

**PERSEPSI MAHASISWA ITB TERHADAP
MARAKNYA FENOMENA *STREAMER*
VIRTUAL YOUTUBER DI MEDIA SOSIAL**

MAKALAH

Diajukan untuk memenuhi tugas mata kuliah Tata Tulis Karya Ilmiah

oleh

Konstan Aftop Anewata Ndruru (16322006)

Ichsan Fachri Siroj (16322102)

Raffa Farli Albana (16322250)

Richo Chandra Welly Putra Kuswoyo (16322306)



FAKULTAS ILMU DAN TEKNOLOGI KEBUMIHAN

INSTITUT TEKNOLOGI BANDUNG

BANDUNG

2022

PRAKATA

Puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, nikmat, serta ridha-Nya sehingga makalah yang berjudul “Persepsi Mahasiswa ITB Terhadap Maraknya Fenomena Streamer Virtual Youtuber di Media Sosial” dapat kami tuntaskan dengan baik. Tim penulis berharap makalah ini dapat menambah pengetahuan bagi pembaca. Penelitian ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu melalui kesempatan ini tim penulis mengucapkan terima kasih kepada

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Dr. Tri Sulistyaningtyas, S.S., M. Hum. Sebagai dosen pengampu mata kuliah Tata Tulis Karya Ilmiah K-11 Institut Teknologi Bandung yang telah memberikan kami izin untuk Menyusun makalah ini.
3. Seluruh mahasiswa Institut Teknologi Bandung (ITB) yang telah bersedia mengisi kuesioner analisis pada penelitian kami.

Kami sangat berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing dan memberikan masukan untuk penyempurnaan makalah kami.

Bandung, November 2022

Tim Penulis

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Persepsi Mahasiswa ITB Terhadap Maraknya Fenomena *Streamer Virtual YouTuber* di Media Sosial” dilatar belakangi oleh pesatnya kemajuan teknologi komunikasi bersinergi menciptakan media baru yang menyaingi media massa elektronik. Masalah utama penelitian ini adalah bagaimana pandangan mahasiswa ITB terhadap VTuber. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi kepada mahasiswa ITB tentang dampak positif dan dampak negative yang mungkin ditimbulkan oleh fenomena VTuber terhadap mahasiswa ITB. Data yang dijadikan analisis adalah survei kepada mahasiswa ITB melalui penyebaran kuisioner daring. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi literatur dan survei. Hasil analisis penelitian menunjukkan pandangan mahasiswa ITB terhadap Vtuber sangat beragam dan menjadi tren baru untuk dunia hiburan mahasiswa ITB.

Kata kunci : persepsi, VTuber, teknologi, komunikasi, hiburan

ABSTRACT

The study titled "itb students' perceptions of the high phenomenon of virtual streamer youtuber on social media" against the background of rapid advances in communication technology synergize new media to rival electronic media. A major problem of this study is how the student itb views vtuber. The study is expected to help provide itb students with information about the positive and negative impact that the vtuber phenomenon might have on itb students. The data used for analysis is the survey of itb students through the distribution of online questionnaires. The methods used in this study are the study of literature and surveys. Research analysis shows the itb student's views on vtuber vary enormously and has become a new trend for itb student entertainment.

Key words: perception, vtuber, technology, communication, entertainment

DAFTAR ISI

PRAKATA	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB IPENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Anggapan Dasar	5
1.5 Hipotesis	5
1.6 Ruang Lingkup Kajian	5
1.7 Metode dan Teknik Pengumpulan Data	6
1.8 Sistematika Penulisan	6
BAB IITEORI DASAR VTUBER	8
2.1 Pengertian VTuber	8
2.2 Konten yang Disampaikan	8
2.3 Platform yang Digunakan	9

2.4 Target Pemasaran	10
BAB III PERSEPSI MAHASISWA ITB TERHADAP MARAKNYA FENOMENA STREAMER VIRTUAL YOUTUBER DI MEDIA SOSIAL	12
3.1 Persentase Mahasiswa ITB yang Mengetahui Adanya Fenomena VTuber .14	
3.2 Persentase Mahasiswa ITB yang Menggemari ITB	15
3.3 Platform yang digunakan Oleh Mahasiswa ITB untuk Menonton VTuber .16	
3.4 Frekuensi Mahasiswa ITB dalam Menonton VTuber	16
3.5 Faktor yang Membuat Mahasiswa ITB Menggemari VTuber	17
3.6 Pandangan Mahasiswa ITB tentang VTuber di Indonesia	19
3.7 Dampak Positif dan Negatif dari Fenomena VTuber di Indonesia dan Tanggapan Mahasiswa ITB.	21
3.8 Potensi Industri Kreatif VTuber dalam Bidang Pendidikan dan Ekonomi ..26	
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	29
4.1 Simpulan.....	29
4.2 Saran.....	32
LAMPIRAN	35
PENGAJUAN TOPIK, TEMA, DAN JUDUL	36
KERANGKA KARANGAN FORMAL	37
KERANGKA KARANGAN TOPIK	39
BAB I PENDAHULUAN	41

BAB IITEORI DASAR VTUBER.....	45
TABEL KONTRIBUSI.....	48
KUESIONER	50
RIWAYAT HIDUP	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Persebaran Angkatan Responden	12
Gambar 3.2 Persebaran Fakultas Responden	13
Gambar 3.3 Persebaran Jenis Kelamin Responden	13
Gambar 3.4 Persentase Mahasiswa yang Mengetahui VTuber	15
Gambar 3.5 Persentase Mahasiswa yang Menggemari VTuber	15
Gambar 3.6 Platform yang Biasa Digunakan Mahasiswa ITB untuk Menonton VTuber	16
Gambar 3.7 Frekuensi Mahasiswa ITB dalam Menonton VTuber	17
Gambar 3.8 Persentase Mahasiswa ITB yang Pernah Membelanjakan Uangnya untuk Sesuatu yang Berhubungan dengan VTuber	27
Gambar 3.9 Jumlah Uang yang Pernah Dikeluarkan Mahasiswa ITB	27
Gambar 3.10 Pendapat Mahasiswa ITB tentang Pemanfaatan VTuber untuk Keperluan Edukasi	28

DAFTAR LAMPIRAN

PENGAJUAN TOPIK, TEMA, DAN JUDUL	36
KERANGKA KARANGAN FORMAL	37
KERANGKA KARANGAN TOPIK.....	39
DRAFT BAB I PENDAHULUAN	41
DRAFT BAB II TEORI DASAR VTUBER.....	45
TABEL KONTRIBUSI.....	48
KUESIONER	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi komunikasi merupakan sebuah sarana yang dapat menghubungkan seseorang dengan lawan komunikasinya melalui sebuah perangkat. Saat ini, teknologi komunikasi sudah berkembang sangat pesat. Jika dulu berkomunikasi dengan lokasi yang relatif jauh harus berkirim surat yang memakan waktu lama, saat ini kita dapat berkirim surat secara digital dengan waktu yang sangat cepat melalui gawai kita.

Banyak pula perubahan yang terjadi pada saluran komunikasi dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi ini, 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).

Terciptanya media siber, saat ini membuat hampir semua orang mampu melakukan siaran langsung sendiri. Contohnya hari ini hampir semua orang mampu melakukan siaran langsung melalui media siber seperti Instagram, Twitch, YouTube, atau Discord. 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 pada *platform* seperti Twitter, YouTube, dan Twitch.

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

Faktanya pada 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 yang memiliki 6 *talent*, dengan kepribadian unik yang berbeda-beda. Konten yang umum ditawarkan oleh VTuber saat siaran langsung biasanya bermain game, menggambar, talkshow, dan bernyanyi.

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. Seperti Kobo Kanaeru yang saat ini telah menjadi selebritas internet. Selain mengisi siaran langsung melalui YouTube, Kobo Kanaeru 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 Kobo Kanaeru pada kanal YouTube miliknya telah memiliki 1,66 juta subscriber, 1,66 juta merupakan angka yang bisa dibilang fantastis mengingat Kobo Kanaeru sendiri merupakan Virtual Youtuber yang hanyalah sebuah karakter 2D dan 3D.

Fenomena serta fakta yang sudah di uraikan di atas menjadi dasar bagi Penulis untuk mengangkat bahan ini sebagai bahan penelitian untuk skripsi yang Berjudul “Persepsi Mahasiswa ITB Terhadap Maraknya Fenomena *Streamer Virtual Youtuber* di Media Sosial”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis kemukakan, penelitian ini akan membahas beberapa hal, yaitu

1. Apa yang dimaksud dengan Virtual Youtuber?
2. Bagaimana pandangan mahasiswa ITB terhadap VTuber?
3. Apa saja dampak positif dan dampak negatif yang mungkin ditimbulkan oleh fenomena VTuber terhadap mahasiswa ITB?
4. Bagaimana cara mengoptimalkan pengaruh dari fenomena VTuber?
5. Apa yang menjadi alasan mahasiswa ITB menggemari VTuber?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah penulis kemukakan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui pengertian dari Virtual Youtuber.
2. Mengetahui pandangan mahasiswa ITB terhadap VTuber.
3. Mengetahui alasan mahasiswa ITB menggemari VTuber.
4. Mengetahui dampak positif dan dampak negative yang mungkin ditimbulkan oleh fenomena VTuber terhadap mahasiswa ITB.
5. Mengetahui cara mengoptimalkan pengaruh dari fenomena VTuber.

1.4 Anggapan Dasar

Virtual YouTuber adalah YouTuber yang tidak tampil di videonya sebagai manusia sungguhan, melainkan sebagai karakter berbentuk avatar hasil animasi 2D atau 3D. Seperti yang dikutip dari kotaku.com, “The Virtual YouTubers are made with animation software, with their creators controlling and voicing 3D models”.

1.5 Hipotesis

Industri VTuber berpotensi terhadap perkembangan pendidikan, dan ekonomi.

1.6 Ruang Lingkup Kajian

Untuk menjawab rumusan masalah di atas, penulis akan mengkaji hal-hal berikut.

1. Pengertian Virtual Youtuber menurut berbagai literatur.
2. Rasio antara mahasiswa ITB yang mengetahui adanya fenomena VTuber dan yang tidak mengetahui.
3. Rasio antara mahasiswa ITB yang menyukai VTuber dan yang tidak menyukai.
4. Penyebab mahasiswa ITB menggemari VTuber.
5. Frekuensi mahasiswa ITB menonton VTuber.
6. Platform yang digunakan oleh penggemar untuk menonton VTuber.
7. Pandangan Mahasiswa ITB tentang VTuber di Indonesia.
8. Dampak positif dan negatif fenomena VTuber di Indonesia dan tanggapan mahasiswa ITB.
9. Potensi industri kreatif VTuber dalam bidang pendidikan dan ekonomi.

1.7 Metode dan Teknik Pengumpulan Data

1. Studi literatur

Studi Pustaka adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian dengan mempelajari berbagai literatur serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis.

2. Metode survei

Metode ini dilakukan dengan memanfaatkan platform kuesioner online yang akan disebar ke target penelitian untuk mendapatkan data terkait penelitian yang dilakukan.

1.8 Sistematika Penulisan

Makalah ini penulis bagi menjadi empat bab. Bab pertama merupakan bab pendahuluan yang berisi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, metode dan teknik pengumpulan data, dan sistematika penulisan. Bab kedua merupakan bab teori, penulis akan membahas pengertian VTuber, Konten VTuber, Platform yang digunakan VTuber, dan Target pemasaran industri VTuber. Bab ketiga merupakan bab analisis, penulis akan membahas Fenomena VTuber di media sosial, Pandangan mahasiswa ITB terhadap VTuber, Frekuensi para penggemar dalam menonton VTuber, Dampak negatif yang ditimbulkan oleh fenomena VTuber, Penanganan dampak negatif yang ditimbulkan oleh VTuber, Potensi kelebihan yang dimiliki oleh maraknya fenomena VTuber,

dan keterkaitan potensi kelebihan VTuber terhadap mahasiswa ITB . Bab keempat berisi simpulan dan saran.

BAB II

TEORI DASAR VTUBER

2.1 Pengertian VTuber

VTuber merupakan konten kreator youtube yang menggunakan animasi 2D atau 3D. Namun, seiring berjalannya waktu, platform yang digunakan oleh VTuber ini semakin beragam, contohnya adalah Twitch dan Nimo TV. Banyak mahasiswa ITB yang menggemari VTuber ini. Maraknya fenomena VTuber di masa kini dapat membuka ruang industri kreatif baru. Ruang industri baru ini tentu memiliki potensi yang luar biasa jika dapat dioptimalkan. Selain itu, potensi dari maraknya VTuber ini dapat dimanfaatkan dalam inovasi di bidang bidang meliputi : sosial, budaya, dan pendidikan.

2.2 Konten yang Disampaikan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia V (2020), Konten merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Para Virtual Youtuber dengan sebutan VTuber sering sekali menampilkan sebuah konten yang menarik pada saluran pribadinya. Konten yang diberikan biasanya berupa konten hiburan seperti bermain game, menggambar, talkshow, atau bernyanyi (Pribadi, 2022). Dalam media pembelajaran audio visual atau

dalam bentuk video semakin banyak digunakan, terlebih dalam era digital saat ini dan era Revolusi Industri 4.0 serta dalam kondisi Pandemi COVID-19 pada kurun waktu terakhir ini. Penggunaan media pembelajaran dalam bentuk video juga banyak digunakan dalam berbagai macam *platform e-Learning* dan MOOC (Massive Open Online Courses). Ada beberapa pilihan platform tersebut yang dapat digunakan di Indonesia seperti Ruang Guru, Spada Indonesia, Bengkel Animasi, GMOOC.id, MOOC Aptikom, dan IndonesiaX, sedangkan platform global lainnya seperti Coursera, Linda, Udemy, edX, Khan Academy, Skillshare, Udacity dan masih banyak lainnya (Saputra, 2022). Tidak hanya itu, ada juga konten edukasi. Contohnya, video youtuber seorang VTuber Indonesia bernama Ollie yang berjudul “ Bukti $1+1=2$ ”, yang kemudian ditanggapi oleh seorang dosen matematika ITB, Aleams Barra, S.Si., M.Si, Ph.D. di channel *youtube*-nya yang Bernama “Bermatematika.com”.

2.3 Platform yang Digunakan

Platform adalah tempat yang digunakan untuk menjalankan perangkat lunak sistem. Dalam pengertian ini, platform memberikan berbagai dampak baik, sebagai pelengkap seseorang dalam melakukan sistematisasi perangkatnya (Andika, 2012).

Platform media sosial yang biasa digunakan para *streamer* VTuber untuk melakukan siaran langsung yaitu YouTube, Twitch, Facebook, Instagram, dan Tiktok. Platform yang saat ini populer digunakan oleh *streamer* VTuber adalah YouTube dan Twitch (Prasasti, 2022).

2.4 Target Pemasaran

Target pemasaran merupakan suatu kelompok konsumen yang menjadi sasaran pendekatan bisnis untuk membeli produk atau jasa yang hendak ditawarkan. Dengan kata lain, target pemasaran adalah kelompok yang akan dilayani sebagai konsumen, dan biasanya mempunyai rentan usia, sifat dan karakter yang hampir sama.

Target pemasaran dari VTuber dapat bermacam-macam, tergantung dari platform yang digunakan dan konten yang mereka berikan. Walaupun VTuber bermacam-macam, tapi pada intinya VTuber menjual jasa yang mereka berikan dan dibayar dalam bentuk *adsense*, donasi berupa saweran, tiket konser, sponsor yang bekerjasama, merchandise yang dijual, hak cipta atas kepemilikan konten, dan jasa lainnya tergantung dari VTuber tersebut.

Secara umum, target pemasaran dari VTuber dalam aspek umur berkisar umur remaja hingga dewasa atau 12 tahun ke atas. Dalam aspek sifat dan karakter, target pemasaran VTuber adalah para remaja atau orang dewasa yang memiliki minat terhadap anime atau karakter fiksi 2 dimensi dan 3 dimensi yang dipopulerkan oleh budaya Jepang, sehingga secara umum dalam aspek sifat dan karakter, target pemasaran dari VTuber adalah para otaku yang memang memiliki hobi, sifat, dan karakteristik seperti diatas. Sebagai contoh, salah satu perusahaan VTuber terbesar di dunia yaitu Hololive yang memiliki pusat di Jepang yang memiliki nama Hololive JP dan memperluasnya dengan membuka cabang di Indonesia dengan nama Hololive ID dan di internasional

dengan nama Hololive EN. Hololive menggunakan Youtube, Bilibili, dan Twitter sebagai platform mereka mencari peminat dari pusatnya yaitu Jepang hingga ke overseas, dengan menggunakan platform tersebut maka, target pemasaran mereka adalah para remaja hingga orang dewasa yang memiliki hobi sebagai otaku dan orang yang sudah memiliki penghasilan. Hololive yang sudah beroperasi sejak 2017, sekarang memiliki lebih dari 60 talent VTuber yang berada di bawah naungannya dan memiliki total lebih dari 43 juta pelanggan atau penggemar di Youtube.

BAB III

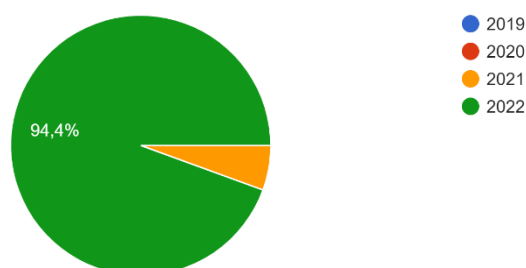
PERSEPSI MAHASISWA ITB TERHADAP MARAKNYA FENOMENA *STREAMER VIRTUAL* *YOUTUBER* DI MEDIA SOSIAL

Dalam melakukan penelitian yang berjudul “Persepsi Mahasiswa ITB Terhadap Maraknya Fenomena *Streamer Virtual Youtuber* di Media Sosial”, Penulis melakukan penelitian kepada 18 responden yang merupakan mahasiswa ITB program sarjana Angkatan 2019 sampai Angkatan 2022 dan didapatkan informasi responden sebagai berikut.

Gambar 3.1

Persebaran Angkatan Responden

Angkatan:
18 jawaban

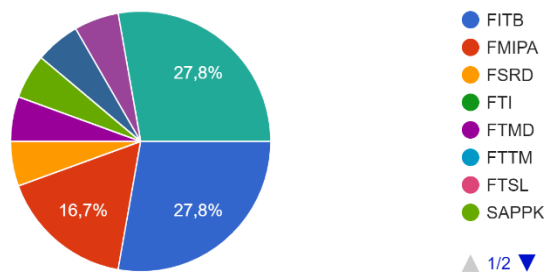


Gambar 3.1 menunjukkan terdapat 18 mahasiswa S1 ITB mengisi formulir survei penulis dan sebanyak 94.4 % atau 17 orang merupakan mahasiswa sarjana ITB Angkatan 2022 dan 5.6 % atau 1 orang merupakan mahasiswa ITB Angkatan 2021.

Gambar 3.2

Persebaran Fakultas Responden

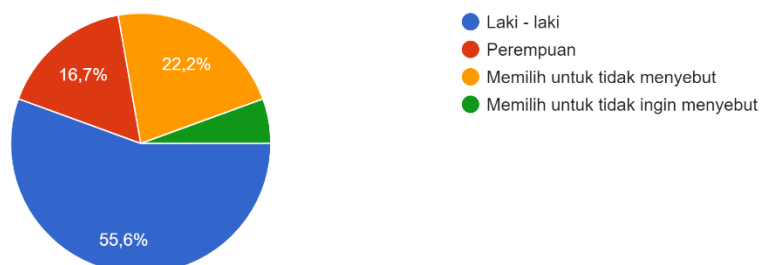
Fakultas/Sekolah:
18 jawaban



Gambar 3.3

Persebaran Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin
18 jawaban



Gambar 3.2 menunjukkan persebaran fakultas responden dengan responden terbanyak berasal dari Fakultas Ilmu dan Teknologi Kebumian (FITB) dan Sekolah Teknik Elektro dan Informatika (STEI) dengan masing-masing sebanyak 27,8 % atau 5 orang. Responden lainnya berasal dari Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam sebanyak 16,7 %, dan sisanya berasal dari fakultas lain yang ada di Institut Teknologi Bandung (ITB).

Gambar 3.3 menunjukan persebaran jenis kelamin responden yang terdiri dari laki-laki sebanyak 55,6 % dan perempuan sebanyak 22,2 %. Sedangkan sisanya memilih untuk tidak menyebutkan.

Melalui survei kepada responden yang telah dilakukan, penulis mendapatkan hasil pengolahan data serta analisis sebagai berikut.

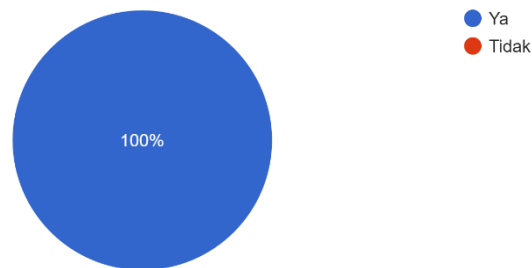
3.1 Persentase Mahasiswa ITB yang Mengetahui Adanya Fenomena VTuber

Gambar 3.4 menunjukkan bahwa 100% responden mengetahui adanya fenomena VTuber, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua mahasiswa ITB setidaknya pernah mengetahui tentang VTuber walaupun tidak mengetahui secara rinci perihal VTuber tersebut.

Gambar 3.4**Persentase Mahasiswa yang Mengetahui VTuber**

Apakah kamu sudah tahu VTuber sebelumnya?

18 jawaban

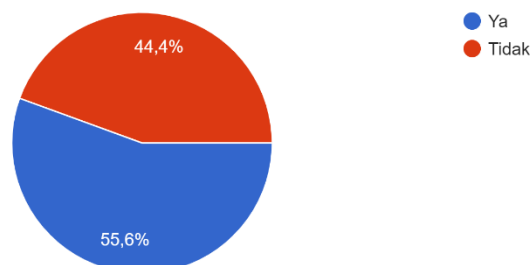
**3.2 Persentase Mahasiswa ITB yang Menggemari ITB**

Gambar 3.5 menunjukkan bahwa 55,6 % atau 10 responden secara khusus menggemari VTuber, sedangkan 44,4 % lainnya tidak menggemari VTuber secara khusus dan sekadar mengetahui VTuber saja.

Gambar 3.5**Persentase Mahasiswa yang Menggemari VTuber**

Jika Ya, apakah kamu merupakan salah satu penggemar konten VTuber?. Jika tidak, ketik " - " pada lainnya.

18 jawaban



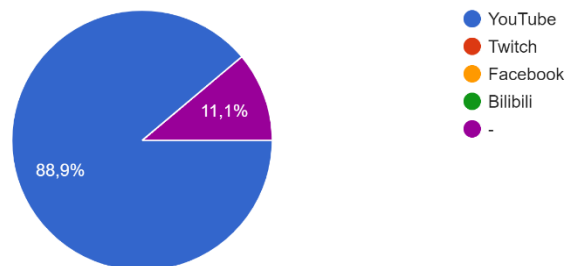
3.3 Platform yang digunakan Oleh Mahasiswa ITB untuk Menonton VTuber

Gambar 3.6 menunjukkan bahwa platform yang biasa digunakan mahasiswa ITB yang menggemari VTuber adalah YouTube sebanyak 88,9 % atau 16 orang responden. Sedangkan, 11,1 % atau 2 orang responden lainnya tidak menjawab karena mereka tidak menonton VTuber. Hal ini sesuai dengan dasar teori di atas yang menyatakan bahwa YouTube merupakan platform yang paling banyak digunakan untuk menonton VTuber.

Gambar 3.6

Platform yang Biasa Digunakan Mahasiswa ITB untuk Menonton VTuber

Platform apa yang biasa kamu gunakan untuk menonton Vtuber?
18 jawaban



3.4 Frekuensi Mahasiswa ITB dalam Menonton VTuber

Frekuensi menonton menunjukkan tingkat ketertarikan mereka pada konten yang disajikan oleh VTuber. Gambar 3.7 menunjukkan bahwa 27,8 % atau 5 Mahasiswa ITB menonton VTuber selama 5-10 jam per minggu. Sedangkan

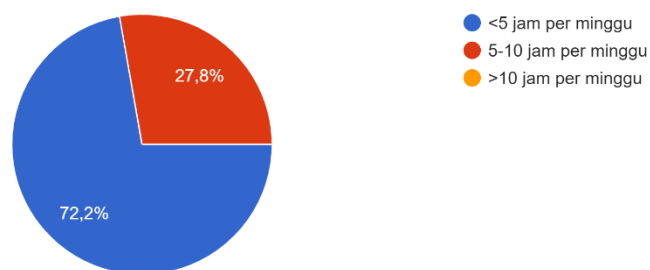
72,2 % atau 13 Mahasiswa lainnya menonton VTuber selama <5 jam per minggu.

Gambar 3.7

Frekuensi Mahasiswa ITB dalam Menonton VTuber

Frekuensi kamu menonton VTuber dalam satu minggu?

18 jawaban



3.5 Faktor yang Membuat Mahasiswa ITB Menggemari VTuber

Berdasarkan hasil survei pada Tabel I, penulis mendapatkan jawaban yang bervariasi dari para responden. Alasan mahasiswa ITB menggemari VTuber yaitu mulai dari uniknya karakter yang ditampilkan oleh VTuber, sisi *entertaining* yang dibawakan, serta konten yang dibawakan oleh VTuber itu sendiri. Tidak dapat dipungkiri bahwa pembawaan karakter 2D atau 3D yang disampaikan oleh VTuber begitu menarik perhatian Mahasiswa ITB.

Tabel I**Alasan Mahasiswa ITB Menggemari VTuber**

1	afh yhhhh BAGUS SII SUMPAHHH kobo wangy wangy, beneran secara general hampir semua vtuber entertaining soalnya kayak vtuber-nya secara visual imut/cakep/ganteng/breedable dan cara ngomongnya juga lucu, suka ada jargon sendiri (kayak "bokobo kobooo kobo kanaeru at ur service"). saking lucunya gue sering nyawer (real) kalau mau secara spesifiknya nich yh kobo
2	Sama halnya kayak menggemari karakter anime, cuman kita bisa interaksi langsung sama mereka karena mereka orang asli, biasanya aku tertarik dengan tampilan dan persona yang mereka bawa, juga cerita dan lore dibalik karakter mereka yang berbeda dari youtuber biasa
3	Alasan saya menggemari VTuber adalah visual karakternya dan pembawaan kontennya yang entertaining. Tidak dapat dipungkiri bahwa talent seperti menyanyi, voice acting, dan menggambar dapat menjadi poin plus dalam menjadi seorang VTuber
4	Saya menggemari VTuber karena character yang dibuat cantik, imut, suaranya bagus, hiburan mantap, lucu, sifat yang tidak terduga (out of the box), Mendengarkan lagu dari VTuber
5	Ya pada entertaining aja sih dan cute af
6	thats voice aaa jangan dong
7	Keseruan dan menghibur
8	pengen cubit pipinya

9	Sangat uwoghhh
10	karena lucu
11	Kawaii~~

3.6 Pandangan Mahasiswa ITB tentang VTuber di Indonesia

Berdasarkan hasil survei pada tabel II, diperoleh jawaban yang sangat beragam oleh para responden. Ada yang berkomentar soal Vtuber sebagai inovasi dalam bidang entertainment, bahkan merasa perVTuberan ini sebagai salah satu media berekspresi yang baik untuk seseorang dengan tidak menggunakan identitasnya.

Tabel II

Pandangan Mahasiswa ITB tentang VTuber di Indonesia

1	Kalau kita ngomongin ketenaran Vtuber di Indonesia (jadi bukan Vtuber yang dibuat oleh orang Indonesia) menurutku ini sebuah media hiburan yang valid, hanya saja tidak sedikit penggemarnya yang kadang terlalu 19everal.
2	Memberi nuansa dan cara baru dalam hal entertainment
3	Komunitas sudah terbangun dgn cukup baik
4	Biasa aja

5	udh lumayan terkenal dan peminatnya banyak bahkan sampai sudah ada vtuber 20everal20a sendiri
6	Fun to watch dan mereka keren, menunjukkan kemajuan teknologi di bidang entertainment
7	mulai maju dan berkembang menjadi pebih baik
8	VTuber di Indonesia sangatlah berpengaruh teruma sejak kedatangan Kobo Kanaeru yang membuat bahkan non-wibu pun tertarik padanya. VTuber di Indonesia banyak berpengaruh dalam menyajikan sumber entertainment yang tergolong cukup baru dan unik bagi masyarakat Indonesia yang terbiasa dengan style streaming orang pada umumnya. Dengan adanya VTuber di Indonesia secara tidak langsung mengangkat nama Indonesia dan membuat lebih banyak warga indonesia tertarik dan mungkin terjun dalam bidang yang sama.
9	Gatau jarang nonton
10	Seepertinya sudah mulai terkenal
11	Dalam hal positif, Vtuber meningkatkan kreativitas pemuda Indonesia
12	sepertinya tidak 20several di negara2 lain
13	It's okey, biarkan mereka mengekspresikan diri mereka
14	terlalu banyak vtuber indie tidak terkoordinasi, tapi overall imut imut ko

15	Menurut saya, vtuber merupakan media yang baik untuk seseorang dapat mengeksperikan dirinya tanpa harus mengkhawatirkan identitasnya di dunia nyata.
16	Vtuber bisa membantu penonton agar terhibur dengan kegiatan yang dilakukan oleh Vtuber tersebut, akan tetapi banyak juga yang menghalukan Vtuber menjadi istri sendiri (salah satunya sy)
17	Gatahu, bukan fans

3.7 Dampak Positif dan Negatif dari Fenomena VTuber di Indonesia dan Tanggapan Mahasiswa ITB.

Dalam setiap fenomena yang terjadi, terdapat berbagai konsekuensi. Begitu juga dengan fenomena VTuber ini, terdapat dampak positif dan negatif yang dihasilkan. Pada tabel III dan IV, penulis mendapatkan beragam pendapat responden mengenai dampak positif dan negatif dari fenomena VTuber, dan tanggapan para responden.

Tabel III

Dampak Positif dan Negatif VTuber Menurut Mahasiswa ITB

1	Dampak positifnya adalah mengembangkan minat dan membuka kesempatan bagi orang-orang yang bergerak di bidang hiburan. Karena adanya VTuber ini bisa membangkitkan minat orang-orang untuk belajar lebih banyak tentang 3D atau 2D animation, rigging, dan sebagainya.
2	Kalau negatifnya ya seperti yang udah disebut sedikit di atas, kadang penggemarnya terlalu fanatik. Dampak negatif dari fanatik yang berlebihan

	ini adalah simping sampai mengeluarkan uang yang tidak wajar untuk hiburan dan kadang membuat kerusuhan antar penggemar
3	Positifnya tentunya semakin maju juga Indonesia dalam hal hiburan dan memberikan peluang dalam pekerjaan... Negatifnya mungkin ada banyak sekali orang yang terlalu candu akan vtuber
4	Positif bisa sebagai salah satu media hiburan untuk kalangan penikmat 2d di Indonesia, negatif nya makin banyak simp
5	Penyebar budaya Indo :v dan simp
6	positif: - makin bahagia (alias indikasi skizo) - makin produktif (mengerjakan tugas kuliah/kerja dengan efisien biar bisa cepet2 nonton vtuber kesayangan)(ini gue sih) - bisa merasakan cinta - fanart wangy wangy - another silly things for us to stay in this world negatif: - mungkin kalo udh terlalu adiksi jadi selalu kedistract sama vtuber, seharian full nonton mereka doang tanpa ngelakuin apapun - menjadi pribadi yg konsumtif dan gak bisa ngatur keuangan (nyawer dan beli merch bisa tapi beli makanan pokok gabisa)
7	Dampak positifnya, industri kreatif semakin berkembang pesat dan tidak monoton, ini juga membuka peluang bagi content creators untuk berkarya secara anonim yang tentu banyak keuntungannya. Dampak negatifnya, mungkin bagi para viewers bisa memunculkan sifat parasosial ke Vtuber yang mereka tonton, apalagi bisa menjurus ke.. buang-buang duit demi oshi..?? Tapi hal kayak gini pun udah sering terjadi, tidak hanya di Vtuber community

8	dampak positifnya konten hiburan meningkat, dampak negatif produktivitas beberapa masyarakat berkurang dengan diam di rumah lalu nyawer vtuber doang
9	Dampak positifnya adalah VTuber dapat membuka lebih banyak lapangan kerja yang baru di Indonesia, sekaligus membawa nama Indonesia dalam kancah internasional Negatifnya adalah VTuber dapat menyebabkan pola hidup konsumtif bagi orang yang kurang dapat mengontrol pengeluarannya dan dapat membuat seseorang menghabiskan waktunya seharian hanya untuk menonton VTuber
10	Positifnya mengembangkan budaya yang lebih maju, negatifnya wasting time
11	Kurang tau
12	Positif : meningkatkan kemampuan editing dan programming Negatif : menghabiskan uang
13	positifnya sebagai hiburan, negatifnya byk yg nyawer.
14	Positif 1. Vtuber - vtuber Indonesia dapat mengenalkan budaya Indonesia ke seluruh dunia. 2. (Sama seperti jawaban di pertanyaan pandangan vtuber di Indonesia) 3. Kadang vtuber, khususnya yang vtuber perempuan, digunakan oleh penontonnya untuk mendapatkan love advice atau life advice in general. Negatif 1. Peristiwa parasocial relationship yang semakin sering terjadi, baik untuk vtuber maupun content creator lainnya. 2. Beberapa orang mungkin terlalu banyak mengeluarkan uang untuk oshinya.

15	Dampak positif : Stress berkurang, menambah pengetahuan yang baru, Jadi ingin lebih tau lebih dalam apa itu VTuber bagaimana cara membuat character VTuber Dampak Negatif : Banyak yang halu, donasi terkadang diluar nalar
16	Dampak positif: Kultur meme, musik, referensi seni rupa Dampak negatif: ngesimp
17	dampak positif menghibur dampak negatif buang duit buang waktu

Tabel IV

**Pendapat Responden Terhadap Dampak Positif dan Dampak Negatif
VTuber**

1	Tanggapan terhadap dampak positif ya bagus juga karena orang-orang yang berminat dalam bidang hiburan bisa mencoba eksplorasi di media baru. Untuk yang negatif ya menurut saya GWS, harusnya fanatisme seperti itu bisa dikurangi dan dikontrol supaya setidaknya cukup merugikan diri sendiri, jangan orang lain
2	Gunakan vtuber sekadarnya dan sebagai hiburan.. Serta tidak berlebihan
3	Santuy
4	Just dont simp

5	positif: its a good thing i guess negatif: mungkin keek jangan terlalu berlebihan atau fanatik karena di belakang vtuber itu juga manusia biasa (yang mungkin mengharapkan fansnya untuk produktif juga)
6	Dampak positifnya cukup dinikmati saja, dan buat dampak negatifnya, personally, harus dicoba untuk tidak terlalu memiliki hubungan parasosial yang terlalu tinggi ke mereka
7	gatau
8	Terlepa dari dampak negatifnya, VTuber memberi lebih banyak dampak positif bagi masyarakat Indonesia
9	Gatau
10	menjadi penonton yg bijak & tanggung jwb
11	Sebaiknya orang yang menonton vtuber mampu mengendalikan diri mereka agar tidak merugikan diri mereka sendiri
12	Yang pasti sih common sense, soalnya vtuber juga manusia dan kita harus berlaku sewajarnya ke sesama manusia. Terus yang perlu dilakukan juga adalah memaksimalkan potensi vtuber di Indonesia untuk memajukan negara di bidang entertainment maupun ekonomi.
13	Saya hanya menikmati saja, jangan lupa rules 0: Common Sense
14	Menyaring konten
15	cukup sebagai media hiburan

3.8 Potensi Industri Kreatif VTuber dalam Bidang Pendidikan dan Ekonomi

Untuk mendukung hipotesis penulis, dilakukan survey yang kemudian disajikan dalam bentuk *pie chart*. Gambar 3.8 menyatakan perbandingan jumlah responden yang pernah mengeluarkan uang untuk sesuatu yang berkaitan dengan VTuber dan yang tidak pernah mengeluarkan uang.

Gambar 3.8
Persentase Mahasiswa ITB yang Pernah Membelanjakan Uangnya
untuk Sesuatu yang Berhubungan dengan VTuber



Namun, dari 17 responden yang mengisi formulir, hanya terdapat 33,3% yang pernah membelanjakan uangnya untuk sesuatu yang berhubungan dengan VTuber.

Terhadap 33,3% responden yang pernah membelanjakan uang untuk sesuatu yang berkaitan dengan VTuber ditanyakan rentang jumlah uang yang telah dikeluarkan, yang disajikan pada Gambar 3.9 di bawah ini.

Gambar 3.9
Jumlah Uang yang Pernah Dikeluarkan Mahasiswa ITB



Hasil survey di atas tidak mendukung hipotesis penulis tentang industri VTuber dapat membantu perkembangan ekonomi. Namun, masih ada kemungkinan untuk hipotesis penulis jika dilakukan penelitian dengan responden yang lebih banyak.

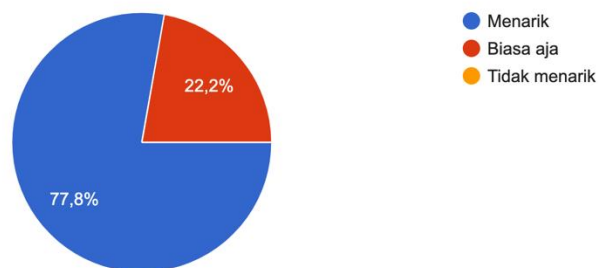
Di sisi lain, penulis juga menanyakan pada responden tentang bagaimana jika VTuber, dengan keunikan dan daya tariknya, mungkin dimanfaatkan untuk keperluan konten edukasi agar menjadi lebih menarik.

Gambar 3.10

**Pendapat Mahasiswa ITB tentang Pemanfaatan VTuber untuk
Keperluan Edukasi**

Bagaimana pendapat kamu jika konten materi belajar disajikan oleh VTuber?

18 jawaban



Hasil survey menunjukkan 77,8% dari responden menganggap konten materi belajar yang disajikan dengan memanfaatkan daya Tarik VTuber menarik. Hal ini mendukung hipotesis penulis tentang VTuber dapat membantu perkembangan dalam bidang pendidikan.

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan survey dari Bab III tentang Persepsi Mahasiswa ITB terhadap Maraknya Fenomena Streamer Virtual *Youtuber* di Media Sosial, Penulis dapat menarik kesimpulan untuk menjawab tujuan dari makalah ini sebagai berikut:

1. VTuber merupakan *content creator* YouTube yang menggunakan animasi 2D atau 3D. Namun, seiring berjalannya waktu, platform yang digunakan oleh VTuber ini semakin beragam, contohnya adalah Twitch dan Nimo TV.
2. Pandangan Mahasiswa ITB terhadap VTuber sangat beragam dan dapat dilihat pada Bab III bagian 3.6 di Tabel II. VTuber menjadi tren baru untuk dunia *entertainment* dan idol yang dijadikan sebagai bahan hiburan oleh para mahasiswa ITB, dengan adanya keunikan dan nuansa khas baru menjadi salah satu daya tarik dari VTuber. VTuber dapat menjadi alternatif untuk bisa mengekspresikan diri tanpa harus mengungkapkan identitas diri orang tersebut, dengan dalih menggunakan karakter animasi 2D atau 3D sebagai pelakon dari ekspresivitas yang disampaikan atau *entertainment* kepada para penontonnya nanti. Tren VTuber

3. menjadi lebih ramai karena komunitasnya berkembang dengan cukup baik dan banyaknya pasar atau orang yang terjun ke dunia *entertainment* tersebut, dengan semakin ketatnya pasar maka akan meningkatkan kreativitas pemuda Indonesia dengan membawakan hal-hal unik lainnya yang menjadikan nama Indonesia dikenal di kalangan komunitas penggemar VTuber di negara lain.
4. Sebagian besar mahasiswa ITB yang menggemari Vtuber, menonton Vtuber karena kontennya yang unik, kreatif, khas, dan seru untuk di tonton. Vtuber yang sedang tren di bidang *entertainment* membawakan suatu konsep baru yaitu dengan menjadikan karakter dari dunia animasi yang dapat berinteraksi dengan manusia dari dunia asli secara real-time dengan melakukan streaming sebagai sarana mediasinya. Karakter animasi dari Vtuber yang lucu, keren, ganteng, dan cantik menjadikannya karakter tersebut menarik untuk dilihat, pembawaan karakternya yang sesuai dengan wajah dari animasi tersebut menjadikan poin yang bagus juga untuk ditampilkan kepada para penonton. Konten yang diberikan dapat berupa menyanyi, menggambar, voice acting, dan sebagainya dapat menjadi hiburan untuk dijadikan sebagai alasan menggemari Vtuber.
5. Dampak positif dan negatif dari suatu tren tidak dapat dihindari dan menurut mahasiswa ITB dampak tersebut dapat dilihat pada bab 3.7 di tabel III. Dampak positif dari Vtuber membawakan suatu hal

baru di bidang entertainment Indonesia yang membuka lahan pekerjaan baru pada dunia hiburan atau sekadar mengembangkan minat dan bakat. Industri kreatif Indonesia semakin berkembang pesat, tidak monoton, dan dapat dikenal hingga ke luar negeri, ini juga menjadi peluang bagi para konten kreator untuk ikut dalam pasar Vtuber ini dengan kreativitas tanpa batas identitas orang atau citra yang harus dijaga. Vtuber juga berdampak positif bagi yang sedang mencari hiburan untuk menjadi alternatif penghilang stress dikala jenuh atau bosan, Vtuber dengan ciri khasnya masing-masing dapat menjadi hiburan yang menyegarkan. Selain dampak positif, dampak negatif dari Vtuber dapat berupa kecanduan dan lupa waktu waktu, tidak sebagaimana sarana hiburan seharusnya digunakan hanya untuk sementara. Vtuber yang baru dikenal di Indonesia dan langsung menjadi tren secara tiba-tiba tentunya akan membuat komunitas yang meningkat secara pesat tetapi tidak terstruktur dengan baik sehingga akan terbentuknya toxic community yang tidak bagus untuk para penggemar maupun Vtuber tersebut kedepannya. Tren Vtuber dapat menjadi positif atau negatif tergantung dari kita menanggapinya, karena ini merupakan hal yang baru dimasyarakat Indonesia sehingga kita juga harus menyesuaikan dan beradaptasi dengan tren tersebut agar tidak menjadi suatu hal yang negatif dan mengambil hal positifnya saja.

6. Pengaruh dari tren Vtuber ini dapat dioptimalkan dengan kesadaran diri kita sendiri sebagai penonton yang bijak dalam bertindak dan berperilaku agar tidak menyebarkan hal yang merugikan Vtuber dan komunitasnya. Sebagai penonton yang bijak kita dapat memilih konten yang kita inginkan dan menjadikannya sebagai hiburan semata, tidak berlebihan dalam menggemari Vtuber sampai fanatik yang menurunkan kualitas komunitas dari Vtuber Indonesia. Kita juga dapat mengoptimalkan pasar Vtuber dengan menjadikan itu sebagai sarana baru untuk dunia entertainment yang membuka lahan pekerjaan baru bagi yang menggemari dunia hiburan dan konten kreator, bagi yang berkerja pada bidang animasi juga dapat mengoptimalkan kesempatan ini dengan membuat karakter Vtuber yang menarik penonton sebagai bahan produk industri yang baru.

4.2 Saran

Pada proses pembuatan makalah ini, kami sebagai penulis dapat memberikan beberapa saran kepada kami sendiri dan para pembaca untuk menjadikan ini sebagai bahan evaluasi dan untuk meningkatkan kualitas yang lebih baik lagi kedepannya. Peneliti diharapkan dapat menemukan referensi yang lebih baik dan melakukan riset dengan metode survey lebih mencakup orang banyak sehingga data yang didapatkan lebih bervariasi dan bermanfaat untuk masyarakat. Mahasiswa ITB dapat menjadikan Vtuber sebagai sarana hiburan

dikala jenuh atau sedang stress menghadapi pembelajaran yang sulit. Mahasiswa ITB diharapkan dapat mengambil nilai positif dari maraknya tren Vtuber di Indonesia dan menjadikan nilai negatifnya sebagai pembelajaran. Mahasiswa ITB dapat mengoptimalkan kesempatan tren Vtuber di Indonesia ini untuk mengubah hobi menjadi sesuatu yang menghasilkan uang. Vtuber diharapkan kedepannya dapat menjadi salah satu sumber atau media pembelajaran online.

DAFTAR PUSTAKA

- Pribadi, K., Sadiq, Z. A., & Susanti, A. (2022). Analisis Media Siber pada Siaran Lansung Virtual Youtuber Ayunda Risu. *MEDIAKOM*, 5(2), 121-143.
- Saputra, D. I. S., & Setyawan, I. (2021). Virtual YouTuber (VTuber) sebagai Konten Media Pembelajaran Online. *Prosiding SISFOTEK*, 5(1), 14-20.
- Susanti, N. P., Koesoemadinata, M. I. P., & Belasunda, R. (2023). The use of virtual YouTuber for online learning. In *Embracing the Future: Creative Industries for Environment and Advanced Society 5.0 in a Post-Pandemic Era* (pp. 247-251). Routledge.
- Puspitaningrum, D. R., & Prasetyo, A. (2019). Fenomena “Virtual Youtuber” Kizuna Ai di Kalangan Penggemar Budaya Populer Jepang di Indonesia. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 128-140.
- Hung, Jane. 2022. "VTubers", <https://taidajournal.tumblr.com/post/681566548464369664/vtubers>, diakses pada 17 November 2022 pukul 15.32.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

PENGAJUAN TOPIK, TEMA, DAN JUDUL

Kelompok : 13

Kelas : 11 / KU1011

- Konstan Aftop Anewata Ndruru (16322006)
- Ichsan Fachri Siroj (16322102)
- Raffa Farli Albana (16322250)
- Richo Chandra Welly Putra Kuswoyo (16322306)

TOPIK, TEMA, DAN JUDUL PENELITIAN TATA TULIS KARYA

ILMIAH

1. **Topik** : Supporter Sepakbola
Tema : Pemeliharaan Supporter Sepakbola
Judul : Pemeliharaan Supporter Sepakbola Melalui Pembuatan Lisensi Kartu Edukasi Sebagai Syarat Menonton Pertandingan
2. **Topik** : Virtual Youtuber
Tema : Fenomena Streamer Virtual Youtuber (VTuber) di Masa Kini
Judul : Persepsi Generasi Milenial Terhadap Maraknya Fenomena Streamer Virtual Youtuber di Media Sosial
3. **Topik** : Kurikulum Merdeka
Tema : Penerapan Kurikulum Merdeka
Judul : Dampak Penerapan Kurikulum Merdeka Terhadap Keefektifan Perkuliahan Menurut Perspektif Mahasiswa Indonesia

Catatan : silakan pilih salah satu, judul yang kalian ajukan menarik semuanya



telah diperiksa 9 Oktober 2022

LAMPIRAN 2

KERANGKA KARANGAN FORMAL

Topik : Virtual Youtuber

Tema : Fenomena Virtual Youtuber (VTuber) di masa kini

Judul : Potensi industri VTuber terhadap perkembangan sosial, pendidikan, ekonomi, dan budaya di Indonesia.

Rumusan Masalah :

1. Apa yang dimaksud dengan Virtual Youtuber?
2. Bagaimana pandangan generasi milenial terhadap VTuber?
3. Apa yang menjadi motif generasi milenial menggemari VTuber?
4. Apa saja dampak positif dan dampak negatif yang mungkin ditimbulkan oleh fenomena VTuber terhadap generasi milenial?
5. Bagaimana cara mengoptimalkan pengaruh dari fenomena VTuber?

Tujuan :

1. Mengetahui pengertian dari Virtual Youtuber.
2. Mengetahui pandangan generasi milenial terhadap VTuber.
3. Mengetahui motif generasi milenial menggemari VTuber.
4. Mengetahui dampak positif dan dampak negative yang mungkin ditimbulkan oleh fenomena VTuber terhadap generasi milenial.
5. Mengetahui cara mengoptimalkan pengaruh dari fenomena VTuber.

Aspek yang diteliti :

1. Pengertian Virtual Youtuber menurut berbagai literatur.

2. Rasio antara generasi milenial yang mengetahui adanya fenomena VTuber dan yang tidak.
3. Rasio antara generasi milenial yang menyukai VTuber dan yang tidak.
4. Penyebab generasi milenial menggemari VTuber.
5. Platform yang digunakan oleh penggemar untuk menonton VTuber.
6. Pengaruh VTuber pada aspek sosial, pendidikan, dan budaya
7. Perkembangan VTuber di Indonesia
8. Potensi industri kreatif VTuber sebagai lapangan kerja baru

Metode Penelitian :

1. Studi pustaka
2. Metode kuantitatif melalui observasi
3. Metode survei melalui wawancara dan kuesioner

LAMPIRAN 3

KERANGKA KARANGAN TOPIK

Judul : Persepsi generasi milenial terhadap maraknya fenomena VTuber di media sosial

BAB I : PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang dan Rumusan Masalah
 - 1.1.1 Latar belakang
 - 1.1.2 Rumusan masalah
- 1.2 Tujuan Penelitian dan Manfaat
- 1.3 Ruang Lingkup Kajian
- 1.4 Metode dan Teknik Pengumpulan Data
 - 1.4.1 Metode
 - 1.4.2 Teknik Pengumpulan Data
- 1.5 Sistematika Penulisan

BAB II : TEORI DASAR VTUBER

- 1.1 Pengertian VTuber
- 1.2 Konten yang Diberikan
- 1.3 Platform yang Digunakan
- 1.4 Target Pemasaran

BAB III : PERSEPSI MAHASISWA ITB TERHADAP MARAKNYA FENOMENA VTUBER DI MEDIA SOSIAL

- 1.1 Fenomena VTuber di Media Sosial.
- 1.2 Pandangan Generasi Milenial Terhadap VTuber.
- 1.3 Frekuensi para penggemar dalam menonton VTuber.
- 1.4 Dampak negatif yang ditimbulkan oleh VTuber.
- 1.5 Penanganan dampak negatif yang diakibatkan tren VTuber.

- 1.6 Potensi kelebihan yang dimiliki oleh maraknya VTuber.
- 1.7 Keterkaitan potensi kelebihan VTuber terhadap generasi milenial.

BAB IV : SIMPULAN DAN SARAN

- 1.1 Simpulan
- 1.2 Saran

LITERATUR

Zhou, Xin. "Virtual YouTuber Kizuna AI." Yaitu, *L u n d U*: 205.

KURNIAWAN, A. A. (2021). *ANALISIS SELF-BRANDING OF VTUBER" GAWR GURA" MELALUI INTERAKSI ONLINE* (Disertasi Doktor, Universitas Gadjah Mada)

Normah, N., Rifai, B., Vambudi, S., & Maulana, R. (2022). *Analisa Sentimen Perkembangan Vtuber Dengan Metode Support Vector Machine Berbasis Smote*. Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI , 8 (2), 174-180.



Catatan : Pada Bab I silakan tambah aspek yang diteliti menjadi 8

LAMPIRAN 4

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Teknologi komunikasi merupakan sebuah sarana yang dapat menghubungkan seseorang dengan lawan komunikasinya melalui sebuah perangkat. Saat ini, teknologi komunikasi sudah berkembang sangat pesat. Jika dulu berkomunikasi dengan lokasi yang relatif jauh harus berkirim surat yang memakan waktu lama, saat ini kita dapat 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*).

Dengan terciptanya media siber, saat ini hampir semua orang mampu melakukan siaran langsung sendiri. Contohnya hari ini hampir semua orang mampu melakukan siaran langsung melalui media siber seperti Instagram, Twitch, YouTube, atau Discord. 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 pada *platform* seperti Twitter, YouTuber, Twitch.

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 milenial

Faktanya pada 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.

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. Seperti Kobo Kanaeru yang saat ini telah menjadi selebritas internet. Selain mengisi siaran langsung melalui YouTube, Kobo Kanaeru 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 Kobo Kanaeru pada kanal YouTube miliknya telah memiliki 1,66 juta subscriber, 1,66 juta merupakan angka yang bisa dibilang fantastis mengingat Kobo Kanaeru sendiri merupakan Virtual Youtuber yang hanyalah sebuah karakter 2D dan 3D.

Fenomena serta fakta yang sudah di uraikan di atas menjadi dasar bagi Penulis untuk mengangkat bahan ini sebagai bahan penelitian untuk skripsi yang Berjudul “Persepsi Generasi Milenial Terhadap Maraknya Fenomena VTuber di Media Sosial”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis kemukakan, penelitian ini akan membahas beberapa hal, yaitu

1. Apa yang dimaksud dengan Virtual Youtuber?
 2. Bagaimana pandangan generasi milenial terhadap VTuber?
 3. Apa yang menjadi motif generasi milenial menggemari VTuber?
 4. Apa saja dampak positif dan dampak negatif yang mungkin ditimbulkan oleh fenomena VTuber terhadap generasi milenial?
- Bagaimana cara mengoptimalkan pengaruh dari fenomena VTuber?
-

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis kemukakan, penelitian ini akan membahas beberapa hal sebagai berikut.

1. Mengetahui pengertian dari Virtual Youtuber.
2. Mengetahui pandangan generasi milenial terhadap VTuber.
3. Mengetahui motif generasi milenial menggemari VTuber.
4. Mengetahui dampak positif dan dampak negative yang mungkin ditimbulkan oleh fenomena VTuber terhadap generasi milenial.
5. Mengetahui cara mengoptimalkan pengaruh dari fenomena VTuber.

4. Anggapan Dasar

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”.

5. **Hipotesis**

Industri VTuber berpotensi terhadap perkembangan sosial, pendidikan, ekonomi, dan budaya.

6. **Ruang Lingkup Kajian**

Untuk menjawab rumusan masalah di atas, penulis akan mengkaji hal-hal berikut.

1. Pengertian Virtual Youtuber menurut berbagai literatur.
2. Rasio antara generasi milenial yang mengetahui adanya fenomena VTuber dan yang tidak.
3. Rasio antara generasi milenial yang menyukai VTuber dan yang tidak.
4. Penyebab generasi milenial menggemari VTuber.
5. Platform yang digunakan oleh penggemar untuk menonton VTuber.
6. Pengaruh VTuber pada aspek sosial, pendidikan, dan budaya.
7. Perkembangan VTuber di Indonesia.
8. Potensi industri kreatif VTuber sebagai lapangan kerja baru.

7. **Metode dan Teknik Pengumpulan Data**

1. Studi literatur

Studi Pustaka adalah kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian dengan mempelajari berbagai literatur serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis.

2. Metode survei

Metode ini dilakukan dengan memanfaatkan platform kuesioner online yang akan disebar ke target penelitian untuk mendapatkan data terkait penelitian yang dilakukan.

8. **Sistematika Penulisan**

Makalah ini penulis bagi menjadi empat bab. Bab pertama merupakan bab pendahuluan yang berisi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, metode dan teknik pengumpulan data, dan sistematika penulisan. Bab kedua merupakan bab teori, penulis akan membahas pengertian VTuber, Konten VTuber, Platform yang digunakan VTuber, dan Target pemasaran industri VTuber. Bab ketiga merupakan bab analisis, penulis akan membahas, Fenomena VTuber di media sosial, Pandangan generasi milenial terhadap VTuber, Frekuensi para penggemar dalam menonton VTuber, Dampak negatif yang ditimbulkan oleh fenomena VTuber, Penanganan dampak negatif yang ditimbulkan oleh VTuber, Potensi kelebihan yang dimiliki oleh maraknya fenomena VTuber, dan keterkaitan potensi kelebihan VTuber terhadap generasi milenial. Bab keempat merupakan bab simpulan.



LAMPIRAN 5

BAB II

TEORI DASAR VTUBER

2.1 Pengertian VTuber

VTuber merupakan konten kreator youtube yang menggunakan animasi 2D atau 3D. Namun, seiring berjalannya waktu, platform yang digunakan oleh VTuber ini semakin beragam, contohnya : Twitch, dan Nimo, ~~dan sebagainya~~. Maraknya fenomena VTuber di masa kini membuka ruang industri kreatif baru. Ruang industri baru ini tentu memiliki potensi yang luar biasa jika dapat dioptimalkan. Selain itu, potensi dari maraknya VTuber ini dapat dimanfaatkan dalam inovasi di bidang bidang meliputi : sosial, budaya, dan pendidikan

2.2 Konten yang Disampaikan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia V (2020), Konten merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Para Virtual Youtuber dengan sebutan VTuber sering sekali menampilkan sebuah konten yang menarik pada saluran pribadinya. Konten yang diberikan biasanya berupa konten hiburan maupun konten pembelajaran.

Konten yang umum ditawarkan oleh VTuber saat msiaran langsung biasanya berupa hiburan seperti bermain game, menggambar, talkshow, atau bernyanyi, ~~dan lain-lain~~ (Kukuh Pribadi, dkk). Sedangkan, ~~d~~ Dalam media pembelajaran audio visual atau dalam bentuk video semakin banyak digunakan, terlebih dalam era digital saat ini dan era Revolusi Industri 4.0 serta dalam kondisi Pandemi COVID-19 pada kurun waktu terakhir ini. Penggunaan media pembelajaran dalam bentuk video juga banyak digunakan dalam berbagai macam platforme-Learning dan MOOC (Massive Open Online Courses). Ada beberapa pilihan *platform* tersebut yang dapat digunakan di Indonesia seperti Ruang Guru, Spada Indonesia, Bengkel Animasi, GMOOC.id, MOOC Aptikom, dan IndonesiaX, sedangkan platform global lainnya seperti Coursera, Linda, Udemy, edX, Khan Academy, Skillshare, Udacity dan masih banyak lainnya (~~Dhanar Intan Surya Saputra,~~ tahun???) ORI3.

2.3 Platform yang Digunakan

Platform adalah tempat yang digunakan untuk menjalankan perangkat lunak sistem. Dalam pengertian ini, platform memberikan berbagai dampak baik, sebagai pelengkap seseorang dalam melakukan sistematisasi perangkatnya (Andika, [tahun](#)).

Platform media sosial yang digunakan para *streamer* VTuber untuk melakukan siaran langsung yaitu YouTube, Twitch, Facebook, Instagram, dan Tiktok. Platform yang saat ini populer digunakan oleh *streamer* VTuber adalah YouTube.

2.4 Target Pemasaran

Target pemasaran merupakan suatu kelompok konsumen yang menjadi sasaran pendekatan bisnis untuk membeli produk atau jasa yang hendak ditawarkan. Dengan kata lain, target pemasaran adalah kelompok yang akan dilayani sebagai konsumen, dan biasanya mempunyai rentan usia, sifat dan karakter yang hampir sama.

Target pemasaran dari Vtuber dapat bermacam-macam, tergantung dari platform yang digunakan dan konten yang mereka berikan. Walaupun Vtuber bermacam-macam, tapi pada intinya Vtuber menjual jasa yang mereka berikan dan dibayar dalam bentuk adsense, donasi berupa saweran, tiket konser, sponsor yang bekerjasama, merchandise yang dijual, hak cipta atas kepemilikan konten, dan jasa lainnya tergantung dari Vtuber tersebut.

Secara umum, target pemasaran dari Vtuber dalam aspek umur berkisar umur remaja hingga dewasa atau 12 tahun ke atas. Dalam aspek sifat dan karakter, target pemasaran Vtuber adalah para remaja atau orang dewasa yang memiliki minat terhadap anime atau karakter fiksi 2 dimensi dan 3 dimensi yang dipopulerkan oleh budaya Jepang, sehingga secara umum dalam aspek sifat dan karakter, target pemasaran dari vtuber adalah para otaku yang memang memiliki hobi, sifat, dan karakteristik seperti diatas.

Sebagai contoh, salah satu perusahaan Vtuber terbesar di dunia yaitu Hololive yang memiliki pusat di Jepang yang memiliki nama Hololive JP dan memperluasnya dengan membuka cabang di Indonesia dengan nama Hololive ID dan di internasional dengan nama Hololive EN. Hololive menggunakan Youtube, Bilibili, dan Twitter sebagai platform mereka mencari peminat dari

pusatnya yaitu Jepang hingga ke overseas, dengan menggunakan platform tersebut maka, target pemasaran mereka adalah para remaja hingga orang dewasa yang memiliki hobi sebagai otaku dan orang yang sudah memiliki penghasilan. Hololive yang sudah beroperasi sejak 2017, sekarang memiliki lebih dari 60 talent Vtuber yang berada di bawah naungannya dan memiliki total lebih dari 43 juta pelanggan atau penggemar di Youtube.

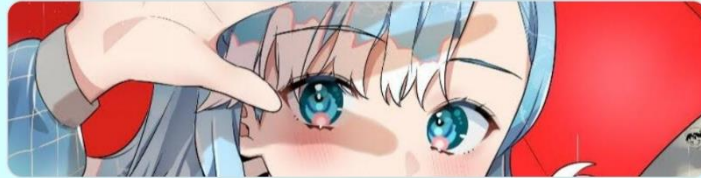


LAMPIRAN 6

TABEL KONTRIBUSI

No	Nama	Kontribusi
1	Konstan Aftop Anewata Ndruru (16322006)	Bab 1 bagian 1.2, 1.3, 1.5, 1.6, dan 1.8 Bab 2 bagian 2.1, Bab 3 bagian 3.6-3.8 Membuat Google Form Revisi akhir
2	Ichsan Fachri Siroj (16322102)	Daftar Gambar, Daftar Lampiran Bab 1 bagian 1.1 (Latar Belakang Masalah), Bab 2 bagian 2.3, Bab 3 bagian 3.1-3.5, Lampiran Membuat Google Form
3	Raffa Farli Albana (16322250)	Bab 1 bagian 1.2, 1.3, 1.6, Bab 2 bagian 2.4, Kesimpulan, Saran, Membuat Google Form

4	<p>Richo Chandra Welly Putra Kuswoyo</p> <p>(16322306)</p>	<p>Prakata</p> <p>Daftar Isi</p> <p>Daftar Lampiran</p> <p>Abstrak</p> <p>Bab 1 bagian 1.5, 1.6, dan 1.7</p> <p>Bab 2 bagian 2.2</p> <p>Riwayat Hidup Penulis</p> <p>Revisi akhir</p>
---	--	---

LAMPIRAN 7**KUESIONER**

Persepsi Mahasiswa ITB Terhadap Maraknya Fenomena VTuber di Indonesia

>///



ichsanfachri8@gmail.com
(tidak dibagikan) [Ganti akun](#)



* Wajib

Nama : *boleh nama samaran :) *

Jawaban Anda

Fakultas/Sekolah: *

- ☐ FITB
- ☐ FMIPA
- ☐ FSRD
- ☐ FTI
- ☐ FTMD
- ☐ FTTM
- ☐ FTSL
- ☐ SAPPK
- ☐ SBM
- ☐ SF
- ☐ SITH
- ☐ STEI

Angkatan: *

- ☐ 2019
- ☐ 2020
- ☐ 2021
- ☐ 2022



Jenis kelamin *

- ☐ Laki - laki
- ☐ Perempuan
- ☐ Memilih untuk tidak menyebut

Berikutnya

Kosongkan formulir

Fenomena VTuber di Indonesia

Apakah kamu sudah tahu VTuber sebelumnya? *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Jika Ya, apakah kamu merupakan salah satu penggemar konten VTuber?. Jika tidak, ketik " - " pada lainnya. *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak
- ☐ Yang lain: _____

Platform apa yang biasa kamu gunakan *
untuk menonton Vtuber?

- ☐ YouTube
- ☐ Twitch
- ☐ Facebook
- ☐ Bilibili
- ☐ Yang lain: _____

Frekuensi kamu menonton VTuber dalam *
satu minggu?

- ☐ <5 jam per minggu
- ☐ 5-10 jam per minggu
- ☐ >10 jam per minggu

Bagaimana pandangan kamu tentang *
VTuber di Indonesia?

Jawaban Anda _____

Apa alasan kamu menggemari VTuber? * *

Jika tidak menggemari, isi kolom jawaban dengan " - "

Jawaban Anda

Apakah kamu pernah membelanjakan uang untuk sesuatu yang berhubungan dengan VTuber? (Donasi, Merchandise, dll) *

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Jika Ya, berapa total uang yang pernah kamu habiskan? *

- ☐ Rp 0
- ☐ Rp.1 - Rp 100.000,00
- ☐ Rp 100.001,00 - Rp 500.000,00
- ☐ Rp 500.001,00 - Rp 2.000.000,00
- ☐ >Rp 2.000.000,00

Menurut kamu, apa dampak positif dan dampak negatif tentang VTuber di Indonesia? *

Jawaban Anda

Bagaimana kamu menanggapi dampak positif dan negatif tersebut?

Jawaban Anda

Konten apa yang kamu suka dalam Vtuber?

- ☐ Gaming
- ☐ Musik

Bagaimana pendapat kamu jika konten materi belajar disajikan oleh VTuber? *

- ☐ Menarik
- ☐ Biasa aja
- ☐ Tidak menarik



RIWAYAT HIDUP

Konstan Aftop Anewata Ndruru



Konstan Aftop Anewata Ndruru dengan panggilan Waru lahir di Nias Selatan pada tanggal 25 Februari 2004. Waru merupakan anak ke dua dari tiga bersaudara. Ia memiliki hobi mendengarkan musik dan bermain *game*. Sewaktu SMP, ia berkeinginan menjadi seorang produser musik. Saat itu, ia sempat merilis beberapa karya. Namun, sejak SMA, ia lebih tertarik untuk berkontribusi di dalam dunia pendidikan . Sejak kecil, Waru berdomisili di Pulau Nias.Namun, sekarang ia berdomisili di Asrama Sangkuriang ITB, Kota Bandung. Dengan riwayat pendidikan SD, SMP, dan SMA Swasta Bintang Laut, ia pernah menorehkan beberapa prestasi seperti Juara 2 KSK Fisika tahun 2020 tingkat Kab. Nias Selatan dan Lomba Cipta Lagu Tingkat Nasional Kemendikbud Puspeka 2020. Ia memiliki keinginan untuk menjadi seorang scientist yang kemudian membawa dirinya untuk menempuh pendidikan di Institut Teknologi Bandung tepatnya di Fakultas Ilmu dan Teknologi Kebumian. Waru sangat menyukai metode pengajaran Dr. Tri Sulistyaningtyas, S.S., M.Hum. yang menggunakan konsep gamifikasi dalam mengajar.

Ichsan Fachri Siroj

Ichsan Fachri Siroj merupakan anak ketiga dari empat bersaudara. Dengan nama panggilan Ichsan atau Fachri ia dilahirkan di Sukoharjo pada tanggal 29 April 2003. Ichsan memiliki hobi menonton anime, bermain *game*, serta jalan-jalan. Ia sejak lahir hingga umur 5 tahun tinggal di



Sukoharjo, Jawa Tengah. Lalu, ia bersekolah di SDN Ciporeat 4 Bandung dengan lingkungan yang kental dengan budaya Sunda-nya dan harus beradaptasi dengan lingkungan baru. Begitupun setelah masuk SMPN 8 Bandung dan SMKN 7 Bandung. Selama ia bersekolah di SMKN 7 Bandung, ia pernah bergabung dalam *ekstrakurikuler Chemical Seven Badminton Club (CSBC)* SMKN 7 Bandung. Setelah lulus bekerja sebagai Quality Control selama 8 bulan dan kini memilih untuk melanjutkan studi di FITB ITB. Keinginan untuk menempuh pendidikan lanjut di ITB karena ingin mencari ilmu tentang sains dan teknologi yang sangat baik serta alasan masuk FITB karena ia merasa semua jurusan di FITB mayoritas kegiatannya berkuliah lapangan. Ichsan memiliki quotes favorit, "*Don't be sad because everything will be*". Makna dari quotes itu menurut Ichsan adalah hidup kita sudah ada yang mengatur dan kita hanya perlu menjalaninya saja.



Raffa Farli Albana

Raffa Farli Albana sering dipanggil Raffa atau Al lahir di Depok, 11 Oktober 2004. Raffa adalah anak kedua dari ketiga bersaudara lahir dari ibu yang bernama Amelia Permanasari dan ayah yang bernama Famori Didi Pamungkas. Raffa seorang laki-laki keturunan Jawa (Yogyakarta). Hobi Raffa

adalah sepak bola, badminton, bermain *game*, menonton film misteri dan *psychology*, dan membaca komik. Ia pernah menempuh pendidikan di SD Tugu Ibu 1 Depok, SMPN 3 Depok, dan SMAN 2 Depok. Sewaktu ia menempuh pendidikan saat SD-Sma, ia pernah meraih berbagai prestasi seperti pernah mengikuti lomba matematika saat SD dan SMP, mengikuti syuting suatu film pendek , serta meraih Nilai UN terbaik. Raffa juga pernah mengikuti ekstrakurikuler teater dan klub sepak bola. Selama Raffa hidup di Depok, ia pernah pindah rumah namun hanya di daerah Depok saja. Saat ini ia berdomisili Bandung di Jalan Cisitubaru. Raffa sangat menyukai kisah-kisah yang menarik dari orang manapun. Ia memiliki quotes favorit, "hiduplah dengan bebas bukan menyimpang". Raffa sangat menyukai cara mengajar Dr. Tri Sulistyaningtyas, S.S., M.Hum. sebagai dosen TTKI K-11 karena beliau sangat baik, perhatian terhadap mahasiswanya, serta sangat bagus metode ajarnya.

Richo Chandra Welly Putra Kuswoyo

Richo Chandra Welly Putra Kuswoyo dengan nama panggilan Richo lahir di Klaten pada tanggal 8 Mei 2004. Ia merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Richo memiliki hobi memasak, menyanyi, serta menonton film dokumenter. Asal daerah Richo adalah Kota



Madiun, Jawa Timur. Richo pernah menempuh pendidikan di SDN 1 Klegen Kota Madiun, SMPN 2 Madiun, serta SMAN 5 Madiun. Selama ia menempuh pendidikan di bangku SD-SMP ia pernah meraih prestasi seperti Juara 3 Olimpiade Matematika oleh WIMA Surabaya serta Juara 8 Besar Pidato Bahasa Inggris oleh WIMA Surabaya. Selain prestasi, Richo juga pernah mengikuti dan aktif dalam kegiatan organisasi sejak SMP hingga sekarang. Keorganisasian atau kepanitiaan yang pernah diikuti Richo antara lain:

1. UKS/PMR SMPN 2 Madiun sebagai Sekretaris
2. DPP SMPN 2 Madiun sebagai Sie Kegiatan dan Acara
3. OSIS SMAN 5 Madiun sebagai SekBid Teknologi dan Informasi
4. PMR SMAN 5 Madiun sebagai Penanggung Jawab Sementara
5. PIK-R Jendela Remaja Kota Madiun
6. Forum Bidik Misi ITB sebagai Staff Sekretaris
7. Kepanitiaan AMI 2023 sebagai Panitia Forum Paguyuban

Ia sejak kecil hingga SMA besar di “Kota Pecel”, namun sekarang harus merantau ke Bandung untuk menempuh pendidikan lanjut di FITB ITB.

Alasan ia memilih ITB karena ia merasa ITB memiliki lingkungan yang sangat positif serta sangat menjunjung tinggi integritas. Sekarang ia berdomisili di Asrama Sangkuriang ITB. Ia juga memiliki motivator yakni Orang Tua nya. Richo merasa karena berkat orang tua, ia bisa berada di ITB sekarang ini. Ia sangat menyukai metode aja serta pembahasan materi yang diajarkan oleh Dr. Tri Sulistyaningtyas, S.S., M.Hum. karena beliau mengajarkan mteri dengan cepat, ringkas, padat dan jelas serta materi yang diajarkan akan berguna untuk kehidupan sehari-hari baik dalam keorganisasian maupun persiapan akhir tahun pendidikan.