

**PRAKTIK KONSUMSI *SUBSCRIBER* DALAM BERLANGGANAN  
*CHANNEL MEMBERSHIP* VTUBER KAELA KOVALSKIA  
(PERSPEKTIF BOURDIEU)**

**THESIS**



**ARIABAGAS PRABANGKARA ATHALLARIQ**

**2221013011**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
TAHUN 2025**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : ARIABAGAS PRABANGKARA ATHALLARIQ

NIM : 2221013011

Tanda Tangan :



Tanggal : 11 Februari 2025

## HALAMAN PENGESAHAN

Universitas Bakrie

### HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : ARIABAGAS PRABANGKARA ATHALLARIQ

NIM : 2221013011

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi Ilmu Sosial

Judul Skripsi : PRAKTIK KONSUMSI *SUBSCRIBER* DALAM  
BERLANGGANAN *CHANNEL MEMBERSHIP* VTUBER  
KAELA KOVALSKIA (PERSPEKTIF BOURDIEU)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima  
sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar  
Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi -  
Universitas Bakrie

#### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Aryo Subarkah Eddyono S.Sos., M.Si.

Penguji 1 : Eli Jamilah Mihadja, Ph. D

Penguji 2 : Dr. Henni Gusfa, S.S., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11 Februari 2025

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kepada Allah SWT, penulis berhasil menyusun dan menyelesaikan Tesis. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Selama mengerjakan Tesis ini, penulis menemukan berbagai halangan dan rintangan, baik internal maupun eksternal. Namun dengan segala dorongan, dukungan serta motivasi, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Pengalaman dan perjuangan Tesis ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dari orang-orang yang ikut membantu dan mendukung penelitian. Dengan penuh rasa ketulusan hati dan terima kasih penulis ucapkan kepada:

**1. Dr. Aryo Subarkah Eddyono S.Sos., M.Si,**

Terima kasih kepada Mas Aryo selaku dosen pembimbing Tesis yang selalu sabar, pengertian dan tulus bersedia memberikan semangat dalam bimbingan Tesis serta memberikan kekuatan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Tesis. Terima kasih atas solusi dan masukan yang diberikan kepada penulis saat penulis menemukan rintangan dan halangan dalam penulisan Tesis.

**2. Dosen Penguji Eli Jamilah Mihardja, Ph. D dan Dr. Henni Gusfa, S.S., M.Si.**

Terima kasih kepada Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji Tesis ini, memberi masukan dan memperbaiki Tesis kearah yang lebih baik. Terima kasih atas saran dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis.

**3. Staff Akademik Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie**

Terima kasih kepada semua staff biro administrasi akademik dan seluruh civitas akademika Universitas Bakrie. Terima kasih untuk semua yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.

**4. Ibu, Babeh dan Bayu**

Terima kasih kepada Ibu tercinta yang telah menjadi sosok orang tua yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam segala bentuk sehingga Tesis ini akhirnya dapat diselesaikan. Terima kasih kepada Babeh yang

selalu mengingatkan serta memberikan bimbingan dan doa, serta kepada adik Bayu yang selalu memberi semangat.

**5. Teman-teman batch 1 Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie**

Terima kasih kepada Teman-teman yang selalu saling mendukung dan telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan Tesis ini. Terima kasih kepada teman-teman yang telah memberikan suka duka dan kebersamaan saat menjalani perkuliahan.

**6. Kaela Kovalskia**

Terima kasih sebesar-besarnya pada Kaela karena telah menemani perjalanan panjangku, dari menyelesaikan kuliah S1, memulai S2, hingga akhirnya menyelesaikan S2. Kegiatanmu baik *streaming* atau *tweet gak jelasmu* memberikan berjam-jam hiburan yang tak ternilai, mencerahkan hari-hariku, dan memberi semangat di saat-saat sulit. *Thank you, Kaela.*

**7. Pemaloe dan Kaeluarga di Kaela's Forge dan Kaela's Workshop**

Terima kasih banyak untuk teman-teman Pemaloe dan Kaeluarga di server Discord Kaela's Forge dan Kaela's Workshop. Bantuan dan diskusi kalian sangat membantu kelancaran penulisan Tesis ini.

**8. Ariabagas Prabangkara Athallariq**

*You did it, man.* Terima kasih untuk selalu ingin belajar, tidak menyerah dan terus berjuang dalam menyelesaikan Tesis ini. *Once again, We are Number One.*

Jakarta, 11 Februari 2025

Penulis



(Ariabagas)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ARIABAGAS PRABANGKARA ATHALLARIQ  
NIM : 2221013011  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Tugas Akhir : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“PRAKTIK KONSUMSI *SUBSCRIBER* DALAM BERLANGGANAN  
*CHANNEL MEMBERSHIP* VTUBER KAELA KOVALSKIA  
(PERSPEKTIF BOURDIEU)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk Pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 Februari 2025

Yang menyatakan,



(Ariabagas)

**PRAKTIK KONSUMSI *SUBSCRIBER* DALAM BERLANGGANAN  
*CHANNEL MEMBERSHIP* VTUBER KAELA KOVALSKIA  
(PERSPEKTIF BOURDIEU)**

**ARIABAGAS PRABANGKARA ATHALLARIQ**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji fanbase VTuber Kaela Kovalskia dan praktik konsumsi membeli langganan YouTube *channel membership* untuk menjadi anggota Kaeluarga. VTuber, atau Virtual YouTuber, adalah kreator konten pada platform *streaming* seperti Twitch atau YouTube yang menggunakan avatar digital untuk untuk menggambarkan diri mereka sendiri, melakukan berbagai aktivitas secara *online* dan berinteraksi dengan penonton. Konten dan aktivitas yang mereka lakukan diantaranya bermain *game*, melakukan karaoke, dan mengobrol dengan penonton. Tujuan penelitian adalah untuk melihat praktik konsumsi yang muncul pada *subscriber* dan melihat alasan mereka berlangganan *membership* melalui habitus, modal dan arena para *subscriber*. Penelitian bersifat kualitatif dengan menggunakan metode netnografi. Teori yang digunakan adalah teori praktik Pierre Bourdieu terkait habitus, modal, dan arena. Pengumpulan data dilakukan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan metode Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan pembentukan habitus pada *subscriber* dari mereka secara rutin menonton *stream* Kaela. Tujuan utama *subscriber* adalah untuk mendapatkan perhatian Kaela dan berinteraksi dengannya. *Subscriber* mencapai tujuan dengan melakukan konversi modal ekonomi menjadi modal simbolik yaitu mengeluarkan uang membeli *membership* untuk menjadi anggota Kaeluarga dan mendapatkan berbagai manfaat *membership*. Modal simbolik meningkatkan peluang untuk mendapatkan perhatian Kaela dan mendapatkan modal sosial dan modal budaya dari bersosialisasi dengan komunitas penggemar Kaela.

**Kata Kunci:** Praktik Konsumsi, YouTube *channel membership*, Hololive, VTuber, habitus

***SUBSCRIBER'S CONSUMPTION PRACTICE IN JOINING VTUBER  
KAELA KOVALSKIA'S CHANNEL MEMBERSHIP (BOURDIEUSIAN  
PERSPECTIVE)***

***ARIABAGAS PRABANGKARA ATHALLARIQ***

---

**ABSTRACT**

*This study examines the fanbase of VTuber Kaela Kovalskia and their consumption practices, particularly their subscription to the YouTube channel membership to become members of Kaeluarga. A VTuber, or Virtual YouTuber, is a content creator on streaming platforms such as Twitch or YouTube who uses a digital avatar to portray themselves, perform activities online and interact with the audience. Their activities include playing games, performing karaoke, and having conversations with viewers. The research explores the consumption practices of subscribers and their reasons for subscribing to the membership through the lens of habitus, capital, and arena. The study is qualitative, using the netnographic method. Pierre Bourdieu's practice theory, focusing on habitus, capital, and arena, is used as the theory. Data collection methods include interviews, observations, and documentation. Data analysis done using Miles and Huberman's method. The results reveal the creation of habitus through routinely watching Kaela's streams. The subscribers' goal is to get Kaela's attention and interact with her. Subscribers achieve this by converting economic capital into symbolic capital, spending money on membership to access its benefits. Symbolic capital increases their chances of getting Kaela's attention and increasing social and cultural capital by interacting with Kaela's fan community.*

**Keywords:** *Consumption Practices, YouTube channel membership, Hololive, VTuber, habitus*



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| PRAKTIK KONSUMSI <i>SUBSCRIBER</i> DALAM BERLANGGANAN<br><i>CHANNEL MEMBERSHIP</i> VTUBER KAELA KOVALSKIA (PERSPEKTIF<br>BOURDIEU)..... | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....  | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....   | iii  |
| UNGKAPAN TERIMA KASIH.....  | iv   |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....   | vi   |
| ABSTRAK.....  | vii  |
| ABSTRACT.....   | viii |
| DAFTAR ISI.....   | ix   |
| DAFTAR ISTILAH.....   | xi   |
| DAFTAR GAMBAR.....  | xv   |
| DAFTAR TABEL.....   | xvi  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN.....  | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....   | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....  | 7    |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....  | 7    |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....   | 7    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....  | 9    |
| 2.1 Definisi Konsep.....  | 9    |
| 2.1.1 Teori Habitus, Modal dan Arena oleh Pierre Bourdieu.....  | 9    |
| 2.1.1.1 Habitus.....  | 9    |
| 2.1.1.2. Modal.....   | 11   |
| 2.1.1.3. Ranah atau Arena.....  | 13   |
| 2.1.2. VTuber.....  | 14   |
| 2.1.2.1 Definisi VTuber.....  | 14   |
| 2.1.2.2 Sejarah VTuber.....   | 15   |
| 2.1.2.3 Hololive.....   | 17   |
| 2.1.2.4 Kaela Kovalskia.....  | 17   |
| 2.1.2.5 YouTube Channel Membership / Kaeluarga.....   | 19   |
| 2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....   | 20   |
| 2.3. Kerangka Pemikiran.....  | 44   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....  | 46   |
| 3.1. Desain dan Pendekatan.....   | 46   |
| 3.2. Subyek.....  | 48   |
| 3.3. Pengumpulan Data.....  | 50   |
| 3.3.1. Sumber Data.....   | 50   |
| 3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....   | 50   |
| 3.3.2.1. Teknik Pengumpulan Data <i>Interview</i> .....   | 50   |
| 3.3.2.2. Teknik Pengumpulan Data Observasi.....   | 51   |

|   |            |
|---|------------|
| 3.4. Analisis Data .....                            | 51         |
| 3.5. Keabsahan Data .....                           | 52         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>55</b>  |
| 4.1 Praktik Konsumsi Subscriber .....               | 57         |
| 4.1.1 Tiara.....                                    | 57         |
| 1. Praktik Konsumsi Kaeluarga.....                  | 57         |
| 2. Alasan Berlangganan Kaeluarga .....              | 60         |
| 2.1 Habitus.....                                    | 60         |
| 2.2 Modal.....                                      | 63         |
| 4.1.2 ScooterBooter .....                           | 65         |
| 1. Praktik Konsumsi Kaeluarga.....                  | 66         |
| 2. Alasan Berlangganan Kaeluarga .....              | 70         |
| 2.1 Habitus.....                                    | 70         |
| 2.2 Modal.....                                      | 70         |
| 4.1.3 FayNatico .....                               | 72         |
| 1. Praktik Konsumsi Kaeluarga.....                  | 73         |
| 2. Alasan Berlangganan Kaeluarga .....              | 76         |
| 2.1 Habitus.....                                    | 76         |
| 2.2 Modal.....                                      | 78         |
| 4.2. Diskusi Praktik Konsumsi Kaeluarga.....        | 81         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>              | <b>90</b>  |
| 5.1 Kesimpulan.....                                 | 90         |
| 5.2 Keterbatasan dan Kendala Penelitian .....       | 92         |
| 5.3 Saran .....                                     | 93         |
| 1. Saran Akademis.....                              | 93         |
| 2. Saran Praktis.....                               | 94         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                         | <b>95</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                | <b>105</b> |

## DAFTAR ISTILAH

| Istilah                       | Definisi  |
|-------------------------------|---|
| Community Server / Fan Server | Server Discord tidak resmi yang dibuat dan dikelola oleh penggemar, berfungsi sebagai tempat khusus bagi penggemar untuk berkumpul, berinteraksi, dan berbagi minat mereka terkait konten VTuber, kreator, atau Hololive. Server ini terpisah dari saluran resmi yang dikelola oleh VTuber atau agensinya.  |
| Discord                       | Platform komunikasi yang populer di kalangan komunitas <i>game</i> dan <i>streaming</i> . Platform ini memungkinkan penggemar untuk bergabung dengan server tempat mereka dapat mengobrol, berbagi konten, dan berinteraksi dengan orang lain yang memiliki minat yang sama. Banyak komunitas penggemar VTuber menggunakan Discord untuk interaksi di luar <i>streaming</i> . |
| Cover Corporation             | Perusahaan Jepang yang merupakan perusahaan induk Hololive Production. Perusahaan ini bertanggung jawab untuk mengelola dan memproduksi VTuber di bawah merek Hololive.   |
| Generations (Gen)             | Anggota Hololive dikelompokkan ke dalam "generasi" berdasarkan waktu debut mereka. Setiap generasi terdiri dari beberapa VTuber yang debut pada waktu yang hampir bersamaan dan sering kali memiliki tema atau dinamika yang sama.  |
| Hololive (JP)                 | Cabang utama Hololive Productions di Jepang, yang menampung sebagian besar VTuber generasi pertama dan VTuber asal Jepang.  |
| Hololive English (HoloEN)     | Cabang Hololive Production yang berbahasa Inggris, diluncurkan untuk menjangkau penonton diluar Jepang. Anggota utamanya melakukan <i>streaming</i> dalam bahasa Inggris, tetapi terkadang juga dapat menggunakan bahasa lain.  |
| Hololive Indonesia (HoloID)   | Cabang Hololive Production di Indonesia, didirikan untuk melayani penonton di Indonesia dan Asia Tenggara. Cabang ini menampilkan para <i>talent</i> yang sering mencampur bahasa Indonesia, Inggris, dan Jepang saat <i>streaming</i> .  |
| Hololive Production           | Agensi pengelolaan VTuber yang dioperasikan oleh Cover Corporation. Hololive adalah salah satu agensi VTuber paling terkenal di dunia, dengan cabang di Jepang, Indonesia, dan wilayah berbahasa Inggris.   |
| HoloSTARS / Stars / StarsEN   | Cabang terpisah dari Hololive Production yang didedikasikan untuk VTuber laki-laki.   |
| Kaeluarga                     | Istilah yang digunakan untuk merujuk kepada penggemar yang telah membeli YouTube <i>channel membership</i> Kaela Kovalskia, seorang VTuber di bawah Hololive Indonesia. Istilah ini merupakan plesetan dari kata "keluarga" dan nama Kaela.   |
| <i>Kami Oshi</i>              | Istilah dalam budaya penggemar VTuber yang mengacu pada VTuber favorit utama seorang penggemar. Kata " <i>kami</i> " berarti "dewa" dalam bahasa Jepang, sehingga " <i>kami oshi</i> " dapat diartikan sebagai " <i>oshi</i> (favorit) yang   |

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
|                                     | paling dihormati" atau yang memiliki tempat tertinggi di hati penggemar dibandingkan VTuber favorit lainnya.  |
| <i>Oshi</i>                         | Istilah yang berasal dari budaya idola Jepang, yang berarti "favorit." Dalam komunitas VTuber, istilah ini merujuk pada VTuber atau kreator yang paling disayangi penggemar. VTuber favorit penggemar atau VTuber yang paling mereka kagumi dan dukung. Di Hololive, banyak penggemar yang sangat mendedikasikan waktu dan sumber daya untuk mendukung <i>oshi</i> mereka.                                      |
| Pemaloe                             | Nama penggemar umum Kaela Kovalskia. Istilah ini mencakup semua penonton dan penggemarnya, baik yang tergabung dalam Kaeluarga maupun bukan.  |
| Penggemar / Fanbase                 | Sekelompok penggemar yang secara aktif mengikuti dan mendukung kreator atau tokoh publik. Bagi VTuber, penggemar seringkali memiliki nama unik yang mencerminkan identitas atau kepribadian kreator (misalnya, penggemar Kaela disebut Pemaloe).  |
| VTuber Merchandise ( <i>Merch</i> ) | Barang fisik atau digital yang dijual oleh kreator seperti patung akrilik, poster, gantungan kunci, pakaian, poster, atau <i>wallpaper</i> digital. <i>Merch</i> sering kali menampilkan merek atau tema yang terkait dengan kreator dan berfungsi sebagai sumber pendapatan tambahan. <i>Merch</i> sering kali dijual saat <i>anniversary</i> , debut, atau suatu acara khusus.                                |
| <i>Membership</i>                   | Langganan berbayar yang ditawarkan oleh <i>channel</i> YouTube yang memberikan manfaat eksklusif bagi para anggotanya. Manfaatnya dapat mencakup akses ke <i>badge</i> unik, <i>emotes</i> , konten eksklusif untuk anggota, dan manfaat lainnya, tergantung pada kreatornya. Bagi penggemar VTuber, menjadi anggota menandakan hubungan yang lebih dekat dengan kreator dan komunitasnya.                      |
| <i>Membership Badge</i>             | Ikon unik yang ditampilkan di samping nama anggota dalam <i>live chat</i> dan kolom komentar, yang menunjukkan status keanggotaan mereka. <i>Membership badge</i> sering berubah tampilan berdasarkan durasi keanggotaan secara kumulatif, yang memberi penghargaan kepada anggota jangka panjang.  |
| <i>Membership Emotes</i>            | Emoji khusus yang dapat digunakan oleh anggota <i>membership</i> dalam <i>live chat</i> . Emoji ini sering kali unik untuk <i>channel</i> tersebut dan mencerminkan tema atau lelucon internal yang terkait dengan kreator atau kontennya.  |
| <i>Membership Perks</i>             | Manfaat yang diberikan kepada anggota YouTube <i>channel membership</i> . Manfaat dapat mencakup akses ke konten eksklusif untuk member, <i>emotes</i> khusus, <i>membership badge</i> , dan manfaat lainnya.   |
| Donation / Superchat / SC           | Fitur di YouTube yang memungkinkan penonton untuk mengirim pesan yang disorot selama <i>live stream</i> dengan membayar biaya tertentu. Donasi yang diberikan oleh penggemar untuk mendukung <i>streamer</i> dapat dilakukan saat <i>live stream</i> berlangsung melalui <i>superchat</i> atau melalui platform pihak ketiga. <i>Superchat</i> sering kali menonjol di <i>live chat</i> , sehingga meningkatkan |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>kemungkinan <i>streamer</i> akan memperhatikan dan menanggapi. Para <i>talent</i> Hololive sering kali menanggapi dan membaca donasi ini saat atau setelah siaran.</p>   |
| <i>Donation Reading / Superchat Reading</i>   | <p>Segmen atau <i>stream</i> khusus di mana seorang VTuber mengucapkan terima kasih kepada penonton yang mengirimkan <i>superchat</i> dan membacakan pesan yang tercantum pada <i>superchat</i>. Praktik ini membantu menjaga rasa keterhubungan dan rasa terima kasih antara kreator dan penonton.</p>   |
| <i>Free Talk / Zatsudan</i>                   | <p><i>Stream "free talk"</i> mengacu pada jenis <i>streaming</i> VTuber yang berfokus pada obrolan santai dengan penonton, bukan pada permainan atau aktivitas lainnya. <i>Zatsudan</i> adalah istilah Jepang yang berarti "obrolan bebas."</p>   |
| Handcam                                       | <p><i>Stream</i> di mana seorang VTuber menggunakan kamera untuk memperlihatkan tangan mereka saat melakukan aktivitas tertentu, seperti menggambar, merakit barang, atau memasak. Dalam <i>stream</i> jenis ini, wajah VTuber tidak ditampilkan untuk menjaga anonimitas mereka.</p>   |
| Karaoke                                       | <p><i>Stream</i> di mana seorang VTuber menyanyikan lagu-lagu secara langsung untuk menghibur penonton. Jenis siaran ini sering digunakan untuk menunjukkan kemampuan menyanyi VTuber dan mempererat hubungan dengan komunitas penggemarnya.</p>  |
| <i>Live Chat</i>                              | <p>Tempat penonton dapat berinteraksi dengan kreator dan satu sama lain selama <i>streaming</i>. Keterlibatan kreator dengan <i>chat</i> merupakan aspek utama budaya <i>streaming</i>.</p>   |
| <i>Live Streamer</i>                          | <p>Konten kreator yang menyiarkan dirinya secara langsung melalui internet, biasanya melalui platform seperti YouTube, Twitch, atau Facebook. <i>Streamer</i> berinteraksi dengan penonton mereka secara langsung, menawarkan hiburan, permainan, musik, atau berbagai bentuk konten lainnya. Penonton dapat berinteraksi dengan <i>streamer</i> melalui <i>live chat</i>, mengirim pesan, pertanyaan, atau bahkan donasi untuk mendukung mereka. VTuber seperti yang ada di Hololive adalah jenis <i>streamer</i> yang menggunakan avatar virtual untuk mewakili diri mereka sendiri selama mereka melakukan <i>streaming</i>.</p> |
| <i>Live Streaming</i>                         | <p>Suatu bentuk penyiaran <i>online</i> di mana para konten kreator berbagi aktivitas mereka secara langsung dengan para penonton. <i>Live stream</i> dapat mencakup permainan, obrolan, kreasi seni, pertunjukan musik, atau aktivitas interaktif lainnya.</p>   |
| <i>Stream Archive / Video on Demand / VOD</i> | <p>Versi rekaman dari <i>live stream</i> yang dapat ditonton nanti. Banyak <i>stream</i> VTuber yang disimpan sebagai VOD di <i>channel</i> YouTube mereka untuk penggemar yang ketinggalan <i>live stream</i>.</p>   |
| <i>Streaming Platform</i>                     | <p>Platform yang memungkinkan kreator untuk menyiarkan konten secara langsung kepada penonton. Contohnya termasuk YouTube dan Twitch. Platform ini menyediakan alat bagi kreator untuk berinteraksi dengan penonton, meraih keuntungan dari konten yang mereka buat, dan</p>  |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | mengembangkan basis penggemar mereka.   |
| <i>Watchalong</i>         | Jenis <i>stream</i> di mana kreator dan penonton menyaksikan dan bereaksi terhadap film, program TV, atau sebuah acara dengan waktu bersamaan. VTuber sering melakukan ini dengan komentar untuk melibatkan penonton.   |
| 2D Model / Live2D         | Perangkat lunak animasi yang digunakan oleh sebagian besar VTuber untuk menghidupkan avatar 2D mereka. Live2D memungkinkan ekspresi wajah, gerakan kepala, dan gerakan interaktif lainnya.  |
| 3D Model                  | Avatar tiga dimensi yang digunakan oleh VTuber dalam <i>live stream</i> khusus seperti event atau konser. Model 3D biasanya lebih dinamis dan memungkinkan pergerakan seluruh tubuh.  |
| <i>Content Creator</i>    | Seseorang yang memproduksi dan membagikan konten, seperti video, karya seni, musik, atau siaran langsung. VTuber adalah jenis konten kreator yang menggunakan avatar digital untuk karya mereka.  |
| Debut                     | <i>Live stream</i> resmi pertama atau publikasi konten pertama oleh seorang VTuber, yang menandai dimulainya karir mereka, di mana sang kreator memperkenalkan karakter, latar belakang, dan rencana konten awal mereka. Debut sering kali sangat dinantikan oleh penggemar.  |
| <i>Graduation</i>         | Istilah yang digunakan saat seorang VTuber pensiun atau mengakhiri karirnya. Hal ini dapat terjadi karena berbagai alasan, seperti keputusan pribadi atau masalah yang berkaitan dengan agensi. <i>Graduation</i> biasanya diperlakukan dengan rasa hormat dan perayaan atas karir VTuber.  |
| VTuber (Virtual YouTuber) | Seorang konten kreator yang menggunakan avatar digital, sering kali bergaya anime, untuk melakukan <i>streaming</i> dan berinteraksi dengan penonton. VTuber umumnya dikaitkan dengan platform <i>streaming</i> seperti YouTube atau Twitch dan merupakan bagian dari jenis hiburan yang memadukan permainan, pertunjukan, dan interaksi dengan penonton. VTuber sering kali dikelola oleh agensi seperti Hololive atau beroperasi secara independen. |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1 Kerangka Pemikiran .....   | 44 |
| Gambar 2 foto superchat \$2 Tiara kepada Kaela.....   | 58 |
| Gambar 3 Superchat Tiara kepada Kaela dan live chat berisi candaan saat ditanya lebih suka dine-in atau take-away.....  | 60 |
| Gambar 4 Foto Meet & Greet Tiara dengan Kaela pada acara OffKai Gen3.....   | 62 |
| Gambar 5 foto Scooter mendapatkan membership gift .....   | 65 |
| Gambar 6 Foto Scooter bermain Among Us dengan Kaela .....   | 67 |
| Gambar 7 Foto Scooter bermain Mario Kart dengan Kaela.....  | 68 |
| Gambar 8 Fay memberikan 20 gifted memberships kepada penonton Kaela. Foto diambil dari stream di mana Fay belum mencapai 6 bulan membership sehingga membership badge berwarna silver. .... | 77 |
| Gambar 9 Membership milestone message Fay saat mencapai 6 bulan membership kumulatif.....   | 77 |
| Gambar 10 Instruksi mendapatkan label membership Kaeluarga. ....  | 84 |

**DAFTAR TABEL**

|  |    |
|--|----|
| Table 1 Tabel Jurnal Penelitian Sebelumnya ..... | 34 |
| Table 2 Peta Jawaban Narasumber .....            | 79 |



**DAFTAR LAMPIRAN**

|   |            |
|---|------------|
| <b>Scooterbooter wawancara 1, 15 juni .....</b>   | <b>105</b> |
| <b>BeegYoshi wawancara 2, 15 Juni .....</b>       | <b>108</b> |
| <b>Tiara wawancara 3, 15 Juni .....</b>           | <b>110</b> |
| <b>FayNatico wawancara 4, 15 Juni .....</b>       | <b>118</b> |
| <b>SilentKaeluarga wawancara 5, 18 Juni .....</b> | <b>120</b> |
| <b>DAVEtheGrinder wawancara 6, 20 Juni .....</b>  | <b>123</b> |
| <b>Ikan_terbang wawancara 7, 25 Juni .....</b>    | <b>126</b> |