

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Covid-19 merupakan sebuah penyakit menular yang pernah melanda dunia beberapa tahun lalu. Pandemi *Covid-19* membuat banyak sekali perubahan pada kehidupan sosial. Mulai dari kebiasaan keseharian dalam bermasyarakat, bekerja, sampai hiburan. Hal tersebut menimbulkan fenomena budaya baru yang tercipta bersamaan dengan berubahnya kebiasaan sehari-hari masyarakat. Misalnya adalah Fenomena *Virtual Youtuber* sebagai *pop culture* baru dan banyak bermunculan komunitas sosial media. Hal tersebut terjadi karena peraturan pembatasan aktivitas sosial yang dikeluarkan oleh pemerintah guna memperkecil persebaran virus. Maka dari itu, masyarakat mulai mencari cara untuk tetap bersosialisasi tanpa harus bertatap muka secara langsung, termasuk memanfaatkan kemajuan internet. Salah satu bukti dari kemajuan internet yang dimanfaatkan oleh masyarakat adalah Youtube.

Menurut Burgess dan Green (2018: 1):

YouTube was one of a number of competing services aiming to remove the technical barriers to the widespread sharing of video online. The website provided a very simple, integrated interface within which users could upload, publish, and view streaming videos without high levels of technical knowledge, and within the technological constraints of standard browser software and relatively modest bandwidth.

Terjemahan :

YouTube adalah salah satu dari sejumlah layanan kompetitif yang bertujuan untuk menghapus hambatan teknis dalam berbagi video secara luas di internet. Situs web ini menyediakan antarmuka terpadu yang sangat sederhana di mana pengguna dapat mengunggah, menerbitkan, dan menonton video *streaming* tanpa perlu memiliki pengetahuan teknis yang tinggi, dan sesuai dengan batasan teknologi perangkat lunak peramban standar dan kecepatan internet yang relatif terbatas.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa Youtube adalah sebuah *platform* yang berfungsi sebagai tempat membagikan video di internet secara luas. Youtube memiliki *interface* yang sederhana, hal tersebut karena Youtube ingin penggunanya dapat menonton dan mengunggah video dengan

mudah. Dengan perangkat lunak dan kecepatan internet yang terbatas, Youtube menghadirkan fitur yang mudah dipahami dan diakses oleh orang-orang.

Youtube diciptakan oleh mantan Karyawan Paypal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada 14 Februari 2005. Pada Mei 2005, Youtube meluncurkan versi *beta*-nya, lalu enam bulan kemudian Youtube secara resmi diumumkan setelah mendapatkan investasi dana dari *capital venture* (perusahaan pemodal) Sequoia Capital sebesar \$3,5 juta. Pada bulan Oktober 2006, Google mengakuisisi Youtube seharga \$1,65 miliar (<https://www.gamedia.com/literasi/pendiri-youtube/>).

Youtuber adalah orang yang menciptakan konten-konten video di dalam situs Youtube (Helianthusonfri, 2022: 2), biasanya *Youtuber* menggunakan Youtube hanya untuk menyalurkan hobi dengan menyajikan konten-konten yang berhubungan dengan hobinya, misalnya seperti musik, bermain *game*, hewan, dan lain-lain, atau biasanya para *Youtuber* menggunakan Youtube sebagai media *sharing* ilmu-ilmu yang mereka miliki, seperti video-video tutorial yang banyak tersebar di Youtube. Namun, tak jarang juga yang menjadikan *Youtuber* sebagai profesi, seperti *channel* Youtube yang digunakan sebagai media promosi, *live streamer*, dan *Youtuber* lain yang mengaktifkan monetisasi pada *channel*-nya. Hal tersebut terjadi karena konten video yang telah dibuat oleh *Youtuber* dapat menghasilkan uang baik dari iklan yang diberikan Google, ataupun dari aspek luar seperti sponsor dan mendapat dukungan finansial dari penggemar melalui sebuah situs (<https://katadata.co.id/agungjatmiko/ekonopedia/62a78c0ab069e/mengenal-profesi-youtuber-definisi-dan-aspek-perpajakannya>). Selain itu Youtube juga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi suatu produk (Helianthusonfri (2022: 3)). Salah satu contoh *Youtuber* yang memanfaatkan Youtube sebagai profesi adalah *Virtual Youtuber*.

Dalam era digital ini, pergeseran dari *Youtuber* konvensional menuju *Virtual Youtuber* menjadi gambaran bagaimana pesatnya evolusi dalam dunia hiburan daring. *Virtual Youtuber* membawa dimensi baru dengan karakter animasi yang menghibur, menciptakan pengalaman unik bagi penonton yang semakin terhubung

dengan narasi visual dan teknologi simulasi. Transformasi ini adalah cerminan dari terobosan kreativitas dalam dunia hiburan daring yang terus berkembang.

Sama seperti *Youtuber*, *Virtual Youtuber* atau biasa disebut *Vtuber* (バーチャルユーチューバー / ブイチューバー) adalah orang yang membuat konten video dan melakukan *live streaming* dalam situs Youtube. Perbedaan antara *Youtuber* biasa dengan *Virtual Youtuber* adalah, *Virtual Youtuber* menggunakan sebuah karakter yang digambar oleh seorang artis untuk menutupi identitas aslinya, dan biasanya *Virtual Youtuber* juga menciptakan personalitas dan latar belakang dari karakter tersebut, lalu memainkan perannya sesuai dengan karakter yang telah diciptakan, tetapi tidak jarang juga *Virtual Youtuber* menggunakan karakter hanya sebagai pelengkap saja dalam videonya, sedangkan personalitas dan latar belakangnya tidak terlalu diperhatikan. Para *Virtual Youtuber* memerlukan teknologi *live2D* atau *3D tracking* untuk menggerakkan karakternya agar sesuai dengan pergerakan manusia di belakang karakter tersebut. *Virtual Youtuber* terbagi menjadi 2 jenis, yaitu *Virtual Youtuber* indie, dan *Virtual Youtuber* yang dinaungi oleh agensi. *Virtual Youtuber* diperkenalkan pertama kali oleh Kizuna Ai, seorang *Virtual Youtuber* pertama asal Jepang pada tahun 2016 (https://virtualyoutuber.fandom.com/id/wiki/YouTuber_virtual#cite_note-:1-5).

Pada tahun 2020, tahun dimulainya Pandemi *Covid-19*, orang yang menjadi *Virtual Youtuber* meningkat menjadi 10.000 orang. Di sisi lain pada tahun sebelumnya, orang yang menjadi *Virtual Youtuber* hanya berjumlah 1.000 orang (<https://panora.tokyo/archives/4247>). Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat perkembangan Fenomena *Virtual Youtuber* yang sangat pesat saat dimulainya Pandemi *Covid-19*.

Saat ini, banyak juga peminat *Virtual Youtuber* di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya komunitas sosial media ataupun komunitas *offline* penggemar *Virtual Youtuber* yang bertebaran, salah satu contohnya adalah komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe”. “Vtuber Posting : Universe” adalah sebuah komunitas sosial media Facebook dengan jumlah anggota mencapai 62 ribu orang.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk meneliti Fenomena *Virtual Youtuber* serta dampaknya terhadap minat untuk menjadi seorang *Virtual Youtuber* pada komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe” pasca Pandemi Covid-19. Dengan adanya Pandemi *Covid-19* yang membatasi gerak masyarakat, dan populernya *Virtual Youtuber* setelah dimulainya Pandemi *Covid-19*, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dampak *Virtual Youtuber* terhadap masyarakat dalam mencari aktivitas lain di dalam rumah, khususnya pada komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe” pasca Pandemi *Covid-19*. Dengan munculnya Fenomena *Virtual Youtuber* dari Jepang yang sudah merambah ke berbagai negara, *Virtual Youtuber* dapat menjadi salah satu opsi masyarakat khususnya bagi pecinta *anime* dan *pop culture* Jepang untuk mencari hiburan baru dalam menghabiskan waktu di rumah dan menjadi opsi dalam mencari kegiatan baru di rumah.

1.2 Penelitian yang Relevan

Adapun bagian ini akan menyajikan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Pada proses penelitian ini, pemahaman mendalam terhadap penelitian sebelumnya menjadi landasan untuk menilai celah pengetahuan yang masih harus dipelajari. Dengan merinci penelitian sebelumnya, penulis bertujuan membangun kerangka konseptual yang kokoh dan relevan untuk mendukung penelitian ini.

1. Hasil penelitian Nadinda Larasati (2023) yang berupa skripsi dengan judul “*Dampak Menonton Vtuber terhadap Perilaku Konsumtif pada Komunitas Penggemarnya di Jepang*”. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa menonton *Virtual Youtuber* dapat memunculkan perilaku konsumtif penggemarnya. Hal tersebut dipengaruhi oleh intensitas dalam menonton *Virtual Youtuber* dari masing-masing individu di mana semakin sering intensitas menontonnya, maka semakin tinggi pula kemungkinan munculnya perilaku konsumtif penggemarnya. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu adanya pembahasan tentang *Virtual Youtuber*.

Perbedaannya adalah pada targetnya di mana penelitian di atas menargetkan dampak dari perilaku konsumtif pada komunitas di Jepang, sedangkan penulis menargetkan dampak terhadap minat menjadi *Virtual Youtuber* pada komunitas sosial media lokal “Vtuber Posting : Universe”.

2. Hasil penelitian Muhammad Haekel Nugraha (2023) yang berupa skripsi dengan judul “*Pengaruh Virtual Youtuber Hololive pada Peningkatan Kemampuan Bahasa Jepang terhadap Mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada*”. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa *Virtual Youtuber* bukan hanya sekedar hiburan saja, akan tetapi dapat dijadikan sebagai sarana untuk belajar Bahasa Jepang. Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu adanya pembahasan tentang pengaruh Fenomena *Virtual Youtuber*. Perbedaannya adalah penelitian di atas membahas pengaruh dari segi peningkatan kemampuan Bahasa Jepang Mahasiswa Prodi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada, sedangkan penulis membahas dampak dari segi minat untuk menjadi *Virtual Youtuber* pada komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Virtual Youtuber* memerlukan desain dan latar belakang karakter untuk menggantikan identitas aslinya.
2. *Virtual Youtuber* memerlukan teknologi *live2D* atau *3D tracking*.
3. Jumlah orang yang memiliki minat terhadap Fenomena *Virtual Youtuber* dan yang menjadi seorang *Virtual Youtuber* bertambah pasca Pandemi *Covid-19*.
4. Fenomena *Virtual Youtuber* berdampak terhadap minat menjadi *Virtual Youtuber* pada komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe” pasca Pandemi *Covid-19*.

1.4 Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah pada penelitian ini adalah Fenomena *Virtual Youtuber* serta dampaknya terhadap minat untuk menjadi seorang *Virtual Youtuber* pada komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe” pasca Pandemi Covid-19.

1.5 Perumusan Masalah

Perumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Apakah alasan dibalik fenomena *Virtual Youtuber* yang lebih ramai pasca *Covid-19* dibandingkan dengan sebelumnya?
2. Bagaimana antusiasme komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe” terhadap fenomena *Virtual Youtuber*?
3. Apakah manfaat menjadi *Virtual Youtuber* bagi komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe”?
4. Apakah dampak Fenomena *Virtual Youtuber* terhadap minat menjadi *Virtual Youtuber* pada komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe” pasca Pandemi *Covid-19*?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan alasan dibalik fenomena *Virtual Youtuber* yang lebih ramai pasca Pandemi *Covid-19* dibandingkan dengan tahun sebelumnya.
2. Untuk mengetahui dan menguraikan antusiasme komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe” terhadap fenomena *Virtual Youtuber*.
3. Untuk mengetahui dan menjabarkan manfaat menjadi *Virtual Youtuber* bagi komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe”.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak fenomena *Virtual Youtuber* terhadap minat menjadi *Virtual Youtuber* pada komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe” pasca Pandemi *Covid-19*.

1.7 Landasan Teori

1. Dampak

Menurut Soemarwoto (1998: 43) “dampak adalah suatu perubahan yang terjadi akibat suatu aktivitas”.

Menurut Cristo (2008: 12) “dampak adalah suatu yang diakibatkan oleh sesuatu yang dilakukan, bisa positif atau negatif atau pengaruh kuat yang mendatangkan akibat baik negatif maupun positif”.

Menurut Irwan (2018: 27) “dampak adalah suatu perubahan yang terjadi sebagai akibat suatu aktivitas, aktivitas tersebut dapat bersifat alamiah, baik kimia, fisik maupun biologi. Dampak dapat bersifat biofisik dapat pula bersifat sosio-ekonomi dan budaya”.

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa dampak adalah suatu perubahan yang terjadi akibat dari suatu aktivitas yang bersifat alamiah. Dampak dapat bersifat positif atau negatif, atau mendapatkan pengaruh kuat yang mendatangkan akibat positif maupun negatif.

2. Youtube

Menurut Miller (2009: 3) “Youtube adalah sebuah komunitas berbagi video yang berarti pengguna Youtube dapat mengunggah dan melihat segala macam video klip secara *online* menggunakan *web browser* apapun”.

Menurut Baskoro (2009: 58) “Youtube merupakan salah satu layanan dari Google yang memfasilitasi penggunaannya untuk mengupload video dan dapat diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Youtube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar bergerak dan bisa diandalkan”.

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa Youtube merupakan sebuah situs dari Google yang digunakan untuk menyebarkan video yang berisikan beragam informasi yang sangat membantu dan dapat diakses secara gratis oleh orang lain di seluruh dunia.

3. *Virtual Youtuber*

Menurut Puspitaningrum dan Prasetio (2019: 129) ”*Virtual YouTuber* adalah *Youtuber* yang tidak tampil di videonya sebagai manusia sungguhan, melainkan sebagai karakter berbentuk avatar hasil animasi 3D”.

Menurut Tanigo (2023) adalah sebagai berikut :

「VTuber はアニメルックなアバターを ^{つか} ;使いながら ^{かつどう} ;活動しているエンターテイナー。アニメキャラクターが ^い ;生きているかのようなたいけん ^{ていきょう} ;体験を ^い ;提供している VTuber が ^{にんき} ;人気になった。」.

Terjemahan :

Virtual Youtuber adalah seorang *entertainer* yang melakukan aktivitas sambil menggunakan avatar bergaya *anime*. *Virtual Youtuber* menjadi populer karena menawarkan karakter *anime* yang seolah-olah hidup.

(<https://www.youtube.com/watch?v=u3OESVB0thY>).

Dalam kedua kutipan di atas, dapat dikatakan bahwa *Virtual Youtuber* sama seperti *Youtuber* pada umumnya. Adapun hal yang membedakan antara keduanya adalah, *Virtual Youtuber* tidak menampilkan dirinya di depan layar, melainkan menampilkan avatar berbentuk animasi. *Virtual Youtuber* menawarkan karakter *anime* yang seolah-olah hidup, hal ini menjadikan *Virtual Youtuber* populer di kalangan peminatnya.

Lalu, menurut Takeda (2021: 1) adalah sebagai berikut :

「VTuber は ^{ようし} ;容姿や ^{こわいろ} ;声色、 ^{はな} ;話し ^{かた} ;方などによってつく ^{せい} ;作られるキャラクター ^{ないよう} ;性と、どのような ^{どうが} ;内容の ^{あつか} ;動画 ^{せい} ;扱いかというテーマ ^{とくちょう} ;性によって ^{とくちょう} ;特徴づけられる。」.

Terjemahan :

Virtual Youtuber adalah karakter yang dibuatkan berdasarkan suara, penampilan, dan nada bicara karena mereka menyikapi konten beserta tema cerita karakter tersebut.

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa *Virtual Youtuber* adalah *Youtuber* yang melakukan aktivitas sambil menggunakan avatar digital, dan yang disuguhkan oleh *Virtual Youtuber* adalah suara, penampilan, dan nada bicara sekaligus bermain peran sesuai dengan avatarnya.

4. Komunitas

Menurut McMillan dan Chavis (1986: 9) komunitas merupakan kumpulan dari para anggotanya yang memiliki rasa saling memiliki, terikat di antara satu dan lainnya dan percaya bahwa kebutuhan para anggota akan terpenuhi selama para anggota berkomitmen untuk terus bersama-sama.

Menurut Hillery (1955: 117) komunitas adalah sebuah area kehidupan bersama dan harus memiliki kesadaran untuk berbagi jalan hidup dan bumi bersama.

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa komunitas adalah sebuah perkumpulan dari orang-orang yang terikat antar satu sama lain, dan harus memiliki kesadaran untuk saling berbagi antar anggotanya.

5. Covid-19

Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2020) *Covid-19* merupakan *Coronavirus* jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa muncul di Wuhan Cina, pada Desember 2019, kemudian diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-COV2)*, dan menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease-2019 (COVID-19)*. *Coronavirus* merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)* dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/ *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)* (<https://infeksiemerging.kemkes.go.id/uncategorized/apakah-coronavirus-dan-covid-19-itu>).

Menurut teori di atas, dapat disimpulkan bahwa *Covid-19* atau *Coronavirus Disease-2019* merupakan penyakit menular yang menjangkit saluran pernapasan manusia dan hewan. *Covid-19* muncul sejak kejadian luar biasa di Wuhan, China pada tahun 2019. *Covid-19* memiliki gejala flu biasa hingga penyakit yang serius

seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)* dan *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)*.

6. Minat

Menurut Rusmiati (2017: 23) “minat adalah ketertarikan seseorang akan sesuatu yang timbul dari dalam diri, minat dapat membangkitkan motivasi dan berpengaruh terhadap hasil dan prestasi belajar”.

Menurut Purwanto (2010: 66) “minat merupakan landasan penting bagi seseorang untuk melakukan kegiatan dengan baik yaitu dorongan seseorang untuk berbuat”.

Menurut Slameto (2010: 180) “minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh”.

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah ketertarikan seseorang akan sesuatu yang timbul dari dalam diri dan menjadi dorongan seseorang untuk berbuat tanpa adanya pihak lain yang menyuruh.

7. Efek Media

Menurut McQuail (2010: 454) “terdapat sebuah keyakinan yang meluas, mendekati kepastian bahwa media massa dapat digunakan sebagai alat yang kuat untuk memengaruhi opini serta memberikan efek terhadap perilaku”.

Menurut teori di atas, dapat disimpulkan bahwa efek media memiliki kemampuan yang kuat dalam membentuk sebuah opini publik dan memengaruhi perilaku individu. Teori ini juga menjelaskan bahwa media massa dapat menjadi alat yang efektif dalam memengaruhi pandangan dan tindakan masyarakat.

8. Fenomena Sosial

Menurut Markey (1926: 733) “fenomena sosial dianggap mencakup semua perilaku yang dipengaruhi oleh organisme yang cukup hidup untuk merespon satu sama lain. Hal ini termasuk pengaruh dari generasi sebelumnya”.

Menurut Cacciattolo (2021: 43) “fenomena sosial terdiri dari proses perilaku yang dilakukan oleh manusia. Proses manusia ini mencakup aspek perilaku dan pengalaman yang dapat diakses melalui pengujian simbol linguistik dan humanistik”.

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa fenomena sosial adalah proses perilaku manusia yang dipengaruhi oleh generasi sebelumnya dan dapat dipahami melalui simbol-simbol linguistik dan humanistik. Fenomena *Virtual Youtuber* adalah salah satu contoh dari fenomena sosial. Hal tersebut terjadi karena Fenomena *Virtual Youtuber* dapat memberikan pengaruh terhadap masyarakat dengan menggunakan Youtube sebagai media penyebarannya. Fenomena *Virtual Youtuber* juga melibatkan aspek linguistik dan humanistik.

9. Asimilasi Budaya

Menurut Setiadi dan Kolip (2011: 81, dalam Dewi dan Riyanto 2022: 452) “asimilasi budaya adalah sebuah proses sosial yang timbul dari golongan-golongan masyarakat yang memiliki latar budaya yang berbeda, saling bergaul secara intensif dalam waktu yang lama, sehingga budaya dari golongan-golongan masyarakat tersebut berubah sifat khasnya dan wujudnya menjadi budaya campuran”.

Menurut Soekanto (1983: 38, dalam Romli 2015: 3) “asimilasi adalah proses perubahan pola kebudayaan untuk menyesuaikan diri dengan mayoritas”.

Menurut beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa asimilasi budaya adalah sebuah proses perubahan sifat dan wujud dari budaya yang timbul karena bersatunya golongan-golongan masyarakat dengan latar budaya yang berbeda.

1.8 Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif analisis. Penulis akan menyebarkan angket ke dalam grup komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe” sejumlah 100 orang dan mendeskripsikan data-data yang diperoleh terkait dengan penelitian ini. Sebagai referensi utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku yang berjudul “*McQuail's Mass Communication Theory 6th Edition*” yang ditulis oleh McQuail.

1.9 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pembaca tentang *Virtual Youtuber* dan dampaknya terhadap peminatnya.

3. Manfaat Bagi Penulis

Dalam proses pembuatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kedekatan antara anggota komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe” dengan penulis.

1.10 Sistematika Penyusunan Skripsi

Penulisan skripsi ini terbagi menjadi beberapa bab yang dapat diuraikan sebagai berikut :

Bab I pendahuluan, bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang masalah, penelitian yang relevan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan skripsi.

Bab II Asimilasi budaya dan Fenomena *Virtual Youtuber* di Indonesia, bab ini menjelaskan tentang asal usul Fenomena *Virtual Youtuber* dan berkembangnya *Virtual Youtuber* di Indonesia sampai terbentuknya salah satu komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe”.

Bab III Dampak Fenomena Sosial *Virtual Youtuber* terhadap minat menjadi *Virtual Youtuber* pada Komunitas Sosial Media “Vtuber Posting : Universe” Pasca *Covid-19*, bab ini menjelaskan tentang dampak Fenomena *Virtual Youtuber* terhadap anggota komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe” dalam aspek minat untuk menjadi *Virtual Youtuber* berdasarkan hasil angket yang telah disebarakan kepada anggota komunitas sosial media “Vtuber Posting : Universe”.

Bab IV Kesimpulan, bab ini berisi kesimpulan, yang merupakan jawaban dari perumusan masalah yang telah tercantum pada Bab I.