

MAKNA VIRTUAL YOUTUBER (VTUBER) ARUKA HIMERAGI PADA KOMUNITAS ANIME LOVERS KARAWANG

THE MEANING OF VIRTUAL YOUTUBER (VTUBER) ARUKA HIMERAGI IN THE KARAWANG ANIME LOVERS COMMUNITY

¹⁾Raihan Angga,²⁾Fardiah Lubis,³⁾Tri Widya

^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Singaperbangsa Karawang

Jl. HS.Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361

raihanangga600@gmail.com , fardiah.lubis@fisip.unsika.ac.id ,

tri.widya@fisip.unsika.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan fenomena Virtual YouTuber (VTuber) sebagai bentuk baru kreator konten berbasis avatar animasi. Penelitian ini mengkaji makna, motif, dan pengalaman kehadiran VTuber Aruka Himeragi pada komunitas Anime Lovers Karawang (ALKA) dalam membangun identitas digital di platform YouTube. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan kerangka fenomenologi Alfred Schutz, yang memungkinkan penggalian makna secara mendalam dari perspektif subjek. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi digital. Hasil penelitian menunjukkan dua dimensi motif kehadiran Aruka Himeragi, yakni *because motive* berupa keterbatasan representasi karakter dua dimensi yang bersifat statis, serta *in-order-to motive* berupa tujuan membangun identitas dan diferensiasi komunitas di ruang digital. Pengalaman anggota komunitas mencerminkan proses internalisasi bertahap, mulai dari ketertarikan awal hingga integrasi karakter dalam aktivitas komunitas secara menyeluruh. Secara makna, Aruka Himeragi telah bertransformasi dari objek visual menjadi simbol identitas kolektif, simbol modernisasi, serta jembatan komunikasi yang mempererat kebersamaan anggota. Penelitian ini menegaskan bahwa karakter virtual berpotensi menjadi medium komunikasi sekaligus representasi sosial yang memperkuat eksistensi komunitas dalam budaya populer digital.

Kata Kunci: identitas digital, komunitas, Virtual YouTuber

ABSTRACT

The development of digital technology has given rise to the phenomenon of Virtual YouTubers (VTubers) as a new form of animated avatar-based content creator. This study examines the meaning, motives, and experiences of VTuber Aruka Himeragi's presence in the Anime Lovers Karawang (ALKA) community in building a digital identity on the YouTube platform. The study used a descriptive qualitative approach with Alfred Schutz's phenomenological framework, which allows for in-depth exploration of meaning from the subject's perspective. Data collection was conducted through participant observation, semi-structured interviews, and digital documentation. The results reveal two dimensions of Aruka Himeragi's presence: a *because motive*, which refers to the limitations of static, two-dimensional character representation, and an *in-order-to motive*, which refers to the goal

of building identity and community differentiation in the digital space. The experiences of community members reflect a gradual internalization process, from initial interest to the character's integration into overall community activities. Meaningfully, Aruka Himeragi has transformed from a visual object into a symbol of collective identity, a symbol of modernization, and a communication bridge that strengthens members' togetherness. This study confirms that virtual characters have the potential to become both a medium of communication and a social representation that strengthens the community's existence in digital popular culture.

Keywords: digital identity, community, Virtual YouTuber

A.PENDAHULUAN

Perkembangan platform digital dalam satu dekade terakhir telah menciptakan ekosistem baru bagi para kreator konten untuk membangun identitas dan eksistensi mereka di ruang virtual. Di Indonesia, penetrasi pengguna YouTube menunjukkan angka yang sangat signifikan, di mana jumlah pengguna YouTube di Indonesia mencapai 143 hingga 151 juta orang pada awal 2025, mencakup lebih dari 50% total populasi Indonesia, menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan basis penonton YouTube terbesar di dunia (Dika, 2025). Angka tersebut mencerminkan betapa dalamnya YouTube telah berakar dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, sekaligus membuka peluang besar bagi siapa pun untuk terjun ke dunia kreator konten. Konten sendiri didefinisikan sebagai informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik, yang penyampaianya dapat dilakukan melalui berbagai medium baik secara langsung maupun tidak langsung seperti internet, televisi, maupun telepon genggam (DANIAR, 2022).

Di tengah dinamika tersebut, pada tahun 2016 muncul fenomena baru yang mengubah cara pandang dunia terhadap konsep kreator konten, yakni hadirnya *Virtual YouTuber* atau *VTuber*. *Virtual YouTuber* adalah *YouTuber* yang tidak tampil sebagai manusia sungguhan, melainkan sebagai karakter berbentuk avatar animasi tiga dimensi yang dikendalikan dan diisi suaranya oleh manusia menggunakan perangkat lunak animasi. Fenomena ini pertama kali dipopulerkan oleh Kizuna Ai, seorang *Virtual YouTuber* asal Jepang yang mulai mengunggah kontennya pada November 2016 dan diakui sebagai *Virtual YouTuber* pertama di dunia (www.animenewsnetwork.com). Kizuna Ai dibuat menggunakan aplikasi *MikuMiku Dance* (MMD) yang digabungkan dengan sistem deteksi wajah dan *motion capture* untuk menciptakan ekspresi dan gerakan yang tampak natural, dan fenomenanya menyebar secara masif setelah kontennya viral di media sosial pada awal 2017 (Puspitaningrum, 2019).

Penggunaan teknologi *motion capture* dan *real-time rendering* memungkinkan kreator menciptakan identitas baru yang terpisah dari persona asli mereka, sebuah peluang besar dalam membentuk citra unik yang menarik perhatian publik di ruang digital. Lebih dari sekadar hiburan, *VTuber* berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif global melalui monetisasi konten, kerja sama *brand*, dan penjualan *merchandise*, yang mengindikasikan bahwa *VTuber* bukan hanya tren sementara melainkan entitas ekonomi yang berpotensi besar. Hubungan yang terbangun antara *VTuber* dan penontonnya pun memiliki kedalaman tersendiri, di mana interaksi ini membentuk persepsi kedekatan yang sering kali melampaui hubungan kreator-penggemar pada umumnya. Avatar *VTuber* bahkan berfungsi sebagai media untuk memadukan realitas dan fantasi, menciptakan ilusi kedekatan yang memperkuat loyalitas penonton melalui keterlibatan yang bersifat teatral (Adzania, 2018).

Di Indonesia, fenomena *VTuber* mengalami perkembangan pesat seiring meningkatnya minat audiens muda terhadap hiburan virtual dan budaya populer Jepang, dengan sejumlah nama seperti Kobo Kanaeru, Moona Hoshinova, Maya Putri, dan Andi Adinata mulai dikenal luas oleh masyarakat (Suh, 2024). Di Karawang, fenomena ini turut berkembang dalam komunitas *J-Culture* lokal, di mana *Anime Lovers Karawang* (ALKA) menjadi salah satu komunitas terbesar yang bergerak di bidang budaya Jepang mencakup anime, *cosplay*, gim, *wotagei*, dan *idol* (facebook.com/animeloverskarawang). Dari komunitas inilah lahir Aruka Himeragi, seorang *VTuber* yang merepresentasikan identitas serta semangat komunitas tersebut. Sebagai maskot resmi, Aruka Himeragi berperan aktif sebagai *announcer* dalam berbagai kegiatan ALKA, membawakan pengumuman acara dan menyampaikan informasi terbaru melalui kanal YouTube resmi komunitas (youtube.com/@AnimeLoversKarawang). Berbeda dari *VTuber* independen yang bebas menentukan konsep diri mereka, Aruka Himeragi sebagai *VTuber* agensi diharuskan tampil sesuai konsep manajemen ALKA, di mana seluruh konten yang dibuat harus berkaitan erat dengan kegiatan komunitas dan menjadi instrumen *branding* ALKA kepada khalayak luas.

Meskipun literatur global mengenai *VTuber* telah berkembang pesat, kajian akademik di Indonesia masih sangat minim, terutama yang membahas fenomena ini dalam konteks pembentukan makna dan identitas digital pada komunitas lokal. Studi yang menganalisis 2,7 juta sesi *live streaming VTuber* menemukan bahwa keterlibatan penggemar membentuk komunitas inti yang solid dan menjadi agen promosi pertumbuhan jangka panjang kreator (Setiabudi, Studi, Komunikasi, Komunikasi, Informatika, & Surakarta, 2018). Temuan tersebut menegaskan pentingnya memahami dinamika komunitas dalam ekosistem *VTuber*, namun kajian serupa dalam konteks Indonesia masih sangat terbatas. Kesenjangan penelitian ini menjadi sangat relevan untuk diisi, mengingat keunikan posisi *VTuber* agensi seperti Aruka Himeragi yang keberadaannya terikat pada kepentingan komunitas. Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan makna, motif, dan pengalaman *VTuber* Aruka Himeragi pada komunitas *Anime Lovers Karawang* dalam membangun eksistensi dan identitas digitalnya di YouTube.

B. LANDASAN TEORI

Fenomenologi sebagai Pendekatan Teoritis

Penelitian ini berpijak pada kerangka teoritis fenomenologi sebagai landasan utama dalam memahami makna, motif, dan pengalaman subjek penelitian secara mendalam. Fenomenologi cenderung menggunakan paradigma penelitian kualitatif sebagai landasan metodologisnya, karena pendekatan ini menggali nilai-nilai dalam pengalaman dan kehidupan manusia serta bertujuan menemukan makna-makna dan hakikat dari pengalaman, bukan sekadar mencari penjelasan atau ukuran dari realitas (Widiastuti, 2019). Pendekatan ini sangat relevan dalam konteks penelitian mengenai *VTuber*, karena pengalaman membangun identitas digital merupakan fenomena yang sarat makna subjektif dan tidak dapat direduksi menjadi angka semata. Fenomenologi memandang pengalaman dan perilaku sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, baik antara subjek dan objek maupun antara bagian dan keseluruhannya, sehingga mampu menangkap kompleksitas pengalaman seorang kreator virtual secara utuh (Dhianty, 2022).

Media dan Media Baru

Media merupakan alat saluran komunikasi yang berfungsi sebagai perantara antara sumber pesan dan penerima pesan, mencakup berbagai bentuk seperti film, televisi, diagram, media cetak, komputer, dan sebagainya. Dalam perkembangannya, media tidak berdiri statis melainkan terus bertransformasi mengikuti arus kemajuan teknologi. Media baru atau *new*

media merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (Maylanda, Rahayu, Sahyudi, & Randy, 2025).

YouTube sebagai Platform Digital Kreator

YouTube merupakan situs web berbagi video yang pertama kali didirikan pada 14 Februari 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang kini telah menjelma menjadi platform berbagi video paling dominan di dunia dengan menguasai 43% pangsa pasar global (Budiman, Iswati, Sitompul, Pertahanan, Pertahanan, Kepelabuhanan, & Karimun, 2025). Platform ini memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah, menonton, memberikan komentar, serta membagikan konten video kepada pengguna lain di seluruh dunia secara gratis, menjadikannya sebagai ruang publik digital yang terbuka dan demokratis. YouTube adalah situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar bergerak yang dapat diandalkan, yang memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya secara langsung.

Virtual YouTuber (VTuber)

Virtual YouTuber atau *VTuber* merupakan karakter visual yang bekerja layaknya boneka yang dikendalikan oleh manusia menggunakan teknologi, di mana gerakan yang dihasilkan menyerupai gerakan manusia sungguhan karena memanfaatkan alat bernama *motion capture* yang berfungsi merekam dan mengikuti gerakan maupun ekspresi asli dari manusia yang kemudian diterapkan pada karakter animasi tersebut. Konten seorang *VTuber* dibuat menggunakan berbagai perangkat seperti kamera, *green screen*, *motion capture*, *face capture*, animator tiga dimensi, dan *CGI*, sehingga menghasilkan karakter yang tampak hidup dan ekspresif di hadapan penonton. Karakter *VTuber* pada umumnya digambarkan sebagai figur perempuan yang imut dan lucu khas karakter anime Jepang, meskipun variasi karakter terus berkembang seiring waktu.

Penelitian Terdahulu yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu memberikan landasan empiris yang memperkuat relevansi kajian ini. Metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk mengkaji motif *subscriber* menonton kanal YouTube Presiden Jokowi, dan menemukan empat motif utama yakni hiburan dan relaksasi, identitas pribadi, pencarian informasi, serta persahabatan. Metode etnografi untuk menggambarkan komunitas virtual yang tercipta akibat kemunculan *VTuber* di Indonesia, dan menemukan bahwa *VTuber* eksis ketika ada yang mengakui keberadaannya, serta bahwa setiap *VTuber* memiliki pengalaman dan pemahaman yang berbeda-beda atas dinamika yang terjadi di dalam komunitasnya. Penelitian (Setyawan, 2022) menunjukkan bahwa menonton *VTuber* memberikan dampak positif bagi penonton, termasuk pengetahuan baru dari segi budaya bahkan bahasa. Cara seorang *VTuber* dalam menyajikan kontennya secara signifikan memengaruhi pemikiran audiens yang menontonnya.

C.METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena atau objek penelitian melalui aktivitas sosial, sikap, dan persepsi orang secara individu maupun kelompok, dengan metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016). Secara spesifik, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menggali makna, motif, dan pengalaman *VTuber* Arika Himeragi dalam membangun identitas digitalnya pada komunitas *Anime Lovers Karawang*.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, observasi partisipatif terhadap aktivitas digital Aruka Himeragi melalui kanal YouTube dan media sosialnya, di mana observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan yang memungkinkan peneliti mempelajari perilaku serta makna dari perilaku tersebut (Sugiyono, 2016). Kedua, wawancara semi-terstruktur yang merupakan suatu bentuk interaksi percakapan yang disengaja oleh dua pihak dengan tujuan memperoleh data dari sumber yang dapat dipercaya serta memperoleh informasi secara rinci (Lexy J. Moleong, 2017), dilakukan kepada Aruka Himeragi sebagai subjek utama serta beberapa anggota komunitas penggemar sebagai informan pendukung. Ketiga, dokumentasi berupa pengumpulan arsip digital, tangkapan layar interaksi audiens, dan konten kanal YouTube Aruka Himeragi, mengingat dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental yang relevan dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2016).

Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni penentuan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan relevansi dengan fokus penelitian, mengingat informan dalam penelitian kualitatif dipilih dengan mempertimbangkan kedalaman informasi yang dapat diperoleh, bukan berdasarkan jumlah semata (Sugiyono, 2016). Analisis data dilakukan melalui teknik penjodohan pola (*pattern matching*) sebagai strategi utama, di mana pola empiris yang ditemukan di lapangan dibandingkan dengan pola teoretis yang telah diprediksi sebelumnya, sehingga apabila terdapat kesamaan maka hasil penelitian semakin menguatkan validitas studi (Hariadi, 2023). Penelitian ini dilaksanakan di Technomart Karawang dan Jac D. Coffeeshop sebagai lokasi wawancara, dengan rentang waktu penelitian dari September 2024 hingga Maret 2026.

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Komunitas Anime Lovers Karawang

Anime Lovers Karawang (ALKA) merupakan komunitas *J-Culture* yang didirikan oleh Teddy Gunawan, berawal dari pengalaman personal pendiri yang kerap menghadiri *event* anime secara individu, sehingga muncul dorongan untuk menciptakan wadah kebersamaan bagi para pecinta anime di Karawang. Komunitas ini berkembang dari grup WhatsApp sederhana menjadi organisasi komunitas dengan jaringan media sosial resmi meliputi Instagram, YouTube, dan Facebook, serta secara rutin menyelenggarakan berbagai kegiatan seperti *gathering* bulanan, lomba *cosplay*, pertunjukan *wotagei*, dan *event* bertema jejepangan berskala regional yang menjangkau wilayah Purwakarta, Bandung, Cikarang, hingga Jakarta.

Profil Virtual YouTuber Aruka Himeragi

Aruka Himeragi merupakan karakter *Virtual YouTuber (VTuber)* yang diciptakan oleh komunitas ALKA sebagai maskot sekaligus media representasi identitas komunitas di ruang digital. Karakter ini awalnya hanya berupa representasi visual dua dimensi sebagai bagian dari logo komunitas, kemudian dikembangkan menjadi karakter *VTuber* interaktif oleh divisi IPTEK komunitas seiring meningkatnya tren *VTuber* dalam budaya populer digital. Aruka Himeragi berperan sebagai *announcer* dalam berbagai kegiatan ALKA, menyampaikan informasi *event*, dan menjadi instrumen *branding* komunitas melalui kanal YouTube resmi ALKA.



Gambar 1. Virtual YouTuber Aruka Himeragi

(Sumber: <https://www.youtube.com/@AnimeLoversKarawang>, diakses 13 Februari 2026)

Pembahasan

Motif Kehadiran VTuber Aruka Himeragi pada Komunitas ALKA

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, ditemukan dua dimensi motif dalam perspektif fenomenologi Alfred Schutz, yakni *because motive* dan *in-order-to motive*, yang mendasari kehadiran Aruka Himeragi dalam komunitas ALKA. Tindakan sosial individu dipengaruhi oleh dua jenis motif, yaitu *because motive* yang berasal dari pengalaman masa lalu dan *in-order-to motive* yang berorientasi pada tujuan yang ingin dicapai di masa depan (Ishar, 2024). *Because motive* yang teridentifikasi berupa kondisi awal karakter Aruka yang hanya berbentuk representasi visual statis dua dimensi sebagai bagian dari logo komunitas, sehingga keterbatasan tersebut mendorong inisiatif pengembangan menjadi karakter yang lebih hidup dan interaktif. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Teddy Gunawan selaku pendiri ALKA yang menyatakan bahwa Aruka Himeragi awalnya hanya karakter dua dimensi untuk menghidupkan logo ALKA, kemudian dikembangkan oleh anggota divisi IPTEK karena tren *VTuber* sedang berkembang pesat. Kondisi ini sejalan dengan konsep bahwa komunitas *fandom* modern banyak memanfaatkan media digital sebagai ruang interaksi yang terus berkembang.

Adapun *in-order-to motive* yang teridentifikasi adalah tujuan membangun identitas digital komunitas yang kuat, menciptakan diferensiasi dari komunitas lain, serta meningkatkan eksistensi ALKA di ruang publik digital. Informan Anggi menyatakan bahwa Aruka menjadi strategi agar ALKA memiliki pembeda dari komunitas lain, sementara informan Ristia Meadila menegaskan bahwa tujuan utama dibuatnya Aruka Himeragi adalah untuk membangun identitas komunitas ALKA di dunia digital agar lebih dikenal dan memiliki ciri khas tersendiri. Temuan ini relevan dengan konsep *cultural branding* yang menyatakan bahwa penggunaan karakter virtual sebagai representasi komunitas memperkuat kohesi identitas sekaligus memperluas daya tarik audiens (Sadiq, 2022).

Pengalaman Anggota Komunitas terhadap VTuber Aruka Himeragi

Pengalaman anggota komunitas terhadap keberadaan Aruka Himeragi menunjukkan proses internalisasi yang bertahap, mulai dari ketertarikan awal, keterlibatan emosional, hingga integrasi karakter dalam aktivitas sehari-hari komunitas. Informan Hendrik menyatakan bahwa pada awalnya kehadiran Aruka terasa unik dan menarik karena jarang ada komunitas daerah yang memiliki *VTuber* sendiri, namun seiring waktu kehadirannya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari komunitas sehingga terasa ada yang kurang jika Aruka tidak hadir. Pengalaman ini mencerminkan pembentukan realitas sosial baru bagi

anggota komunitas, di mana karakter virtual tidak lagi dianggap sebagai media hiburan semata, melainkan telah menjadi bagian dari dinamika komunitas (Pratama, 2022).

Dari sisi partisipasi kolektif, ditemukan bahwa proses pembuatan dan pengembangan Aruka Himeragi melibatkan banyak anggota dari berbagai divisi, mulai dari desain, pengisian suara, hingga aspek teknis pemrograman. Pengalaman kolaboratif ini membentuk apa yang dalam perspektif fenomenologi disebut sebagai *stock of knowledge*, yakni pengetahuan bersama yang terbentuk melalui pengalaman kolektif anggota komunitas. Selain itu, informan Ristia Meadila juga mengungkapkan bahwa kehadiran Aruka mengubah pola komunikasi komunitas dari yang sebelumnya bersifat tekstual menjadi lebih visual dan interaktif, sehingga penyampaian informasi kegiatan menjadi lebih mudah diterima oleh anggota. Perubahan pola komunikasi ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa cara seorang *VTuber* dalam menyajikan kontennya secara signifikan memengaruhi pemikiran audiens yang menontonnya.

Makna VTuber Aruka Himeragi bagi Komunitas ALKA

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Aruka Himeragi telah mengalami transformasi makna yang signifikan, dari sekadar objek visual menjadi simbol identitas kolektif yang melekat dalam persepsi seluruh anggota komunitas. Informan Hendrik menyatakan bahwa Aruka sudah menjadi simbol kebersamaan komunitas, bukan sekadar maskot, melainkan telah menjadi bagian dari perjalanan komunitas itu sendiri. Pendiri ALKA, Teddy Gunawan, juga menegaskan bahwa Aruka bukan hanya karakter virtual, tetapi telah menjadi jembatan komunikasi yang mendorong anggota untuk lebih aktif dan komunikatif satu sama lain. Transformasi makna ini dapat dipahami melalui konsep intersubjektivitas dalam fenomenologi Schutz, yakni kesepahaman bersama yang terbentuk melalui interaksi sosial yang berulang di antara anggota komunitas.

Aruka Himeragi juga dimaknai sebagai simbol modernisasi komunitas, sebagaimana diungkapkan informan Anggi bahwa Aruka merupakan bentuk modernisasi yang efektif karena menunjukkan komunitas tidak terjebak pada cara-cara lama. Pemaknaan ini relevan dengan konsep kapital simbolik yang menyatakan bahwa legitimasi sosial suatu komunitas dapat meningkat melalui inovasi dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Lebih jauh, informan Ristia Meadila menegaskan bahwa Aruka Himeragi telah menjadi representasi komunitas ALKA di dunia digital yang menggambarkan kreativitas dan kecintaan anggota terhadap budaya anime, sekaligus menjadi simbol kebersamaan dalam setiap kegiatan komunitas. Dengan demikian, keberadaan Aruka Himeragi membuktikan bahwa karakter virtual mampu menjadi medium komunikasi sekaligus simbol sosial yang memperkuat identitas komunitas dalam ekosistem budaya populer digital, sebagaimana juga ditemukan dalam penelitian (Marbun, 2025) yang menunjukkan bahwa *VTuber* eksis ketika ada yang mengakui keberadaannya dan setiap *VTuber* memiliki pengalaman serta pemahaman berbeda atas dinamika yang terjadi di dalam komunitasnya.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa kehadiran Virtual YouTuber Aruka Himeragi pada komunitas Anime Lovers Karawang bukan sekadar inovasi teknologi, melainkan telah berkembang menjadi simbol identitas kolektif yang melekat dalam kehidupan komunitas. Motif pembentukannya berakar pada keterbatasan representasi visual awal dan bertujuan membangun diferensiasi serta eksistensi digital komunitas. Pengalaman anggota menunjukkan proses internalisasi bertahap dari kekaguman menjadi ketergantungan emosional. Makna yang terbentuk membuktikan bahwa karakter virtual mampu menjadi

jembatan komunikasi sekaligus simbol modernisasi yang memperkuat kohesi dan identitas komunitas dalam ekosistem budaya populer digital.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Adzania, J. I. (2018). *Dampak menonton vtuber terhadap penggemar budaya populer jepang di bandung*. (2017), 267–278.
- Budiman, D., Iswati, S., Sitompul, M. K., Pertahanan, E., Pertahanan, U., Kepelabuhanan, M., & Karimun, U. (2025). *Perkembangan Ekosistem Ekonomi Digital di Indonesia : Sebuah Kajian Literatur*. 4(1), 115–126. <https://doi.org/10.55123/jumintal.v4i1.5130>
- DANIAR, H. P. (2022). *Penerimaan Audiens atas Konten Pariwisata dari Virtual Youtuber Andi Adinata*. *CoverAge*.
- Dhianty, R. (2022). *Kebijakan Privasi (Privacy Policy) dan Peraturan Perundang-Undangan Sektor Platform Digital vis a vis Kebocoran Data Pribadi*. 2(1), 186–199.
- Dika, R. (2025). *Gimana Hayo Shootingnya?* Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=GH0eF7rtyLs>
- Hariadi, A. H. (2023). *Pengaruh Self-Congruity Dan Celebrity Attachment Penonton Vtuber Terhadap Consumer Engagement Di Youtube*. 27(2), 72–82.
- Ishar, M. H. Al. (2024). *Analisis Personal Branding Anya Melfissa Sebagai Vtuber Indonesia di Media Sosial*. 5(1), 724–736.
- Lexy J. Moleong. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Marbun, D. C. (2025). *Media Baru dan Fandom Lama: Pengaruh Platform Digital terhadap Praktik Komunikasi Kolektor Gundam*. 8(1), 46–53.
- Maylanda, P. O., Rahayu, S., Sahyudi, M., & Randy, R. (2025). *Peran Platform Digital Dalam Membangkitkan Pertumbuhan Technopreneurship (Faktor Dan Tantangan Keberhasilan) : Tinjauan Literatur Sistematis*. 4, 54–62.
- Pratama, H. R. (2022). *Apa Artinya Menjadi Youtuber? Analisis Fenomenologis Interpretatif Tentang Pengalaman Menjadi Youtuber*. 11(2017), 80–88.
- Puspitaningrum, D. R. (2019). *Fenomena “Virtual Youtuber” Kizuna Ai di Kalangan Penggemar*. *MediaTor*.
- Sadiq, Z. A. (2022). *Analisis Media Siber Pada Siaran Langsung Virtual Youtuber Ayunda Risu*.
- Setiabudi, H., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F., Informatika, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2018). *Motif Subscriber menonton Channel Youtube (Studi Deskriptif Kualitatif Motif Subscriber menonton channel Youtube Presiden Joko Widodo)*.
- Setyawan, S. (2022). *Motivasi Subscriber Dalam Menonton Channel Youtube Gadgetin*. 6(1), 123–128.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Alfabeta.
- Suh, H. K. (2024). *Big Data Analysis of ‘VTuber’ Perceptions in South Korea:.. jurnalism and media*.
- Widiastuti, T. (2019). *Representasi Identitas Virtual Dalam Konteks*. *JURNAL SIGNAL*.