan perbandingan sosial, yang dimotivasi oleh keinginan untuk memperoleh pengetahuan, mengurangi ketidakpastian, serta merasa diterima dalam kelompok atau komunitas (Sitompul et al., 2023).

Kebutuhan untuk merasa terhubung dengan orang lain menjadi sangat mendasar. *interpersonal orientation* ini tidak hanya dipenuhi melalui interaksi langsung dengan individu di dunia nyata, tetapi juga dapat dipenuhi melalui interaksi dalam dunia maya. Fenomena *Virtual Youtuber (VTuber)* menawarkan alternatif baru dalam memenuhi kebutuhan sosial ini, memungkinkan penggemar merasa terhubung secara emosional meskipun mereka terpisah oleh jarak fisik yang jauh. Menurut Rinjani dan Firmanto (2013), terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan

individu untuk memenuhi kebutuhan *Interpersonal Orientation*, salah satunya melalui penggunaan jejaring sosial.

Dengan menggunakan jejaring sosial, individu dapat menjalin relasi dan berkomunikasi dengan orang lain tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Hal ini memungkinkan individu untuk lebih ekspresif dalam memenuhi kebutuhan sosial mereka, termasuk membangun hubungan dan berinteraksi secara lebih fleksibel. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Yoseptian (2012) menyatakan bahwa melalui media sosial dapat membuat individu menjadi lebih dikenal orang lain dan individu dapat berkembang untuk menciptakan sebuah hubungan. Individu cenderung memilih memenuhi *Interpersonal Orientation* nya dengan menggunakan media sosial karena tanpa harus bertatap muka, dan individu tetap bisa membangun hubungan dengan orang lain (Zahra & Kustanti, 2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Zahra dan Kustanti (2023) menunjukkan adanya hubungan positif antara kebutuhan afiliasi dengan pengungkapan diri melalui media sosial dewasa awal. Penelitian yang dilakukan oleh Sitompul dan Rahayu (2023) menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan situs jejaring sosial pada remaja akhir. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kebutuhan afiliasi yang dimiliki oleh remaja akhir, semakin tinggi pula intensitas mereka dalam menggunakan situs jejaring sosial. Kemudian penelitian yang

dilakukan oleh Regitta Ayu Nurmaya Devi (2023) yang menunjukkan ada Hubungan antara kesepian dan kebutuhan afiliasi memiliki arah positif, yang berarti semakin tinggi rasa kesepian yang dialami oleh pengguna aplikasi Tinder, semakin tinggi pula kebutuhan afiliasi yang mereka rasakan. Dalam upaya mengatasi rasa kesepian, individu cenderung mencari cara untuk bersosialisasi, salah satunya melalui media sosial, seperti dengan menggunakan aplikasi Tinder. Dari data penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam mengatasi kebutuhan afiliasi individu lewat media sosial.

Dalam konteks *Virtual Youtuber (VTuber)*, penggemar sering kali merasa terikat dengan karakter-karakter virtual yang mereka ikuti, meskipun interaksi tersebut terjadi melalui media digital dan tidak melibatkan kontak fisik langsung. *Virtual Youtuber (VTuber)* sering membangun persona yang sangat relatable, dengan kepribadian dan cerita yang dapat membuat penggemar merasa terhubung dan dihargai. Interaksi melalui *live chat*, komentar, atau dukungan berupa donasi dan superchat memberi penggemar rasa afiliasi dan kedekatan, yang memuaskan kebutuhan mereka akan hubungan sosial yang positif dan diterima. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Pamuncak (2011) mengemukakan bahwa individu cenderung merasa lebih aman dalam lingkungan digital dibandingkan dengan interaksi di dunia nyata. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses terhadap informasi serta berbagai fitur komunikasi yang

disediakan oleh media sosial, yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan lebih fleksibel dan minim tekanan dibandingkan dengan komunikasi tatap muka (Zahra & Kustanti, 2023)

Rinjani dan Firmanto (2013) menyatakan bahwa individu dengan *interpersonal orientation* yang tinggi cenderung lebih suka berada bersama orang lain daripada sendirian. Mereka memiliki keinginan untuk diterima dan disukai oleh orang lain, sering berinteraksi dengan orang lain, serta suka menyenangkan hati orang lain. Individu dengan *interpersonal orientation* yang tinggi juga biasanya setia terhadap teman dan berusaha mencari kesepakatan serta persetujuan dengan orang lain. Aulia (2010) mengatakan bahwa individu yang memiliki *interpersonal orientation* yang tinggi akan lebih mudah mengontrol dirinya dan tetap menikmati hubungan sosial yang terjadi di dunia nyata dan dunia maya secara seimbang.

Sedangkan individu yang memiliki *interpersonal orientation* yang rendah, akan dengan mudah menerima situasi hubungan sosial yang terjadi di dunia maya, dan memiliki kecenderungan untuk meninggalkan dunia nyatanya (Putra & Marheni, 2015). Hill (1987) menyatakan bahwa individu dengan *interpersonal orientation* rendah cenderung lebih acuh terhadap lingkungan sosialnya, lebih suka menyendiri, dan tidak terlalu ingin mendapatkan perhatian dari orang lain. Sejalan dengan Walgito (2004), individu dengan *interpersonal orientation* yang rendah akan enggan untuk mencari hubungan dengan orang lain, dan hubungan yang

sudah terjalin pun kurang diperhatikan serta tidak dibina dengan baik. (Sitompul et al., 2023)

Didalam *interpersonal orientation* yang dikemukakan oleh Hill (1987) terdapat empat aspek utama yaitu *positive stimulation*, *emotional support*, *social comparison* dan *attention*. Aspek pertama dari kebutuhan sosial milik Hill (1987), yaitu *Positive Stimulation* (Stimulasi Positif) yang menjelaskan bahwa kemampuan interaksi sosial (afiliasi) individu untuk memberikan stimulasi afektif dan kognitif yang menyenangkan melalui kedekatan hubungan antar personal. Interaksi dengan individu lain dapat memicu emosi positif seperti kebahagiaan dan kepuasan. Sari (2019) menjelaskan bahwa bersosialisasi merupakan kebutuhan dasar bagi individu untuk berinteraksi dengan orang lain. Dengan bersosialisasi, individu akan merasa senang, aman, dan berharga karena dirinya diterima dan memiliki tempat dalam kelompok, yang pada gilirannya memenuhi *interpersonal orientation* nya. Sebaliknya, individu cenderung merasakan kecemasan dan merasa kurang berharga jika dirinya tidak diterima oleh kelompoknya.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa penggemar *VTuber*. Subjek mengatakan bahwa ketika berada di lingkungan sosial lingkungannya dia jarang berinteraksi dengan teman – temannya, hal ini dikarenakan subjek merasa kurang cocok dan pernah di kucilkan ataupun tidak dianggap ketika subjek berusaha untuk masuk ke dalam kelompok tersebut. Namun berbeda ketika subjek berinteraksi di

komunitas *Virtual Youtuber (VTuber)*. Subjek merasa senang karena adanya timbal balik dengan *vtuber* yang ia tonton dan penggemar lainnya. Seperti ketika bermain game bersama, membahas sesuatu, ketika berada di voice, dll.

Kemudian pada aspek kedua yakni perhatian (*attention*) yang dapat diartikan sebagai Kebutuhan yang mendorong individu untuk berinteraksi dengan orang lain agar dapat memperoleh penerimaan dan pujian dari orang lain. Pengakuan seperti ini dapat membuat individu merasa dihargai dan diapresiasi. Subjek mengatakan ia sering sekali berkomentar dan ikut bermain bersama ketika ada *VTuber* kesukaannya dan penggemar lainnya ketika sedang *livestreaming*. Subjek juga mengatakan ketika komentar yang subjek tulis kemudian dibalas oleh *VTuber* dan anggota penggemar lainnya, subjek merasa ia diterima didalam komunitas tersebut dan ketika subjek bermain bersama dengan *VTuber* dan penggemar lainnya kemudian subjek dipuji karena permainannya bagus, subjek merasa senang dan ia merasa dihargai karena dipuji.

Sejalan dengan hasil penelitian oleh Rinjani dan Firmanto (2013) menekankan bahwa interaksi di dunia maya, seperti mengirimkan pesan kepada individu lain, merupakan refleksi dari keinginan individu untuk menjalin interaksi sosial. Respons yang diberikan oleh orang lain dalam interaksi daring dapat menumbuhkan perasaan diterima dan diakui, yang berkontribusi terhadap keberlanjutan interaksi tersebut (Safira, 2019).

Namun ketika berada di lingkungan sosialnya, subjek mengatakan ia kurang aktif dalam menjalin hubungan dengan orang lain. Hal ini terjadi karena subjek pernah mengalami penolakan ketika ia mau ikut bergabung dengan suatu kelompok atau komunitas. Subjek juga mengatakan bahwa ia pernah diperlakukan kurang baik serta juga jarang diperhatikan ketika sedang berdiskusi kelompok.

Kemudian pada aspek ketiga *Social Comparison* (Perbandingan Sosial) yang dapat diartikan kebutuhan perbandingan sosial yang melibatkan perolehan informasi tentang diri sendiri dengan membandingkan diri dengan orang lain. Hal ini dapat mengurangi perasaan ketidakpastian atau kebingungan seorang individu tentang posisi sosial atau nilai individu, serta dapat memberikan rasa kejelasan atau kepastian. Laila (2014) menyatakan bahwa selain digunakan untuk berkomunikasi dan mencari relasi, salah satu tujuan individu menggunakan media sosial adalah untuk memperoleh informasi yang dapat dijadikan pembandingan dengan diri mereka. Dengan demikian, individu dapat membentuk penilaian sendiri terhadap dirinya berdasarkan informasi yang didapatkan melalui media sosial (Zahra & Kustanti, 2023).

Subjek mengatakan bahwa dia sering membandingkan dirinya dengan penggemar lain ketika subjek merasakan dirinya kurang dalam suatu pekerjaan dan subjek mengatakan jika dengan membandingkan dirinya dengan orang lain dapat membantu subjek untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dalam suatu pekerjaan di lingkungannya.

Subjek juga sebelumnya cukup sering untuk bersosialisasi dengan komunitas atau kelompok sosial, namun ada suatu peristiwa yang membuat subjek merasa bahwa ia tidak dianggap ketika berada didalam kelompok sosial tersebut dan hal itu membuat subjek menjadi lebih berhati – hati ketika mau masuk ke kelompok sosial yang lain.

Kemudian pada aspek keempat yaitu *Emotional Support* (Dukungan Emosional) yang dapat diartikan sebagai Kebutuhan untuk mendapatkan simpati dari orang lain, perhatian, perasaan saling percaya dan perasaan saling memiliki yang dapat memberikan kepuasan psikologis kepada individu. Safira (2019) menyatakan bahwa respon berupa dukungan dari pengguna lain di jejaring sosial akan memunculkan perasaan senang karena individu merasa diperhatikan. Perasaan senang yang timbul akibat dukungan tersebut kemudian mendorong individu untuk terus melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang (Sitompul et al., 2023).

Subjek mengatakan bahwa ketika dia sedang ingin membahas sesuatu atau curhat, kemudian ada anggota lain atau bahkan *Virtual Youtuber (VTuber)* yang dia sukai membalas, subjek merasa dia mendapatkan perhatian dari anggota lainnya. Bahkan ketika subjek mengalami hari yang cukup buruk kemudian ia curhat ke anggota yang lain ketika berada di *voice chat* subjek mendapatkan balasan seperti diberi saran ataupun diberi semangat. Hal – hal tersebut membuat subjek merasa nyaman dan percaya kepada anggota yang berada di discord tersebut.

Namun berbeda ketika subjek berada dilingkungan sosial, subjek merasa tidak ada orang yang dapat memahami dirinya atau subjek merasa ketika dia curhat ke orang lain dia takut orang lain tidak dapat menerima dirinya dan kurang percaya kepada orang lain meskipun orang yang menurut subjek sangat dekat dengan dia. Hal ini diakibatkan karena ada subjek yang mengatakan ia pernah dibohongi atau ditipu dan hanya dimanfaatkan saja. Hal tersebut mengakibatkan individu cukup susah untuk mempercayai orang lain lagi dan juga mengakibatkan hubungan dalam bersosial individu kurang baik.

Dari data hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa terkadang dalam pertemanan dan interaksi di dunia nyata baik di lingkungan sekitar maupun di kampus belum tentu dapat memenuhi kebutuhan *interpersonal orientation* individu. Hal ini disebabkan karena kurangnya apresiasi secara langsung dari teman nyata. Melalui melihat *Vtuber* dan berinteraksi dengan anggota penggemar lainnya, individu dapat memenuhi *interpersonal orientation* nya.

Kardefelt-Winther (2014) menjelaskan bahwa individu memanfaatkan internet sebagai sarana untuk mengatasi berbagai permasalahan dalam kehidupan nyata. Dalam konteks ini, individu yang mengalami keterbatasan dalam memperoleh kepuasan sosial di dunia nyata cenderung mengalihkan interaksi mereka ke dunia maya sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan sosial. Lebih lanjut, teori kompensasi yang dikemukakan oleh Kardefelt-Winther (2014) menegaskan bahwa interaksi

dalam dunia maya dapat berfungsi sebagai strategi koping yang efektif bagi individu dalam memenuhi kebutuhan sosial mereka, khususnya bagi mereka yang menghadapi hambatan dalam menjalin hubungan interpersonal di lingkungan nyata. Komunitas *VTuber* tidak hanya menjadi tempat hiburan, tetapi juga sarana kompensasi sosial bagi individu yang mencari perhatian, dukungan emosional, dan validasi sosial yang tidak selalu mereka dapatkan di dunia nyata. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizki (2017) Individu yang sering mengakses media sosial didorong oleh motif sosial seperti ingin mendapatkan suatu pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana individu tersebut berada (Sitompul & Rahayu, 2023).

Meskipun fenomena *VTuber* semakin populer, penelitian mengenai *Interpersonal Orientation* penggemar *VTuber*, khususnya pada masa dewasa awal, masih relatif jarang dilakukan. Penelitian ini penting untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana gambaran *Interpersonal Orientation* penggemar *VTuber*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *Interpersonal Orientation* penggemar *VTuber* pada masa dewasa awal dengan merujuk pada teori *Interpersonal Orientation* yang dikemukakan oleh Craig A. Hill.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana gambaran *interpersonal orientation* penggemar *Virtual Youtuber (VTuber)* pada masa dewasa awal.

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui gambaran *interpersonal orientation* penggemar *Virtual Youtuber (VTuber)* pada masa dewasa awal.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran dan menambah pengetahuan dalam bidang ilmu psikologi sosial, perkembangan, dan bidang terkait lainnya.

b. Manfaat praktis

Di harapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi dewasa awal yang menyukai *Virtual Youtuber (VTuber)* sehingga dapat mengetahui bagaimana *Interpersonal Orientation* mereka. Diharapkan juga mereka dapat memiliki hubungan sosial yang seimbang antara dunia maya dan nyata. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian yang lebih spesifik atau hal yang terkait dengan penelitian ini.

E. Keaslian penelitian

Untuk menghindari plagiasi pada penelitian ini, peneliti melakukan beberapa kajian dengan masalah atau topik yang serupa dengan kajian

yang ingin di teliti oleh penulis, yaitu mengenai gambaran *interpersonal orientation* penggemar *Virtual Youtuber (VTuber)* pada masa dewasa awal. Pada setiap kajian yang ditemukan memiliki beberapa hal yang berbeda seperti jumlah sampel yang digunakan, kriteria subjek, dan lain-lain.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Zahra dan Kustanti (2023) yang berjudul “hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan pengungkapan diri melalui media sosial pada mahasiswa angkatan 2019 fakultas psikologi universitas diponegoro”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan pengungkapan diri melalui media sosial pada mahasiswa. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 320 mahasiswa aktif semester dua angkatan 2019 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif. Teknik penelitian tersebut diambil dengan menggunakan teknik cluster random sampling. Alat ukur yang digunakan adalah Skala Kebutuhan Afiliasi (25 aitem; $\alpha = 0,888$) dan Skala Pengungkapan Diri melalui Media Sosial (28 aitem; $\alpha = 0,917$). Analisis regresi sederhana menunjukkan nilai $r_{xy} = 0,333$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara kebutuhan afiliasi dengan pengungkapan diri melalui media sosial pada mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Kebutuhan afiliasi mempengaruhi sebesar 11,1% terhadap

pengungkapan diri melalui media sosial dan sebesar 88,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sitompul dan Rahayu (2023) yang berjudul “ hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan situs jejaring sosial pada remaja akhir”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan situs jejaring sosial pada remaja akhir. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pemilihan subjek *accidental sampling*. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 242 orang yang merupakan remaja akhir berusia 18-21 tahun, yang memiliki akun jejaring sosial dan aktif menggunakannya. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Interpersonal Orientation Scale* dan *Social Network Time Use Scale (SONTUS)*. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan situs jejaring sosial pada remaja akhir. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kebutuhan afiliasi pada remaja akhir, semakin tinggi pula intensitas penggunaan situs jejaring sosial mereka. Penelitian ini menyarankan perlunya upaya untuk mengembangkan kegiatan yang dapat mewadahi interaksi sosial remaja, agar kebutuhan afiliasi mereka tidak hanya terpenuhi melalui situs jejaring sosial, tetapi juga melalui interaksi sosial di dunia nyata.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Suci Desya Safira (2019) yang berjudul “Kebutuhan afiliasi dan kepribadian ekstraversi merupakan salah satu

faktor yang dapat mempengaruhi intensitas penggunaan jejaring sosial”

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara kebutuhan afiliasi dan kepribadian ekstrasversi dengan intensitas penggunaan jejaring sosial pada remaja. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 296 siswa SMA Negeri 5 Pekanbaru. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini mencakup skala intensitas penggunaan jejaring sosial, skala kebutuhan afiliasi, dan skala kepribadian ekstrasversi, yang dikembangkan untuk mengukur masing-masing variabel penelitian. Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kebutuhan afiliasi dan kepribadian ekstrasversi dengan intensitas penggunaan jejaring sosial pada remaja, dengan nilai koefisien $F = 45,720$ dan taraf signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kebutuhan afiliasi dan tingkat ekstrasversi seseorang, semakin besar pula intensitas mereka dalam menggunakan jejaring sosial. Ini berarti bahwa kebutuhan afiliasi dan kepribadian ekstrasversi yang dimiliki berkaitan dengan tinggi rendahnya intensitas penggunaan jejaring sosial pada remaja. Sumbangan efektif kebutuhan afiliasi dan kepribadian ekstrasversi terhadap intensitas penggunaan jejaring sosial sebesar 23,3%.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Maria Oktaviana Bharoto 2017 yang berjudul “gambaran kebutuhan afiliasi pada remaja akhir pengguna

Instagram”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran kebutuhan afiliasi pada remaja akhir pengguna instagram. Penelitian ini dilakukan di Jabodetabek. Sampel penelitian ini adalah remaja akhir berusia 18-21 tahun yang berjumlah 231 responden. Instrumen penelitian berupa kuesioner. Instrumen kebutuhan afiliasi yang terdiri dari 19 aitem dengan koefisien reliabilitas Cronbach Alpha yaitu 0,93. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada keseluruhan subjek penelitian sejumlah 231 remaja akhir pengguna instagram ditemukan 127 orang (55%) memiliki kebutuhan afiliasi tinggi dan 104 orang (45%) memiliki kebutuhan afiliasi yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan afiliasi pada remaja akhir pengguna instagram adalah tinggi

5. Penelitian yang dilakukan oleh Regitta Ayu Nurmaya Devi 2023 yang berjudul “hubungan antara kesepian dengan kebutuhan afiliasi pada pengguna aplikasi tinder”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kesepian dengan kebutuhan afiliasi pada pengguna aplikasi Tinder. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional, pengumpulan data menggunakan media sosial. Penelitian ini melibatkan sebanyak 96 responden, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan uji *Pearso*. Hasil penelitian ini adalah ada hubungan memiliki arah positif dimana semakin tinggi kesepian yang dialami oleh pengguna aplikasi Tinder maka semakin tinggi pula kebutuhan afiliasinya, sehingga individu

mencari cara untuk mengatasi rasa kesepian mereka dengan cara bersosialisasi melalui media sosial salah satunya dengan menggunakan aplikasiTinder.

