

## BAB IV KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai dampak menonton *vtuber* terhadap perilaku konsumtif pada komunitas penggemarnya di Jepang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Menonton *vtuber* dapat mendorong perilaku konsumtif para penggemarnya namun tergantung pada intensitasnya dalam menonton *vtuber* tersebut. Semakin intens dan seringnya seseorang menonton *vtuber*, maka semakin tinggi pula kemungkinan dari munculnya perilaku konsumtif para penggemarnya. Hal ini dapat terjadi karena pada saat menonton *vtuber*, responden membangun emosi dan keterikatan emosional terhadap *vtuber* yang sedang mereka tonton, yang mana hal ini mendorong para penggemarnya untuk terus melakukan kegiatan konsumtif dengan memberikan donasi maupun membeli barang-barang yang berhubungan dengan *vtuber* sebagai bentuk dukungan ataupun hanya untuk memenuhi keinginan dan mendapatkan kesenangan pribadi. Jadi dapat disimpulkan bahwa menonton *vtuber* memiliki dampak untuk memunculkan perilaku konsumtif para penggemarnya, hanya saja perilaku konsumtif yang muncul sifatnya kondisional tergantung pada intensitas menonton *vtuber* tersebut.
2. Bentuk konsumsi yang menunjukkan perilaku konsumtif pada komunitas penggemar *vtuber* di Jepang ini dapat dilihat pada hasil kuisioner yang mana bentuk konsumsinya terbagi menjadi dua hal yaitu pada pemberian donasi dan pembelian *merchandise*. Hasil yang diperoleh adalah ada sekitar 50% responden yang memberikan donasi kepada *vtuber* dan donasi ini didominasi oleh 24% responden yang mengirimkan donasi kurang dari 1000 yen. Pemberian donasi ini didorong oleh keinginan mereka untuk merayakan sesuatu dan sebagai bentuk dukungan. Sedangkan pada pembelian *merchandise*, ada sekitar 91% responden mengaku bahwa mereka melakukan pembelian

*merchandise vtuber*. Bentuk pembeliannya dapat berupa *merchandise* ulang tahun, *acrylic stand* dan CD dan dalam pembeliannya, ada sekitar 42% responden telah menghabiskan kurang lebih sekitar 30.000 yen hingga 50.000 yen untuk melakukan pembelian *merchandise*. Salah satu alasan dengan presentase terbesar yang mendorong penggemarnya untuk melakukan pembelian *merchandise* adalah dikarenakan *merchandise* yang mereka beli merupakan *merchandise* dari *vtuber* favoritnya.

