

ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN *VIRTUAL YOUTUBER* DALAM MENARIK MINAT PENONTON

(Analisis Deskriptif Kualitatif Pada *Channel Youtube*
Kobo Kanaeru Ch. Hololive ID)

Lisha Noorhafisha, Risa Dwi Ayuni, Mohammad Ali Wafa

Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari,
NIM19110048

Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari,
NIDN1122129001

Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari,
NIDN1112016301

E-mail: lishanor42@gmail.com

ABSTRAK

Virtual youtuber atau vtuber adalah streamer dan vlogger yang menggunakan karakter virtual 2D dan 3D yang dihasilkan komputer dan terlibat dalam aktivitas kreatif di platform seperti Twitter, YouTube, Twitch. Di Indonesia *Virtual youtuber* mulai masuk dan berkembang pada tahun 2018. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk komunikasi pemasaran yang digunakan Kobo Kanaeru dalam mempromosikan *channel* youtubanya, fitur youtube apa saja yang dimanfaatkan Kobo Kanaeru, dan bagaimana minat penonton dalam menonton Kobo Kanaeru. Teori komunikasi pemasaran bertujuan untuk menginformasikan, mengajak dan mengingatkan konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil yang ditemukan bahkan faktor pendukung komunikasi pemasaran terhadap dikenalnya *virtual youtuber* di Indonesia adalah pemilihan segmentasi target pasar yang sesuai, konten yang kreatif dan konsisten. Komunikasi pemasaran pada *virtual youtuber* memiliki arti bagaimana seorang *virtual youtuber* atau agensi *virtual youtuber* menginformasikan mengenai produk atau jasa mereka. Pembawaan yang menarik dan pemilihan konten yang sesuai dengan masyarakat Indonesia, juga kekonsistenan dalam mengunggah video dan melakukan *live streaming* juga perlu diperhatikan. Fitur-fitur youtube yang digunakan oleh Kobo Kanaeru adalah fitur siaran langsung atau *live streaming*, *shorts*, subtitle, super chat, super sticker, dan membership youtube. Minat penonton dalam menonton *virtual youtuber* adalah berkeinginan dan yakin untuk menontonnya. Mereka menantikan video-video baru yang akan dibagikan dan mengirimkan donasi atau membeli merchandise yang ditawarkan.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran; *Virtual youtuber*; Hololive; Kobo Kanaeru; Minat Menonton.

REFERENSI

BUKU

Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.

Kulsum, N. M. (2017). *KomunikasiPemasaran*.

JURNAL

Adzania, J. I., & Arianingsih, A. (2022). *Dampak Menonton Virtual youtuber Terhadap Penggemar Budaya Populer Jepang Di Bandung*. Mahadaya: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya, 2(2), 267-278.

Anbiya, N. N., & Sofyan, A. (2021). *Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Minat Beli Konsumen*. Jurnal Riset ManajemenKomunikasi, 130-137.

Gunawan, Agustinus Edward (2011) *Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan PembelianKonsumen Pada Sepeda Motor Honda*.

Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen* (Sebuah studiliteratur). Eksekutif, 15(1), 133-146.

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). *Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts*. Jurnal Manajemen Komunikasi, 3(1), 18-33.

Liudmila, B. (2020). *Designing identity in Virtual youtuber era*. Proceedings of

Laval Virtual VRIC ConVRgence, 182–184. Retrieved from https://www.academia.edu/download/63010301/Designing_identity_in_Virtual_youtuber_Era20200419-76357-12og8r3.pdf

Mardiana, S. (2013). *Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen*. LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2).

Maulana, E. G., Martha, L. P., & Kusumaningtias, I. T. (2023). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bioskop Platinum Cineplex Cibinong Square Dalam Menarik Minat Menonton Di Tengah Maraknya Video Streaming*. CommLine, 7(2), 94-105

Nurrahmanto, P. A., & Rahardja, E. (2015). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Jual Beli Online Bukalapak*. Com (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Pribadi, K., Sadiq, Z. A., & Susanti, A. (2022). *Analisis Media Siber pada Siaran Langsung Virtual Youtuber Ayunda Risu*. Mediakom, 5(2), 121-143.

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.

Rohman, J. N., & Husna, J. (2017). *Situs Youtube sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi: sebuah survei terhadap mahasiswa Program Studi*

INTERNET

- Anonim. *Sejarah Virtual youtuberPertama*. Diakses dari <https://genesix.id/virtual-youtuber/sejarah-virtual-youtuber-pertama/> pada 28 Maret 2023
- Anonim. *Talents Kobo Kanaeru*. Diakses dari <https://hololive.hololivepro.com/en/talents/kobo-kanaeru/> pada 23 Maret 2023
- Anonim. *Youtube*. Diakses dari <https://support.google.com/youtube/?hl=id#topic=9257498> tanggal 28 Maret 2023
- Anonim. *Youtuber Virtual*. Diakses dari https://virtualyoutuber.fandom.com/id/wiki/YouTuber_virtual 27 Maret 2023
- Blue Heaven. (2020). *Dive Into Virtual World, Mengenal Virtual youtuber dan Sejenisnya Lebih Dalam*. Diakses dari <http://jurnalotaku.com/2020/04/28/dive-into-virtual-world-mengenal-virtual-youtuber-dan-sejenisnya-lebih-dalam/> pada 27 Mei 2023
- Design, V. C. (2020). *Virtual Youtuber Next Generations*. Binus University. <https://binus.ac.id/bandung/2020/04/virtual-youtuber-next-generations/> Diakses 22 Maret 2023
- Manurung, E. R. (2023). *Indonesia Menjadi Komunitas Virtual youtuber terbesar di Asia Tenggara, Ini Dia Urutan Virtual youtuber Terbaik Indonesia Saat Ini*. Diakses dari <https://www.bonsernews.com/lifest>

yle/4798150991/indonesia- menjadi-komunitas-*virtual youtuber*-terbesar-di-asia-tenggara-ini-dia-urutan-*virtual youtuber*-terbaik-indonesia-saat-ini pada 27 Mei 2023

Mutia Eka Agustine. (2023) *Pendiri Youtube*. Diakses dari <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-youtube/> 28 Maret 2023

-