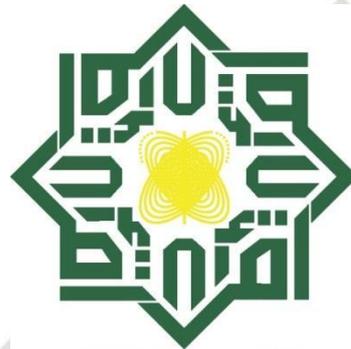




**PERSEPSI PENGGUNA DISCORD SERVER GUDANG PUSAT
ZEN TERHADAP VIRTUAL YOUTUBER KOBO KANAERU
DALAM IKLAN WAR TOKOPEDIA 12.12
TAHUN 2023**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

BIMA YUSRIL PRATAMA
NIM. 12040314822

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**

- Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau sebagian dari pokok pikiran, kesimpulan, atau rekomendasi tanpa mengcantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

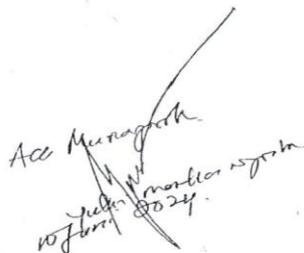
PERSEPSI PENGGUNA DISCORD SERVER GUDANG PUSAT ZENI TERHADAP
VIRTUAL YOUTUBER KOBO KANAERU DALAM IKLAN WAR TOKOPEDIA 12.12
TAHUN 2023

Disusun oleh :

Bima Yusril Pratama
NIM.12040314822

Telah disetujui pembimbing pada tanggal: 10 Juni 2024

Pembimbing



Yudhi Martha Nugraha
10 Juni 2024

Yudhi Martha Nugraha, S.Sn, M.Ds
NIP. 19790326 200912 1 002

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Bima Yusril Pratama
NIM : 12040314822
Judul : Persepsi Pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni Terhadap Virtual Youtuber Kobo Kanaeru dalam Iklan War Tokopedia 12.12 Tahun 2023

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin
Tanggal : 1 Juli 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 9 Juli 2024



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Musfialdy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

Penguji III,

Mardhiah Rubani, S.Ag., M.Si
NIP. 19790302 200701 2 023

Sekretaris/ Penguji II,

Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, M.A
NIP. 19890619 201801 1 004

Penguji IV,

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

- a. Pengutuban hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutuban tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Bima Yusril Pratama
NIM : 12040314822
Judul : Persepsi Pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni Terhadap Fenomena Virtual Youtuber

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 5 Maret 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 5 Maret 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,


Yantos, S.I.P. M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016

Penguji II,


Dr. Usman, S.Sos. M.I.Kom
NIP.19860526 202321 1 013

- a. Pengutiban hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutiban tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Bima Yusril Pratama

NIM : 12040314822

Tempat/ Tgl. Lahir : Pekanbaru, 19 Juni 2002

Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :

“Persepsi Pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni Terhadap Virtual Youtuber Kobo Kanaeru Dalam Iklan War Tokopedia 12.12 Tahun 2023”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 11 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Bima Yusril Pratama

NIM : 12040314822

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 10 Juni 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.
Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Bima Yusril Pratama
NIM : 12040314822
Judul Skripsi : Persepsi Pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni Terhadap Virtual Youtuber Kobo Kanaeru Dalam Iklan War Tokopedia 12.12 Tahun 2023

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Yudhi Martha Nugraha S.Sn, M.Ds
NIP. 19790326 200912 1 002

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

ABSTRAK

Nama : Bima Yusril Pratama
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Persepsi Pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni Terhadap Virtual Youtuber Kobo Kanaeru Dalam Iklan War Tokopedia 12.12 Tahun 2023

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui tentang bagaimana Persepsi Pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni terhadap Virtual Youtuber Kobo Kanaeru dalam iklan War 12.12 Tokopedia tahun 2023. Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data yang ada diperoleh melalui metode wawancara mendalam serta observasi dan dokumentasi dengan para Informan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna memiliki pandangan yang sangat positif terhadap penggunaan Virtual Youtuber Kobo Kanaeru dalam iklan tersebut. Selain itu, pengguna Discord merasa bahwa keberadaan Kobo Kanaeru dalam iklan tersebut memberikan daya tarik tersendiri serta nilai hiburan dalam iklan Tokopedia tersebut. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa faktor keunikan karakter dan interaksi yang ditawarkan oleh Kobo Kanaeru menjadi aspek utama yang mempengaruhi persepsi pengguna. Temuan ini kemudian diharapkan agar dapat memberikan wawasan serta persepsi dan perspektif baru bagi para pelaku pemasaran dalam merancang strategi iklan yang lebih efektif melalui penggunaan Virtual Youtuber.

Kata Kunci: Persepsi, Discord, Virtual Youtuber, Kobo Kanaeru, Iklan, Tokopedia

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau pendapat yang telah dipublikasikan kembali, tanpa izin dari lembaga penerbitan atau pemilik hak cipta terdahulu.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil Alamin, segala puji hingga syukur yang tak dapat dihitung dan tak terhingga kehadiran Allah SWT. Tuha Yang Maha Esa, yang tiap kehidupan manusia berada dalam genggamannya, yang telah memberikan rahmat, ridho serta karunia-Nya kepada penulis dengan memberikan kelapangan pikiran, akal dan hati dalam mengerjakan tiap baris demi baris dalam penelitian ini. Tak lupa pula penulis menghaturkan shalawat serta salam kepada kekasih kalian alam, junjungan dan teladan bagi seluruh umat manusia, yakni baginda Nabi Muhammad SAW. Yang telah membawa pelita nan terang benderan berupa Islam dan Al-Qur'an sebagai pedoman seluruh umat manusia untuk dapat keluar dari zaman kejahilan.

Alhamdulillah, dalam rangka dan upaya menuntaskan studi di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, penulis telah menuntaskan penelitian kripsi ini dengan judul **“Persepsi Pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni Terhadap Virtual Youtuber Kobo Kanaeru Dalam Iklan War Tokopedia 12.12 Tahun 2023.”** Tentunya dalam penelitian ini, penulis sadar bahwa ada banyak kekurangan dan celah yang ditemukan dikarenakan keterbatasan ilmu dari diri penulis sendiri, sehingga penulis dengan senang hati untuk menerima dan mendengarkan masukan, kritik, saran maupun dukungan demi peningkatan mutu penelitian yang akan penulis lakukan di masa yang akan datang.

Dalam kesempatan ini juga, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang paling dalam dari hati penulis sendiri kepada orang-orang yang dihormati dan disayangi. Khususnya kepada keluarga penulis yang menemani selama ini, yaitu kepada Ayahanda Dasril Ujang, Ibunda Herta Yusnidar, Adinda Namira Dwi Anjani, serta kedua kakek penulis yaitu Datuk Safar dan Alm. Datuk Suherman, juga kedua nenek penulis yaitu Almh. Nenek Ida dan Nenek Jasmains. Terimakasih kepada tiap doa yang menemani penulis dalam tiap langkah



menuntut ilmu serta keridhaan hati untuk membiayai penulis selama menempuh pendidikan. Tiada padanan kata yang dapat melukiskan bagaimana besarnya penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih atas kesabaran, keikhlasan, dan keridhaan dan cinta kasih yang dilimpahkan kepada penulis selama ini.

Tak lupa pula penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada : Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Ibu Dr. Hj. Helmiati, M. Ag selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M. Pd selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Edi Erwan, S. Pt., M. Sc., Ph. D selaku Wakil Rektor III.

Bapak Dr. Imron Rosidi, S. Pd, M. A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Masduki, M. Ag, Bapak Dr. Muhammad Badri, SP, M.Si dan Bapak Dr. H. Arwan, M. Ag selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Muhammad Badri, M. Si dan Bapak Artis M. I. Kom selaku Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Ibu Febby Amelia Trisakti, S.Sos, M.Si selaku penasehat akademik dari awal semester hingga semester ini membantu peneliti selama proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Yudhi Martha Nugraha S.Sn, M. Ds, selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas berbagai ilmu dan informasi yang sangat berharga dukungan, bantuan, bimbingan, dan waktu yang diberikan kepada peneliti dari awal hingga akhir skripsi selesai.

8. Terimakasih kepada Penguji Seminar Proposal dan Ujian Munaqasah yang telah meluangkan waktunya untuk melaksanakan ujian.

9. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-satu. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi peneliti kedepannya.



10. Terimakasih kepada Keluarga Besar penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan materil dan immaterial kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
11. Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk para sahabat saya Muhammad Fikri sebagai sahabat dan rekan saya selama didalam Yayasan Seribu Satu Cita serta didalam perkuliahan, juga kepada Vita Sari Agustin selaku orang yang berada di sampingnya selama ini
12. Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk sahabat saya sekaligus mentor saya dalam mengerjakan tugas saya di perkuliahan, Mulya Syafriani. Semoga segala cita-cita dan tujuannya tercapai.
13. Terima kasih kepada Amru Taufan, Muhammad Farhan, Muhammad Fauzan, Muhammad Amin, Rian Fahmi, Tengku Muhammad Dzaky, Elsa Mardianti Ginting, Yosinta Pratiwi, Widia Helmita, dan rekan-rekan di kelas Public Relation E yang telah menemani saya selama perkuliahan dan selalu membantu saya dalam hal perkuliahan.
14. Terimakasih untuk Server Discord Gudang Pusat Zeni karena telah bersedia untuk memberikan saya kesempatan untuk menjalankan penelitian ini
15. Terimakasih untuk Seluruh Anggota Jaring Mahasiswa Lira Riau yang menjadi tempat saya untuk berkembang diakhir masa-masa saya sebagai mahasiswa
16. Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk Yayasan 1001 Cita yang menjadi salah satu tempat berlabuh saya untuk tumbuh dan berkembang semenjak menjadi mahasiswa baru hingga bisa menjadi pribadi yang lebih baik, semoga Yayasan 1001 Cita makin berkembang dan sukses.
17. Terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri. Kita tidak pernah tahu kemana kami melangkah, kemana angin berhembus, tapi kita tahu Allah Azza wa Jalla akan selalu menuntun kita.

Semoga penelitian skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca, akademisi maupun praktisi dan dapat dijadikan *khazanah* keilmuan. *Aamiin*.

Pekanbaru, 10 Juni 2024
Penulis,

BIMA YUSRIL PRATAMA
NIM. 12040314822

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Penegasan Istilah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Kegunaan Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	10
2.3 Konsep Operasional	29
2.4 Kerangka Berpikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	32
3.3 Sumber Data Penelitian	32
3.4 Informan	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Validasi Data	35
3.7 Teknik Analisis Data	36
BAB IV LOKASI PENELITIAN	37
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
5.1 Hasil Penelitian	44
5.2 Pembahasan	54



UIN SUSKA RIAU

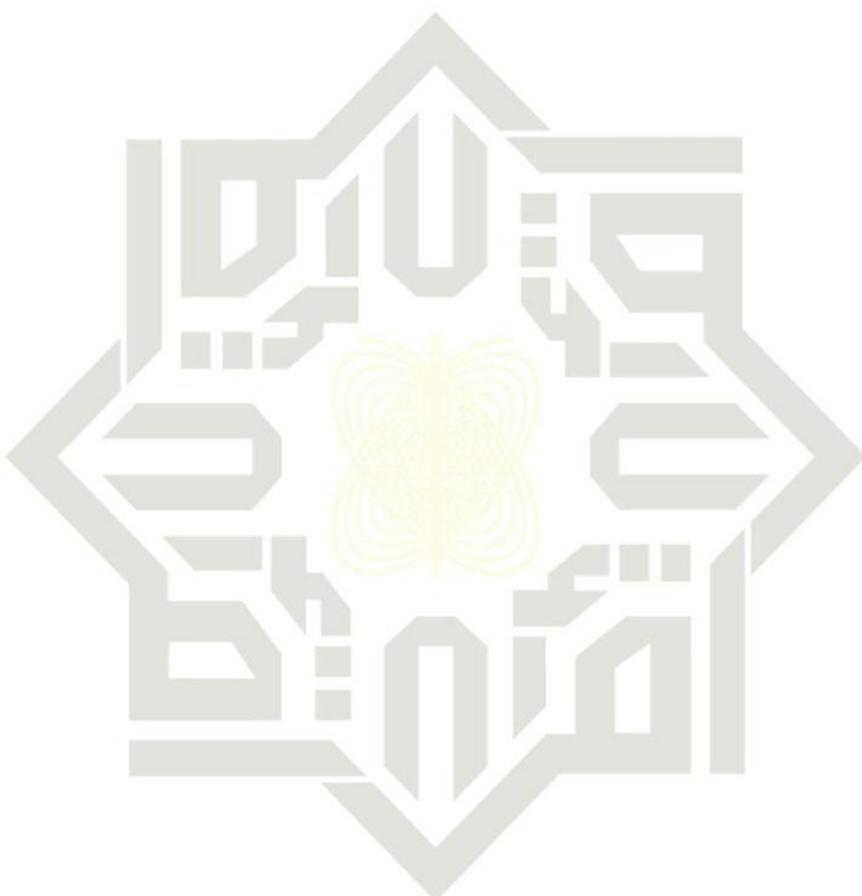
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	59
6.1 Kesimpulan	59
6.2 Saran	60

DAFTAR PUSTAKA
EMPIRAN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

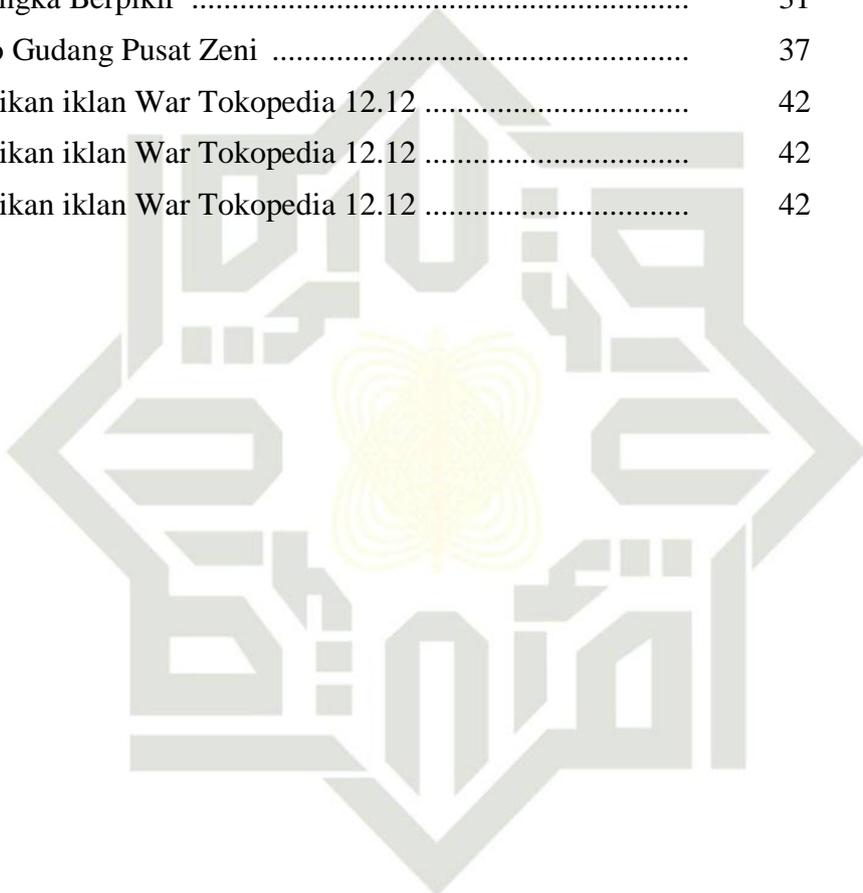


UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Logo Discord	20
Gambar 2.2	Kizuna Ai	22
Gambar 2.3	Kobo kanaeru	25
Gambar 2.4	Kobo Kanaeru	25
Gambar 2.5	Kerangka Berpikir	31
Gambar 4.1	Logo Gudang Pusat Zeni	37
Gambar 5.1	Cuplikan iklan War Tokopedia 12.12	42
Gambar 5.2	Cuplikan iklan War Tokopedia 12.12	42
Gambar 5.3	Cuplikan iklan War Tokopedia 12.12	42



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tanggal 12 Desember 2023, Tokopedia yang merupakan salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia mengadakan promo belanja online 12.12. Dalam upaya promosi kegiatan ini, Tokopedia meluncurkan video iklan yang menampilkan Kobo Kanaeru, seorang Virtual Youtuber Indonesia yang berada dibawah naungan agensi Hololive Production. Kerjasama ini bukan yang pertama kali dilakukan oleh keduanya. Sebelumnya, Kobo Kanaeru juga pernah melakukan live shopping di aplikasi Tokopedia pada tanggal 30 Oktober 2023.

Pada iklan War 12.12 Tokopedia 2023, selain menggaet Kobo Kanaeru, Tokopedia juga menggaet Heiakim, salah satu Youtuber musisi Indonesia. Heiakim dikenal sebagai musisi yang membuat kreasi musik menggunakan mesin penerjemah google translate dengan aplikasi digital sehingga hasil dari kreasinya menjadi sebuah karya musik yang terdengar unik, namun tetap menarik untuk didengar. Bersama dengan Heiakim, Kobo Kanaeru menyanyikan sebuah jingle dengan slogan “war di Tokopedia!.” Saat penelitian ini dilakukan (red. Mei 2024), iklan video ini sudah ditonton sebanyak 12,5 Juta kali di Tiktok dengan 1,1 Juta like, dan ditonton sebanyak lebih dari 3,6 Juta kali di Instagram dengan total like 280.939 like.

Tentunya, hal yang menarik dalam fenomena ini adalah penggunaan Virtual Youtuber Kobo Kanaeru dalam iklan komersial yang dilakukan oleh salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, Tokopedia. Penggunaan Virtual Youtuber dalam iklan, khususnya di Indonesia, masih sangat jarang ditemukan sehingga hal ini relatif baru dan masih belum banyak dilakukan penelitian terhadap fenomena ini.

Selain itu, penelitian ini juga akan berfokus pada informan yang berasal dari Discord Server Gudang Pusat Zeni, yang merupakan sebuah komunitas di media sosial online yang aktif dan memiliki channel untuk tiap topik pembahasan sesuai dengan minat anggotanya, termasuk Virtual



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Youtuber. Hal ini menjadi unik dikarenakan penelitian ini terletak pada bagaimana anggota Discord menafsirkan fenomena ini didalam pikiran mereka, kemudian memberikan tanggapan, penilaian, makna, maupun persepsi terhadap iklan War Tokopedia 12.12. yang menampilkan Kobo Kanaeru. Hal ini barangkali dapat membuka peluang dalam upaya mengeksplorasi dan memahami bagaimana budaya pop Jepang, dalam hal ini Virtual Youtuber, dapat diterima dan diinterpretasikan oleh komunitas online yang ada di Indonesia, khususnya platform Discord.

Dewasa ini, perkembangan teknologi terjadi secara masif dan cepat. Hal ini mendorong tumbuhnya perkembangan dunia hiburan (entertainment) yang cepat pula di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Hal ini disebabkan dengan munculnya berbagai akses yang dapat digunakan masyarakat dalam memperoleh hiburan yang sesuai dengan mereka. Akses dalam memperoleh hiburan ini tidak lagi hanya terbatas pada televisi, radio dan koran, namun hadirnya internet juga menambah layanan media sosial dan juga media streaming musik, film, dan juga konten berbasis video seperti TikTok dan Youtube untuk menayangkan iklan yang biasanya ditayangkan di media tradisional seperti televisi.

Youtube merupakan platform media sosial berbasis video. Youtube yang merupakan salah satu layanan dari google hingga hari ini terus berkembang menjadi platform yang menyediakan berbagai fitur berbagai video termasuk livestreaming yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja baik melalui personal computer maupun smartphone (Saputra Dkk., 2017.) Sementara itu, mereka yang membuat konten di youtube disebut sebagai youtuber, yang dalam perjalanannya kemudian melahirkan apa yang kita sebut dengan Virtual Youtuber.

Iklan yang menggaet Kobo Kanaeru ini dimaksudkan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap Tokopedia, termasuk dalam hal ini adalah pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni. Namun tentunya, respon terhadap iklan ini beragam. Dengan basis penggemar Kobo Kanaeru yang besar, kemunculannya dalam iklan ini menimbulkan beragam persepsi. Ada yang memiliki antusias untuk ikut dalam kegiatan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

promo tersebut, namun ada pula yang sama sekali tidak tertarik. Hal ini kemudian membuka peluang untuk memahami apakah penggunaan Virtual Youtuber dalam suatu iklan dapat mempengaruhi persepsi audiencenya terhadap brand yang ditawarkan.

Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang persepsi pengguna Discord Pusat Gudang Zeni terhadap Kobo Kanaeru, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi kita, para praktisi Public Relations, dan pemangku kepentingan terkait lainnya dalam memahami dampak fenomena ini dan mengembangkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif.

Maka berdasarkan paparan latar belakang diatas, hal ini memantik penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“Persepsi Pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni Terhadap Virtual Youtuber Kobo Kanaeru Dalam Iklan War Tokopedia 12.12 Tahun 2023”**

1.2 Penegasan Istilah

Demi menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam upaya memahami judul, penulis menganggap perlu adanya penegasan istilah yaitu :

1.2.1 Persepsi

Menurut Triana, (2015 : 36), persepsi merupakan suatu proses yang terjadi dalam diri seorang individu ketika menanggapi lingkungannya melalui proses pemikiran dan perasaan yang kemudian menjadi dasar pertimbangan perilakunya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persepsi ialah tanggapan langsung dari sesuatu. Sementara masyarakat diartikan sebagai sejumlah manusia dalam jumlah yang luas dan terikat oleh suatu kebudayaan yang dianggap sama. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat adalah suatu tanggapan dari sejumlah orang didalam suatu kelompok atas.

1.2.2 Discord

Discord merupakan salah satu media sosial yang seringkali digunakan oleh para pemain game atau gamers untuk berkomunikasi saat bermain game (Raihan, 2018). Discord dapat digunakan dalam beragam



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sistem berbasis windows, iOS, Android, Linux, dan juga Max. Aplikasi ini juga memiliki berbagai fasilitas unggulan yang tidak dimiliki oleh berbagai media sosial lainnya, yaitu pembuatan channel atau ruang-ruang khusus dalam server discord tersebut.

1.2.3 Virtual Youtuber

Menurut Puspitaningrum & Prasetio (2019), Vtuber merupakan sebuah hasil dari perpaduan antara kartun Jepang yang biasa disebut anime dengan media internet sebagai mediumnya. Mayoritas Vtuber menggunakan media sosial YouTube sebagai wadah untuk membagikan konten mereka dan membangun hubungan dengan audiens. Penerimaan Audiens atas Konten Pariwisata dari Virtual Youtuber Andi Adinata, HALLA PUSPITA YURI & AGUS DANAR)

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana persepsi pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni terhadap Virtual Youtuber Kobo Kanaeru dalam iklan War Tokopedia 12.12 Tahun 2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni terhadap Virtual Youtuber Kobo Kanaeru dalam iklan War Tokopedia 12.12 Tahun 2023

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Secara Teoritis

- Peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam menjelaskan bagaimana persepsi pengguna discord server Gudang Pusat Zeni terhadap Virtual Youtuber Kobo Kanaeru dalam iklan War Tokopedia 12.12 Tahun 2023
- Penelitian ini diharapkan sebagai media dalam menerapkan teori dan ilmu yang telah diperoleh selama proses akademik di bangku universitas dalam bidang komunikasi massa sebagai hiburan dalam khususnya.

1.5.2 Secara Pragmatis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi serta pembandingan dalam bagaimana menyikapi inovasi dalam iklan dengan menggunakan virtual youtuber sebagai talent iklan.
- b. Diharapkan bermanfaat untuk para pembaca dalam mempelajari bagaimana persepsi masyarakat terhadap suatu iklan dapat terbentuk.

Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari: Latar belakang, Penegasan Istilah, ruang lingkup kajian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA: Kajian Terdahulu, Landasan teori, Konsep Operasional, dan Kerangka Berpikir

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang diteliti. Termasuk didalamnya kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka berfikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang rangkaian dan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Terdahulu

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dede Nurul Qomariah (2019) dengan judul Persepsi masyarakat mengenai kesetaraan gender dalam keluarga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat mengenai konsep kesetaraan gender dalam lingkungan keluarga. Data penelitian diperoleh menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian ini adalah masyarakat di Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Bandung. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan November 2017. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa enam dari tujuh responden tidak mengetahui apa yang dimaksud dengan kesetaraan gender. Sebagian besar mengatakan belum pernah mendengar istilah tersebut baik melalui media massa maupun media elektronik. Hanya satu orang yang mengetahui istilah tersebut dikarenakan pendidikan dan lingkungan sosialnya, sehingga informasi tersebut ia peroleh dari lingkungan kerjanya.
2. Rifa Nabilah dkk (2022) dengan judul Persepsi Masyarakat Desa terhadap Fenomena Politik Uang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Desa Maja, Kecamatan Maja, Kabupaten Lebak terhadap fenomena politik uang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan subjek penelitian adalah masyarakat Desa Maja, Kecamatan Maja, Kabupaten Lebak. Adapun alasan peneliti menggunakan metode kualitatif adalah untuk memberikan makna yang jelas mengenai persepsi masyarakat di Desa Maja terkait politik uang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat desa Maja memiliki persepsi yang berbeda dengan norma hukum yang ada dalam memandang politik uang. Masyarakat menganggap bahwa politik uang adakah bentuk terimakasih atas suara yang diberikan kepada dan merupakan salah satu bentuk pendekatan kepada masyarakat.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maka dapat disimpulkan bahwa politik uang di desa Maja memiliki peranan penting dalam mengikat suara masyarakat dalam kontestasi politik.

Cheria Belinda (2022) dengan judul Persepsi dan Reaksi Generasi Z terhadap Fenomena Gender Fluid dan Gaya Fesyen Androgini. Penelitian ini untuk mengidentifikasi serta menganalisis persepsi dan reaksi dari Generasi Z terhadap fenomena Gender Fluid serta gaya Fesyen Androgini. Selain daripada itu, penelitian ini bertujuan untuk mencari ahu perubahan persepsi terhadap peran gender dalam masyarakat. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dalam teori penelitiannya. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan naratif melalui teknik pengumpulan data melalui focus group discussion, wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada variasi persepsi dari Generasi Z dalam memandang fenomena Gender Fluid dan Gaya Fesyen Androgini. Ada yang menanggapi bahwa gaya Fesyen Androgini terkesan aneh, ada yang menanggapi positif, ada juga yang berpandangan netral selama pelaku gaya Fesyen Androgini nyaman dengan apa yang dilakukannya. Beberapa narasumber juga menyatakan bahwa mereka mulai menerima konsep gender Fluid. Namun, masih terdapat beberapa narasumber yang awalnya tidak mengetahui dan memahami arti dari gaya Fesyen Androgini dan merasa ada perbedaan dalam persepsi terhadap pria dan wanita yang bergaya fesyen Androgini.

4. Coirina Nur Azizah dan Heri Kurnia (2022) dengan judul penelitian Persepsi Masyarakat terhadap Fenomena Kekerasan dalam Rumah Tangga di Desa Kalangan Baturetno Banguntapan Bantul. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat tentang kasus Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT), faktor penyebab terjadinya KDRT, bentuk-bentuk kekerasan yang dialami oleh korban, dampak psikologis pada kaum perempuan yang menjadi korban kekerasan, serta upaya pemulihan terhadap korban. Penelitian yang digunakan adalah



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian kualitatif dengan desain deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan kecenderungan persepsi masyarakat tentang KDRT. Teknik dalam pengambilan sampel ialah purposive proportional random sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara, kuesioner (angket), dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Desa Kalangan Baturetno Banguntapan Bantul menganggap bahwa tindakan KDRT adalah aib yang harus dirahasiakan karena dianggap tidak mampu menjaga keharmonisan keluarga. Beberapa penyebab utama dalam kasus KDRT di desa Kalangan adalah masalah perselingkuhan, perbedaan pendapat dan permasalahan ekonomi. Adapun bentuk kekerasan yang dialami dapat berupa kekerasan fisik, kekerasan psikis, dan kekerasan seksual. Korban yang mengalami KDRT kebanyakan mengalami trauma, rasa cemas, ketakutan, depresi, mudah menangis, kesulitan tidur, dan kerap mengalami mimpi buruk.

5. Hisar Turnip dkk (2020) dengan judul penelitian Persepsi Masyarakat Tentang Kinerja Kantor Search and Rescue Medan dalam Pencarian Orang Hilang di Gunung Sibayak. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui Persepsi Masyarakat Tentang Kinerja Kantor Search and Rescue (SAE) Medan dalam Pencarian Orang Hilang pada saat tanggap darurat khususnya di Gunung Sibayak Kabupaten Karo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara wawancara langsung, serta data sekunder melalui studi pustaka. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi, kemudian data yang sudah terkumpul dimasukkan kedalam matriks. Hasil penelitian menyebutkan bahwa persepsi masyarakat cenderung negatif terhadap kinerja SAR Medan. Hal ini dikarenakan kinerja SAR yang cenderung memanfaatkan tenaga masyarakat sekitar namun kurang dalam komunikasi sehingga terjadi ke-tidak efektif-an dalam melakukan proses penyelamatan. Kinerja dan kemampuan kepemimpinan Kepala SAR Medan yang menjabat saat terjadinya musibah menjadi poin utama dalam penilaian masyarakat.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Andi Syahputra dan Heri Rahmatsyah Putra (2020) dengan judul penelitian Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM). Adapun tujuan penelien ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat Desa Sungai Manasib atas Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) dari Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ar-Ridho. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan kepada masyarakat di Desa Sungai Manasib untuk mengetahui tanggapan masyarakat terhadap kegiatan mahasiswa selama pelaksanaan program Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM). Teknik wawancara dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terkait persepsi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat menyambut baik para mahasiswa bahkan turut membantu dan mendukung kegiatan mahasiswa KPM. Namun, kurangnya pemahaman masyarakat akan tugas dan fungsi mahasiswa KPM membuat masyarakat cenderung tidak reaktif dalam menanggapi ide para mahasiswa.
7. Anis Ma'rifatunnisaa dan Adrio Kusmareza Adim (2023) dengan judul penelitian Fenomena Menonton Virtual Youtuber Kobo Kanaeru (Studi Fenomenologi Pada Generasi Z Pengikut Channel Kobo Kanaeru di Indonesia). Penelitian dalam jurnal ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif yang menyebabkan generasi Z menonton Kobo Kanaeru tebeagi dalam beberapa motif, seperti minat terhadap budaya populer Jepang. Penelitian ini juga menyoroti bahwa kepopuleran virtual youtuber Kobo Kanaeru termasuk karakteristiknya (dengan pembawaan yang toxic) menarik perhatian pada generasi Z.
8. Ahmad Firmansyah dkk., (2024) dengan judul penelitian Peran Humas Hololive Productions Terhadap Perkembangan Virtual YouTuber Hololive Di Indonesia. Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan maksud dan tujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala pada saat penelitian dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peran Public Relations (PR) HoloID tidak dapat dilepaskan dari perkembangan tren Virtual YouTuber HoloID. Para PR menggunakan berbagai strategi untuk memperkenalkan talent mereka melalui kolaborasi, iklan di ruang publik, dan acara-acara yang menarik. Kesuksesan ini juga turut didukung oleh komunitas fans yang solid

Dhanar Intan Surya Saputra dan Iwan Setyawan (2021) dengan judul Virtual YouTuber (VTuber) Sebagai Konten Media Pembelajaran Online. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan studi pendekatan fenomenologi. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa konsep virtual youtuber dapat dijadikan sebagai konten media pembelajaran. Diharapkan bahwa konsep ini kemudian dapat diterapkan kepada tingkat pendidikan mulai dari SD hingga nanti Perguruan Tinggi. VTuber yang menggunakan avatar virtual 2D atau 3D dengan bantuan teknologi Face & Hand Tracking membuat informasi mudah diterima dan tidak membosankan. Konsep inipun dapat diterima oleh berbagai kalangan usia, dengan catatan bahwa proses pembelajaran harus disesuaikan dengan materi kelas dan dilengkapi dengan cerita lucu sebagai intermezo dalam kelas agar suasana kelas tidak kamu dan membosankan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Social Information Processing Theory

Teori Pemrosesan Informasi, atau yang lebih dikenal dengan Social Information Processing (SIP) dikemukakan pertama kali oleh Joseph Walter pada tahun 1992, jauh sebelum internet menggeliat menjadi temuan umat manusia yang memiliki pengaruh yang besar terhadap teknologi, hubungan, dan presentasi diri. Teori ini menekankan pada bagaimana teknologi berperan pada hubungan manusia yang dibangun melalui internet secara online (West & Turner, 2017).

Menurut teori SIP, individu memiliki kemampuan untuk menciptakan dan mengembangkan hubungan antara individu dengan individu lainnya hingga menjadi hubungan yang sangat intim dan erat melalui internet, bahkan melebihi pertemuan tatap muka. Hubungan online ini memiliki potensi yang



signifikan untuk tumbuh dalam satu individu dikarenakan hubungan ini sangat memungkinkan untuk dilakukan meski tanpa ada unsur nonverbal. Hal ini dikarenakan hubungan ini ditunjang oleh media-media internet seperti SMS, surel atau email, telepon dan lainnya. Teori ini kemudian menganggap bahwa seorang individu termediasi ataupun memiliki konektivitas dengan komputer (computer-mediated communication). Hal ini memungkinkan individu untuk melakukan hubungan sosial secara online dan membentuk kesan serta memberikan pesan kepada lawan komunikasi melalui pesan informasi yang diperoleh dan diberikan satu sama lain. Proses ini dianggap membutuhkan waktu yang lama jika dibandingkan dengan hubungan langsung secara tatap muka dikarenakan jalur komunikasi yang linear/satu jalur utama. SIP juga menemukan bahwa dalam beberapa kasus, individu menganggap bahwa hubungan online lebih penting dibandingkan hubungan tatap muka secara langsung (West & Turner, 2017).

Teori ini menjadi sebuah perspektif alternatif yang diperkenalkan oleh Joseph Walter dalam memahami perkembangan hubungan didalam format computer-mediated communication. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang mengalami lompatan besar dalam perkembangannya, format computer-mediated communication dianggap memiliki saluran interaksi yang lebih sedikit dibandingkan dengan komunikasi interaksi secara tatap muka dalam mencapai tujuan sosial, sehingga format ini kemudian dianggap kurang berguna. Walther pun memahami bahwa banyak saluran komunikasi online yang baru lahir, salah satunya adalah situs jejaring sosial yang tidak lagi memiliki batasan dan mendobrak batasan-batasan yang ada dalam format computer-mediated communication (Griffin, 2004).

Pada permulaannya dalam format computer-mediated communication, pembangunan hubungan secara online dianggap tidak memungkinkan untuk terjadi dikarenakan kebatasan saluran untuk berinteraksi, yaitu teks. Namun pada perkembangannya, SIP mampu menjelaskan bagaimana komunikator dapat melakukan hubungan interpersonal melalui komunikasi berbasis teks

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Saifuddin Syarif, Pekanbaru, Riau



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komputer. Dalam golongan teori komunikasi yang menjelaskan hal yang berkaitan dengan hubungan, Social Information Processing Theory mungkin terdengar mirip dengan Social Penetration Theory dan juga Uncertainty Reduction Theory. Namun dalam penjelasannya, SIP menggunakan isyarat verbal serta isyarat temporal sebagai alat utama untuk memberikan pengaruh dalam proses pembentukan hubungan. Teori ini menghimbau para pelaku komunikasi untuk terus beradaptasi dengan pembahasan yang ada dan dihadapi dalam suatu media. Hal ini dikarenakan pesan utama yang dilakukan melalui teks, sehingga para pelaku komunikasi akan amat bergantung pada teks tersebut serta isyarat-isyarat verbal yang dikandung didalamnya. Isyarat verbal ini menjadi indikator utama dalam pemaknaan pesan didalam proses pembentukan kesan dan hubungan interpersonal (West & Turner, 2017).

Teori SIP juga menganggap bahwa para pelaku komunikasi memiliki motivasi penuh untuk membangun hubungan online dikarenakan alasan dan motif pribadi mereka. Dalam perkembangannya, akan ada faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku komunikasi untuk meningkatkan motivasi mereka dalam membangun hubungan online, yaitu antisipasi akan interaksi berikutnya dan juga skeptisisme. Dalam hal antisipasi interaksi yang akan mendatang di masa depan, hal ini mengacu pada prospek kemungkinan akan adanya pembicaraan atau interaksi yang berlanjut di waktu yang akan datang. Para pelaku komunikasi yang mengharapkan kontak dan interaksi komunikasi yang berlanjut di masa yang akan datang akan dengan mudah memberikan informasi dengan harapan bahwa interaksi dan hubungan ini akan berlanjut kedepannya, sementara yang tidak mengharapkan interaksi yang mendatang akan sulit untuk memberikan informasi dan menjalin hubungan. Sementara dalam artian skeptisisme, hal ini mengacu pada sikap pelaku komunikasi terhadap penggunaan format computer-mediated communication dalam membangun hubungan online. Pelaku komunikasi yang memiliki sikap skeptisisme yang lebih rendah akan menjalin banyak hubungan online



dibandingkan dengan pelaku komunikasi yang memiliki sikap skeptisisme yang lebih tinggi (Littlejohn & Foss, 2009).

Teori SIP juga memiliki kaitan yang erat dengan Impression Management Theory. Awalnya, teori ini hanya berfokus kepada hubungan komunikasi yang dilakukan secara tatap muka hingga pada akhirnya teori ini mulai diterapkan dalam upaya memahami perkembangan hubungan online. West dan Turner menyatakan bahwa Ellison, Heino, dan Gibbs melakukan identifikasi pada tiga jenis perilaku presentasi diri yang dilakukan dalam kenean online : mempresentasikan diri secara sebenarnya ataupun atribut individu yang apa adanya (actual self), diri yang ideal atau atribut ideal yang diimpikan oleh suatu individu (ideal self), dan diri yang seharusnya ataupun yang diharapkan individu (ought self). Ketiga komponen identifikasi ini menjadi kunci penting dalam pengelolaan kesan maupun identitas diri baik dalam hubungan langsung secara tatap muka maupun secara online (West & Turner, 2017).

Berdasarkan uraian penjelasan diatas, penulis merasa bahwa teori ini relevan dengan judul penelitian karena melibatkan penggunaan platform komunikasi digital sesuai dengan salah satu komponen dalam teori SIP, yaitu menjalin hubungan secara online, dalam hal ini Discord. Melalui teori SIP, penulis berupaya untuk memahami bagaimana pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni memahami dan menginterpretasikan serta membentuk persepsi terhadap Virtual Youtuber (Vtuber) Kobo Kanaeru. Teori SIP menjelaskan bahwa meskipun komunikasi melalui media digital online tidak secepat pertemuan langsung dalam upaya memahami informasi yang disampaikan serta pertukaran isyarat nonverbal yang dilakukan dalam penyampaian informasi, namun individu tetap dapat membangun hubungan yang kuat melalui proses interpretasi terhadap informasi sosial secara perlahan dan bertahap. Dalam konteks penelitian ini, persepsi pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni akan dipengaruhi oleh bagaimana mereka menerima rangsangan berupa iklan, kemudian memahami dan menginterpretasikan serta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memproses informasi yang disampaikan oleh Kobo Kanaeru dalam iklan tersebut dan kemudian melakukan penilaian terhadap iklan serta informasi yang ada didalamnya. Selain itu, teori SIP juga dapat membantu untuk menjelaskan bagaimana hubungan atas kehadiran dan karakteristik Kobo Kanaeru dalam iklan memiliki pengaruh terhadap persepsi dan reaksi pengguna, serta hubungan yang ada antara pengguna Discord Server Gudang Pusat Zeni terhadap Kobo Kanaeru mempengaruhi penilaian mereka terhadap iklan dan informasi yang ada didalam iklan tersebut.

2.2. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Jika merujuk kepada terminologi, persepsi berasal dari bahasa latin 'perception' yang berakar dari kata 'percipere' yang memiliki makna 'menerima' atau 'mengambil'. Persepsi merupakan suatu fenomena atau pengalaman yang melibatkan objek, peristiwa dan hubungan tertentu yang diperoleh melalui proses menyimpulkan dan menafsirkan informasi ataupun pesan yang diterima. Maka berdasarkan penjelasan ini, persepsi dapat diartikan sebagai suatu pemberian makna terhadap rangsangan indra (Rachmat, 2019).

Sementara dalam pengertian kamus psikologi, persepsi dimaknai sebagai suatu kesadaran intuisi akan kebenaran atau keyakinan terhadap suatu objek maupun fenomena. Persepsi dianggap sebagai variabel campuran (*variabel intervening*), yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti rangsangan atau stimulus, proses belajar, kondisi mental, suasana hati dan juga faktor motivasi. Oleh karena itu, persepsi tiap individu terhadap suatu fenomena akan berbeda-beda tergantung aspek situasinya yang mempengaruhi proses penilaian dan pemaknaannya pada suatu fenomena (Chaplin, 1993).

Faizah Muchsin yang merujuk pada Joseph A. Devito berpendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses dimana seseorang memahami objek ataupun peristiwa disekitarnya melalui penggunaan alat indera. Dalam konteks ini, pengetahuan baru diperoleh melalui pengalaman



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbagai peristiwa, pemahaman terhadap objek, dan hubungan yang dipahami melalui interpretasi dan penjelasan pesan yang diperoleh dari proses persepsi (Faizah, 2018).

Sementara, Solomon menyatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses di mana seseorang memilah dan memilih sensasi yang diterima, mengaturnya, dan pada akhirnya menafsirkannya (Prasetijo, 2019).

Sugihartono memiliki pandangan yang sedikit berbeda dengan pendapat diatas. Ia berpendapat bahwa persepsi merupakan potensi yang ditangkap masuk melalui indera seseorang, yang kemudian menerimanya sebagai suatu rangsangan ataupun tahapan dari pembentukan persepsi. Hasil dari persepsi itu, apakah itu persepsi baik ataupun buruk, tergantung dari kemampuan individu dalam menafsirkan suatu persepsi melalui kemampuan alat inderanya, maka hal ini menimbulkan perbedaan persepsi pada tiap individu tergantung cara pandang mereka (Sugihartono, et. Al., 2018).

Menurut Bimo Walgito, indikator persepsi adalah sebagai berikut :

- a. Rangsangan atau objek dari luar individu

Rangsangan tersebut diterima oleh berbagai indra seperti penglihatan, perabaan, penciuman, dan pengecapan baik secara sendiri-sendiri maupun bersamaan. Dari penerimaan ini kemudian terbentuk suatu gambaran ataupun kesan dalam otak tergantung dari rangsangan yang diterima individu.

Pemahaman yang terbentuk dari gambaran yang ada di otak.

Pemahaman ini dihasilkan dari proses pengorganisasian konsep, pengelompokan, serta perbandingan yang melahirkan interpretasi.

Penilaian atau evaluasi.

Hal ini dilakukan oleh suatu individu setelah terjadinya proses pemahaman. Individu tersebut kemudian akan membandingkan pemahamannya dengan berbagai kategori kriteria yang subjektif. Oleh

karena itu, penilaian tiap individu bisa berbeda meskipun objeknya sama (Walgito, 2004).

Menurut Walgito (2004), proses dalam memahami rangsangan dalam upaya pembentukan persepsi dapat dibedakan menjadi lima bentuk persepsi sesuai dengan panca indera manusia, yaitu :

Persepsi melalui indera penglihatan

Alat indera merupakan hal utama yang sangat penting bagi suatu individu untuk dapat menangkap rangsangan dalam upaya melakukan pembentukan persepsi. Setelah rangsangan ditangkap oleh mata, maka rangsangan ini dilanjutkan ke otak oleh saraf sensoris sehingga individu dapat menyadari apa yang dilihatnya

b. Persepsi melalui indera pendengara

Dengan telinga, seseorang dapat mendengarkan sesuatu. Sama halnya dengan mata sebagai inderi penglihatan, telinga berfungsi sebagai penangkap rangsangan dalam proses pembentukan persepsi. Jika individu dapat menyadari apa yang didengarnya, maka terjadilah proses persepsi dalam upaya merespon rangsangan

c. Persepsi melalui indra penciuman

Melalui hidung mereka, manusia dapat mencium bau sesuatu. Sel reseptor bau terdapat pada bagian dalam hidung. Rangsangan tersebut dapat berupa gas maupun benda kimia yang dapat menguap, diterima oleh reseptor dalam hidung, lalu diteruskan ke otak. Hasil dari proses ini berbentuk respon ataupun persepsi berupa apakah gas itu bau, wangi, atau semacamnya.

d. Persepsi melalui indera pengecap

Lidah berfungsi sebagai indera pengecap. Stimulus dari lidah adalah sesuatu yang bersentuhan langsung dengan lidah, yang kemudian mengenai sel penerima yang ada pada dilidah, dan diteruskan ke otak. Hingga akhirnya orang dapat menyadari atau mempersepsi tentang apa yang dikecap itu.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

e. Persepsi melalui indera peraba (kulit)

Kulit sebagai indera peraba dapat merasakan rasa sakit, rabaan, tekanan dan temperatur. Rasa-rasa tersebut merupakan rasa primer, sedangkan disampingnya masih terdapat banyak sekali variasi dari macam-macam rasa sentuhan. Ada berbagai macam stimulus lainnya seperti kesadaran akan permukaan lunak, keras, halus dan kasar. Hal ini merupakan persepsi setelah kulit menerima rangsangan dan diteruskan kepada otak.

Menurut Rhenald Kasali (2007), dalam proses persepsi terdapat banyak rangsangan yang bersentuhan langsung ataupun memasuki panca indera namun tidak semua rangsangan tersebut memiliki daya tarik. Sama halnya dengan daya tarik, maka dari itu, daya tarik ditentukan oleh beberapa faktor :

1. Latar belakang budaya

Persepsi ini berkaitan dengan budaya dan nilai-nilai etika maupun norma yang dianut oleh budaya tersebut. Hal ini akan berkaitan dengan Bagaimana cara seseorang menafsirkan pesan, objek, ataupun lingkungan sesuatu dengan sistem dan nilai budaya yang dia anut. Makin besar perbedaan budaya antara dua orang, maka akan semakin jauh pula perbedaan persepsi mereka terhadap realitas.

Pengalaman masa lalu

Tiap orang pastinya punya masa lalu terhadap suatu objek yang sedang diperbincangkan. Makin intensif hubungan antara seseorang dengan suatu objek, makin banyak pula pengalaman yang dimiliki orang itu terhadap objek tersebut. Hal ini turut pula dalam membangun persepsinya terhadap suatu objek.

Nilai-nilai yang dianut

Nilai merupakan komponen evaluatif dari keyakinan maupun kebudayaan yang dianut, meliputi kemanfaatan, kebaikan, estetika dan juga kepuasan. Nilai adalah hal normatif yang mengatur apa yang dimaksud dengan hal baik dan buruk, yang patut untuk diperjuangkan dan ditinggalkan, dll.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Berita yang berkembang

Berita yang berkembang adalah berita mengenai suatu objek yang beredar di media massa maupun melalui percakapan ataupun informasi dari orang lain yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang.

Rahmat Dahlan mengutip pernyataan Pareek dalam jurnalnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang berasal dari internal pribadi individu tersebut maupun faktor eksternal dan objek yang diamati. Adapun faktor yang dianggap mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut :

a. Latar belakang

Latar belakang turut mempengaruhi bagaimana hal-hal dipilih dalam pembentukan persepsi. Contohnya adalah orang dengan latar belakang pendidikan yang lebih tinggi tentu akan memilih sumber informasi terpercaya dalam memenuhi kebutuhan informasinya.

b. Pengalaman.

Hal yang kurang lebih sama dengan faktor latar belakang. Pengalaman membentuk seseorang untuk mencari orang-orang, hal-hal, maupun gejala-gejala yang mungkin serupa dengan pengalaman pribadinya sehingga mempengaruhi sikap dalam penilaian persepsi. Kepribadian.

Tiap individu memiliki pola kepribadian yang berbeda, dimana pola yang berbeda ini akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula perindividu. Maka dari itu, proses pembentukan persepsi tiap orang akan berbeda, begitu pula antar kelompok.

Sistem nilai.

Konsep sistem nilai yang berkembang dan berlaku dimasyarakat turut mempengaruhi bagaimana respon dan persepsi masyarakat terhadap suatu objek.

Penerimaan diri.

Penerimaan diri merupakan salah satu faktor penting dalam diri yang mempengaruhi persepsi (Dahlan, 2017).



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dapat digolongkan sebagai faktor internal yang terdiri dari beberapa hal, antara lain:

Fisiologis: Informasi yang diterima melalui indra mempengaruhi dan melengkapi upaya individu dalam memberikan makna terhadap lingkungan sekitarnya. Kemampuan indera setiap orang dalam mempersepsi berbeda-beda, sehingga penafsiran terhadap lingkungan juga bisa berbeda.

Perhatian: Perhatian adalah langkah pertama dalam proses persepsi. Ia merupakan pusat konsentrasi aktivitas individu yang diarahkan pada suatu objek. Dalam konteks pembiayaan di bank syariah, persepsi individu juga dipengaruhi oleh faktor perhatian.

Minat : Persepsi terhadap suatu objek berbeda-beda tergantung pada seberapa besar energi atau kepekaan persepsi seseorang dalam mempersepsikannya. Sensitivitas persepsi ini dapat dikaitkan dengan minat individu terhadap jenis stimulus tertentu.

- 4) **Kebutuhan searah:** Tingkat keinginan seseorang untuk menemukan suatu objek atau pesan yang sesuai dengan dirinya dapat mempengaruhi persepsi terhadap sesuatu.

dan ingatan: Persepsi seseorang seringkali bergantung pada ingatan, dimana pengalaman masa lalu dapat membantu individu untuk mengidentifikasi suatu stimulus.

Mood : Keadaan emosi individu dapat mempengaruhi perilaku, dimana mood atau suasana hati menunjukkan bagaimana individu menerima, menciptakan, dan mengingat informasi. (Bimo Walgito, ibid)

Dalam kajian ilmu psikologi, peristiwa persepsi dapat terjadi dalam tiga tahapan utama, yaitu :

Individu memperhatikan dan melakukan seleksi

Individu mengorganisasikan dan mengkategorikan objek yang ditangkap oleh indra manusia

Individu membuat interpretasi (Liliweri, 2011).



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

mengikuti lima tahapan utama, yaitu :

Stimulation, Individu menerima stimulus dari luar, kemudian ketika indra menangkap stimulus, maka selanjutnya PPL ;

Organization, Stimuli tadi kemudian diorganisasikanb berdasarkan tatanan kategori tertentu

Interpretation-evaluation, Individu kemudian melakukan penilaian terhadap stimuli berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang ia punya.

Memory, stimulus yang sudah diperhatikan, dinilai dan dievaluasi, terekam kedalam memori otak

Recall, setelah semua proses itu selesai, maka rekaman berupa rangkaian tahapan sebelumnya dikeluarkan hingga itulah yang dinamakan dengan persepsi (Liliweri, 2011).

Adapun menurut Irwanto jenis persepsi Dibagi menjadi dua, yakni :

1. Persepsi positif merupakan suatu gambaran tentang segala hal dalam bentuk pengetahuan dan akan Dikirimkan melalui stimulus yang akan Menerima suatu objek yang akan Dipersepsikan.
2. Persepsi negatif merupakan suatu gambaran tentang segala hal yang Tidak selaras dalam bentuk pengetahuan dan akan dikirimkan melalui stimulus yang akan menolak suatu objek yang akan dipersepsikan (Irwanto, 2002).

2.3 Discord



Gambar 2.1 Logo Discord



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Aplikasi discord pertama kali diluncurkan ke publik oleh penciptanya, Jason Citron, pada tahun 2015. Pada mula kehadirannya, aiamsi ini seringkali digunakan oleh para content creator di bidang gaming yang melakukan siaran secara langsung melalui komputer maupun ponsel yang mereka gunakan. Kedekatan aplikasi ini dengan para gamer membuatnya sempat dijuluki sebagai “Skype-nya para gamers.” Discord kemudian menjadi salah satu sarana komunikasi yang cukup sering digunakan oleh berbagai kalangan (Fortune Indonesia, 2023).

Menurut laman resmi discord.com, aplikasi ini memiliki beberapa fitur yang ditujukan untuk memudahkan dan membuat nyaman para penggunanya. Aplikasi ini memungkinkan untuk melakukan panggilan suara, panggilan video, mengirim pesan teks, gambar, serta video. Dengan design aplikasi yang membuat para pengguna terhubung dalam server dan saluran terkhusus, discord menjadi aplikasi all-in-one dengan fitur yang dapat dikatakan lengkap. Tidak hanya menyajikan berbagai fasilitas komunikasi yang penting, discord juga memiliki fitur seperti channel dalam server yang bisa dinamai sesuai kebutuhan, aplikasi ini discord juga dapat terintegrasi dengan Twitch maupun YouTube. Para pengguna dapat mengaitkan akun mereka di kedua platform tersebut. Aplikasi ini sangat membantu pemain dalam melakukan koordinasi tim dan berinteraksi tanpa mengganggu kinerja permainan.

2.4 Virtual Youtuber (Vtuber)

Pada akhir Juli 2023 lalu, dunia hiburan dikejutkan dengan kabar dari group idol JKT48 yang meluncurkan unit baru mereka, yaitu JKT48V. JKT48V sendiri merupakan unit Virtual Youtuber dari JKT48 yang akan memberikan hiburan dengan konsep idol group secara virtual. Virtual Youtuber atau yang seringkali disebut dengan Vtuber adalah para streamer atau konten kreator YouTube yang menggunakan Avatar berbentuk karakter 2D dalam aktivitasnya sebagai konten kreator. Biasanya, karakter 2D yang digunakan mempunyai ciri khas seperti karakter anime atau animasi Jepang. Mereka pada dasarnya tetap melakukan aktivitas yang sama seperti para youtuber umumnya, seperti bermain game, melakukan cover music, hingga konten-konten challenge lainnya.

Virtual YouTuber (Vtuber) adalah sebuah istilah yang kerap kali digunakan untuk menyebut konten kreator yang menggunakan Avatar digital dalam aktivitasnya menyampaikan konten videonya. Para Vtuber biasanya menggunakan karakter virtual 2D atau 3D yang bergayakan anime maupun hewan dan aktif dalam proses usaha kreatif di platform seperti YouTube, Twitter/X, dan Twitch serta TikTok (Liudmila, 2020).



Gambar 2.2 Kizuna Ai

Istilah Vtuber sendiri muncul pertama kali pada tahun 2016 di Jepang. Istilah ini dipopulerkan oleh Kizuna Ai, seorang Vtuber dari Jepang yang telah merintis karir Vtuber-nya semenjak mengunggah videonya di YouTube pada tahun 2016. Kizuna Ai digambarkan sebagai seorang karakter gadis remaja ala kartun animasi Jepang dan mengaku bahwa dirinya merupakan Artificial Intelligence (AI) yang sangat cerdas dan ingin berteman dengan seluruh umat manusia yang ada di dunia. Meskipun begitu, ia sebenarnya merupakan sosok Avatar 3D yang diisi suaranya oleh manusia biasa. Dalam situs resmi Kizuna Ai, yaitu kizunaai.com, dijelaskan bahwa Ai dibuat dengan menggunakan model program komputer dari aplikasi Miku-Miku Dance (MMD) yang digabungkan dengan sistem face detection dan motion capture yang digunakan untuk menciptakan ekspresi wajah dan gerakan tubuh. Dengan desain karakter



yang bergaya khas animasi Jepang atau anime ini, Kizuna Ai berhasil mendulang kesuksesan dengan mencuri perhatian dari para penggemar budaya populer Jepang.

Konten dan konsep dari Kizuna Ai yang berhasil menarik banyak perhatian ini menyebabkan tren baru pada dunia hiburan digital. Palsnya, pada tahun 2020, tercatat terdapat lebih dari 10.000 Vtuber aktif di seluruh dunia, termasuk Indonesia (Panora.tokyo, 2020).

Defini dari Vtuber diatas sesuai dengan pernyataan Hirota Minoru, direktur dari situs berita yang memfokuskan diri mengenai berita Vtuber. Hirota mendefinisikan Vtuber sesuai pernyataannya berikut :

“Minoru Hirota (2018) defines vtuber as productions that broadcast their content via livestream and videos that utilise motion capture technology to animate 2D/3D figures. By implementing real time motion capture technology, any person could act as the “pilot” behind the anime character, and could do various movements like a regular human being.” (hubunganinternasional.id). Di Indonesia sendiri, tren Vtuber dimulai dengan munculnya Maya Putri pada tahun 2018 sebagai Vtuber pertama Indonesia. Maya Putri merupakan seorang Vtuber yang berasal dari agensi Shinta VR (Wisesa, 2018).

Maya Putri berhasil mencapai berbagai kesuksesan, salah satunya adalah menjadi bintang tamu acara Japan Festival (J-Fest) tahunan, yaitu Anime Festival Asia Indonesia (AFAID). Kesuksesan Maya Putri terlihat dari posisinya sebagai bintang tamu acara besar Japan Festival (J-Fest) tahunan, seperti Anime Festival Asia Indonesia (AFAID) (Ask, 2019). Selain itu, salah satu kesuksesan lainnya adalah Maya Putri juga berhasil melakukan sesi wawancara bersama istri Presiden Soekarno, Ratna Sari Dewi (Putri, 2019).

Saat ini, terdapat banyak Vtuber aktif di Indonesia yang popularitasnya sudah mencapai skala global, beberapa diantaranya seperti Kobo Kanaeru yang bekerjasama dengan Tokopedia, Moona Hoshinova, Kureiji Ollie, dan Andi Adinata.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- ©Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- ©Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada tren Vtuber sendiri, terdapat dua jenis Vtuber berdasarkan cara kerja dan pemrogramannya, yaitu Vtuber live2D dan Vtuber live3D. Vtuber live2D adalah Vtuber yang menggunakan teknologi live2D dalam menggerakkan avatarnya. Hal ini memungkinkan avatar yang digunakan dapat bergerak secara real-time dan sesuai dengan gerakan serta ekspresi penggunaannya.

Sementara Vtuber 3D adalah Vtuber yang menggunakan teknologi live3D dalam pemrograman avatarnya. Teknologi live3D ini memungkinkan avatar untuk bergerak secara bebas dan lebih realistis sesuai dengan gerakan pengguna.

Vtuber sendiri memiliki berbagai macam konten yang tidak jauh berbeda dengan para YouTuber lainnya, seperti konten gaming dimana para Vtuber biasanya akan bermain game baik itu bermain game sendiri maupun dengan Vtuber lainnya, konten musik dimana mereka biasanya melakukan karaoke, memproduksi lagu ataupun bermain alat musik, hingga kontem talkshow dimana biasanya mereka akan melakukan wawancara, diskusi, atau sekedar mengobrol dengan para penontonnya.

Menurut riset penelitian yang dilakukan oleh Puspitaningrum et al (2019), tingkat kegemaran masyarakat Indonesia terhadap Vtuber turut dipengaruhi oleh kegemaran masyarakat akan budaya populer jepang. Hasil uji coba pada 100 responden menyatakan bahwa 96 orang mengaku cukup mengenal dan familiar dengan keberadaan Vtuber, yang kemudian membuktikan bahwa adanya daya tarik yang cukup kuat pada budaya populer jepang dalam masyarakat Indonesia. Pada perkembangan dunia komunikasi melalui dunia maya ini, selebriti internet tak lagi terpaku pada hanya manusia, Vtuber yang menggunakan Avatar dan menjaga anonimitas mereka juga turut menjadi bagian pengembangan fenomena selebritas internet yang melibatkan visualisasi karakter virtual (Zhou, 2020). Hal ini menguatkan poin bahwa pergeseran paradigma dan cara menyikapi tren pada dunia media sosial, dimana terjadinya evolusi pada tren di internet yang menerima bahwa karakter virtual pun dapat menjadi selebriti di internet.



- UIN SUSKA RIAU
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syaifuddin Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Meskipun banyak yang meragukan tentang bagaimana mungkin anonimtas bisa mendapatkan kepopuleran, hal itu sudah pernah dibuktikan oleh Dream, seorang youtuber yang menyajikan konten permainan Minecraft pada channel youtubenya. Ia menolak untuk mengungkapkan wajahnya selama beberapa tahun dan memilih menggunakan Avatar bergaya kartun sebagai identitasnya saat melakukan streaming (Asarch, 2021). Keberhasilannya dibuktikan dengan hashtag #ROADTRIP dan #ThankYouDream yang sempat menduduki trending Twitter (Glaze, 2021). Meskipun pada akhirnya, Dream menunjukkan identitas dan wajah aslinya meskipun berujung para respon yang negatif (Kincir, 2022).

2.5 Kobo Kanaeru



Gambar 2.3 Kobo kanaeru **Gambar 2.4 Kobo Kanaeru**

Kobo Kanaeru merupakan seorang Virtual Youtuber dari rumah produksi Hololive Indonesia yaitu Kobo Kanaeru. Berdasarkan laman digital resmi dari Hololive (hololivepro.com, 2022), Kobo Kanaeru digambarkan sebagai seorang gadis periang yang merupakan keturunan seorang pawang hujan terhebat didaerahnya dan tinggal di mercusuar. Meskipun memiliki potensi yang besar untuk mengendalikan hujan, namun ia menolak tugas tersebut. Kini, ia harus memenangkan kembali gelar tersebut kepada dirinya dalam upaya untuk mempertahankan layanan jasa pawang hujan milik



keluarganya. Oleh karena itu, selain berlatih setiap hari, ia juga mencoba layanan berbagai strategi marketing di dunia virtual untuk menyukseskan rencananya dan menaikkan kembali reputasi layanan jasa pawang hujan keluarganya.

Nama Kobo Kanaeru sendiri juga memiliki trivia yang unik. Kobo mengaku bahwa nama Kobo Kanaeru merupakan permainan kata yang ia lakukan dengan ibunya dan mengacu pada kata “kobokan air”. “Kobo Kanaeru” juga dapat dimaknai sebagai singkatan dari suatu frasa bahasa Jepang, yaitu 零せば叶える kobo(seba) kanaeru, yang memiliki arti “(jika) menumpahkannya (melakukannya), maka hal itu akan menjadi kenyataan”. Frasa ini mengacu pada aktivitas pawang/dukun di Indonesia yang seringkali “menumpahkan atau menyemburkan air agar keinginannya terkabulkan”.

Pada 27 Maret 2022 pukul 20.00 WIB, Kobo memulai debut siaran pertamanya di YouTube. Siaran debutnya ini berhasil mencatatkan total penonton sebanyak 46.922. Isi konten dalam siaran debut itu adalah Kobo Kanaeru menyajikan biodata tentang dirinya melalui presentasi. Uniknya, presentasi ini disajikan dengan tampilan seperti situs web perusahaan untuk mempromosikan usaha layanan jasa pawang hujannya. Selain itu, ia juga membuat video musik (MV) untuk original song pertamanya, “Mantra Hujan”. Lagu ini dibuat, digubah serta dinyanyikan oleh Kobo Kanaeru sendiri, yang menurut pengakuannya, MV tersebut selesai 30 menit sebelum siaran tersebut dimulai. Setelah siaran debut selesai, ia merilis video musik tersebut secara terpisah.

Hanya membutuhkan waktu 105 hari bagi Kobo Kanaeru untuk mencapai total 1 Juta subscriber. Tepatnya pada 10 Juli 2022, Kobo Kanaeru berhasil mendapatkan total 1 Juta subscriber saat sedang melakukan siaran langsung bermain game “Hatsune Miku: Colourful Stage.” Ia kemudian dinobatkan sebagai anggota hololive ke-30 yang berhasil mencapai total 1 Juta subscriber, serta menjadi yang ketiga didalam branch Hololive ID. Pencapaian ini juga mencatatkan rekor sebagai Virtual Youtuber ketiga yang memiliki pertumbuhan subscriber tercepat setelah Hyakumantenbara Salome yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



berhasil mendapatkan total 1 Juta subscriber dalam kurun waktu 3 minggu dan posisi kedua diisi oleh Gawr Gura, Virtual Youtuber dari Hololive EN (kotakgame.com, 2023). Ia juga tercatat sebagai Virtual Youtuber Asia Tenggara tercepat yang meraih perolehan ini.

Di tanggal 20 April 2023, Kobo berhasil mencapai 2 Juta Subscriber, atau tepatnya 389 hari setelah debutnya. Hal yang menarik adalah capaian ini didapat beberapa saat sebelum siaran langsung karaokenya tengah berjalan. Kobo pun meminta agar para penggemarnya untuk melakukan unsubscribe sementara karena ia ingin melakukan countdown detik-detik pencapaian 2 Juta subscriber saat sedang melakukan siaran langsung karaoke (gamebrott.com). Bahkan ia sampai mengubah judul siaran langsung menjadi “UNSUBSCRIBE PLEASE, lalu berlangganan lagi pada pukul 20.00 WIB (GMT+7)” untuk sementara waktu sesaat sebelum ia mulai melakukan siaran langsung.

Kemudian pada 7 September 2023, Hololive ID mengumumkan bahwa Kobo, Kaela, dan Zeta akan mendapatkan 3D model yang akan debut pada Oktober 2023. Hal ini kemudian terlaksana pada tanggal 27 Oktober, dimana Kobo juga melakukan gerakan “kayang” dalam debut model 3D-nya itu (Kanaeru, 2023).

Saat ini, Kobo Kanaeru sendiri sudah memiliki 5 original song, masing-masing diantaranya berjudul “Mantra Hujan,” “Oh! Amara,” “Entah,” “Sebatas Video Call,” dan juga “Help!!” yang diproduksi oleh Natori, perilis lagu Overdose yang sempat viral di sosial media Tiktok dan juga pernah dicover oleh Kobo.

Selain pernah menjadi brand ambassador Tokopedia dan pernah tampil dalam iklan War Tokopedia 12.12 tahun 2023, Kobo juga memiliki beberapa pencapaian lain. Seperti pernah tampil di Crunchyroll Expo 2022 (crunchyroll.com, 2022), Indonesia Comic Con 2022 (hot.detik.com, 2022), serta Comic Frontier 16 tahun 2022 (Comifuro, X, 2022). Pada tahun 2023, Kobo Kanaeru tampil pada Anime Boston’s 2023 (animeboston.com), ikut serta sebagai salah satu talent dalam holoMeet Asia Tour yang tampil di tiga

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



event berbeda yaitu Indonesia Comic Con 2023 pada tanggal 4-5 November di Indonesia, AFA Singapore 2023 yang diadakan pada tanggal 24-26 November di Singapura, serta Comic Fiesta 2023 pada tanggal 23-24 Desember di Malaysia (virtuacorner.com), serta tampil secara 3D dalam Opening Act at Riot Games ONE 2023 (hololivepro.com).

2.6 Iklan

Dalam beberapa pengertian, iklan diartikan sebagai sesuatu kegiatan berbayar yang dimaksudkan untuk segala macam bentuk promosi gagasan maupun presentasi nonpribadi, barang maupun jasa (Kotler, 2008).

Burke, seperti yang dikutip Donni (2017) menyatakan bahwa “advertising is a sales message directed at A mass audience, that seeks through persuasion to sell goods, Service, or ideas on behalf of the paying sponsor (iklan merupakan pesan penjualan yang dengan target yang dituju ialah kepada khalayak massal, yang berusaha melalui proses-proses persuasif untuk melakukan penjualan barang, jasa, maupun ide atas nama sponsor yang telah membayar).

Donni (2017) juga mengutip pernyataan Peter dan Olson yang menyatakan bahwa iklan merupakan suatu bentuk penyajian Informasi non personal yang memuat informasi suatu produk, merek, Perusahaan maupun toko yang dilakukan dengan proses pembayaran tertentu.

Junaedi (2013) juga menyatakan bahwa iklan haruslah menggunakan media yang umum digunakan untuk mencapai khalayak umum. Media iklan merupakan media yang dibayar oleh mereka yang ingin memasang iklan dan meletakkan iklannya dalam medium tersebut untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, dan dari media-media yang digunakan inilah dikenal bentuk iklan yang digunakan, seperti iklan radio, televisi, koran, dan sebagainya.

Maka dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa iklan merupakan sebuah jasa berbayar yang dilakukan oleh pengguna jasa iklan untuk mempromosikan ide, barang, maupun jasa melalui medium tertentu agar dapat diketahui oleh khalayak umum.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

©Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Saifuddin Syarif Sim Riau



2.2.7 Tokopedia

Tokopedia merupakan salah satu perusahaan jual beli yang berbasis digital (e-commerce) dan terbesar di Indonesia. Sejak pertama kali diluncurkan, Tokopedia sukses menjadi salah satu e-commerce dengan pertumbuhan yang besar di Indonesia. Dengan mengusung konsep mall online dan market place, Tokopedia memungkinkan tiap individu, toko kecil, ataupun brand baik milik perusahaan besar maupun UMKM untuk membuka dan memasarkan tokonya sendiri.

Rilis secara resmi pada 17 Agustus 2009, Tokopedia sendiri berdiri dibawah naungan PT. Tokopedia yang didirikan pada 6 Februari 2009 dan didirikan oleh William Tanawijaya dan Leontims Alpha Edison dengan pendanaan awal didanai oleh PT. Indonasa Dwitama. Setelahnya, Tokopedia terus mendapatkan suntikan dana dari East Ventures (2010), Cyber Agent Ventures (2011), Netprice (2012), dan SoftBank Ventures Korea (2013). Lalu di bulan Oktober 2014, Tokopedia mencatatkan sejarah dengan kategori perusahaan teknologi pertama di Asia Tenggara yang mendapatkan suntikan dana investasi sebesar USD 100 Juta, atau bila dirupiahkan maka berjumlah sekitar Rp 1,2 Triliun dari Sequoia Capital dan SoftBank Internet and Media Inc (SIMI). Agustus 2017, Alibaba Group turut melakukan investasi kepada Tokopedia dengan total sebesar USD 1,1 milyar dari Alibaba. Keputusan ini dibuat karena kabarnya Alibaba Group ingin memperluas jaringan mereka di Asia Tenggara setelah sebelumnya sukses membeli saham Lazada.

Dengan misi mencapai pemerataan ekonomi secara digital, saat ini Tokopedia telah sukses menjangkau 99% dari kecamatan di Indonesia dengan 1,8 miliar produk terdaftar dalam platform. Tokopedia juga telah menaungi lebih dari 14 juta penjual, dimana sekitar 86,5% penjual tersebut merupakan orang-orang yang baru memulai bisnis.

2.3 Konsep Operasional

Konsep Operasional merupakan konsep yang akan menjelaskan bagaimana alur dari penelitian akan berjalan. Berdasarkan indikator persepsi yang disampaikan oleh Bimo Walgito diatas, maka Konsep Operasional dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Rangsangan

Rangsangan merupakan stimulus yang diterima oleh suatu individu dari lingkungannya. Dalam penelitian ini, yang merupakan rangsangan adalah iklan War Tokopedia 12.12 Tahun 2023 yang dikonsumsi oleh pengguna discord Server Gudang Pusat Zeni.

b. Pemahaman

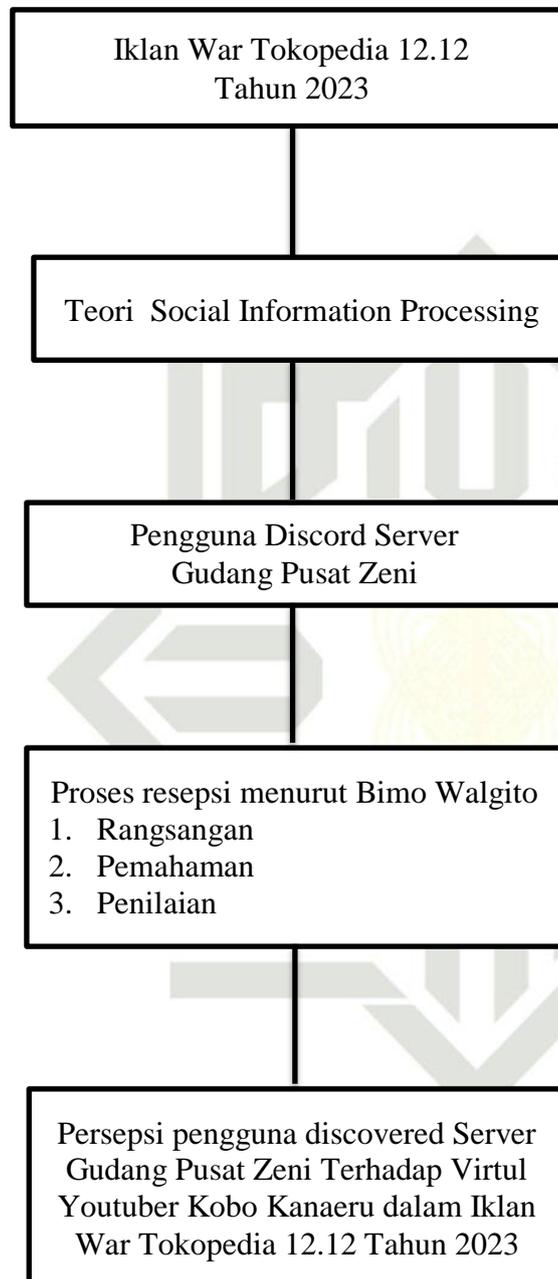
Pemahaman adalah serangkaian proses pengolahan rangsangan yang diterima oleh individu tersebut untuk menghasilkan makna. Dalam fenomena ini, pengguna discord Server Gudang Pusat Zeni mencoba untuk menafsirkan iklan yang sudah mereka terima dan diproses berdasarkan berbagai faktor internal maupun eksternal dari diri mereka seperti latar belakang, tingkat pendidikan, pengalaman, nilai budaya yang dianut, dan sebagainya.

c. Penilaian

Penilaian adalah proses pemberian makna pada fenomena rangsangan yang telah ditangkap dan dicoba pahami pada langkah-langkah sebelumnya. Penilaian pada fenomena ini berupa penilaian positif, negatif, ataupun netral yang diberikan oleh pengguna discord Server Gudang Pusat Zeni terhadap iklan yang telah dilihat.



2.4 Kerangka Berpikir



Gambar 2.5
Kerangka Berpikir

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3.2 Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang diperoleh peneliti dengan cara melakukan studi pustaka terhadap jurnal, buku, maupun laporan yang sudah ada melalui publikasi yang dilakukan di berbagai instansi maupun organisasi. Data ini berasal dari data primer yang sudah diolah oleh peneliti sebelumnya.

4. Informan

Peneliti menggunakan teknik purposive sampling dalam pemilihan informan. Teknik purposive sampling merupakan sebuah cara penentuan informan dengan memilih informan sesuai kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memilih informan dengan kriteria :

1. Pengguna aktif Server Discord Gudang Pusat Zeni Channel Vtuber
2. Pernah menonton iklan War Tokopedia 12.12. tahun 2023 yang menampilkan virtual youtuber Kobo Kanaeru

Maka berdasarkan kriteria tersebut, peneliti kemudian memutuskan untuk melakukan penelitian pada 7 orang informan dengan rincian sebagai berikut :

1. Budi Setiawan

Beliau mulai aktif menonton Virtual YouTuber dari 2020 hingga saat ini, salah satunya adalah Hosimachi Suisei. Beliau juga merupakan salah satu admin dari Server Discord Gudang Pusat Zeni

2. Niki Agni

Beliau telah menonton konten Virtual YouTuber semenjak pertengahan tahun 2021. Kebanyakan Vtuber yang ia tonton adalah Vtuber lokal, baik agensi maupun indie.

3. Valentino Ringo

Beliau menonton Virtual Youtuber dan owner dari awal tahun 2020. Beliau saat ini memiliki 6 membership aktif Virtual Youtuber dan 4 membership Virtual YouTuber yang tidak aktif. Saat ini, beliau juga merupakan owner dari website database Virtual Youtuber, VTuber.Asia



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Claudio Sigit Rahardian R.

Beliau memulai pengalaman menonton Virtual YouTuber sekitar akhir 2020 dimulai dengan channel Roboco dari Hololive JP, lalu beralih ke Airani Iofifteen dari Hololive ID. Saat ini, ia merupakan penggemar dari Caerula Aki sejak debutnya sebagai VTuber Indie hingga saat ini bergabung dengan agency AKA Virtual.

5. Ridho Mulia

Beliau mulai menonton Virtual Youtuber secara konsisten sejak tahun 2020, meski sudah mengenal Kizuna Ai sebelumnya. Hal ini bermula ketika ia direkomendasikan oleh seseorang di website 4chan untuk menonton Virtual YouTuber dari agency Nijisanji, Ange Katrina. Kemudian berdasarkan rekomendasi YouTube, ia mencoba untuk menonton Virtual YouTuber dari agency Hololive dan hingga kini, ia juga mengikuti beberapa Virtual YouTuber lainnya.

6. Yuki Prisma Anastasya

Beliau mulai menonton Virtual YouTuber dari 2019 dan semakin intense pada 2020 saat Covid-19. Virtual YouTuber yang pertama ditonton adalah Matsuri dari Hololive JP dan sekarang lebih sering menonton Virtual YouTuber Indie seperti Nazellia Ryoku

7. Lord Drian

Beliau mulai menonton Virtual Youtuber dari Gawr Gura ketika clip dari Gawr Gura yang mengatakan "A" viral, hingga akhirnya sering menonton Virtual Youtuber untuk menemani waktu mengerjakan skripsi dan kerja sampingan meskipun sekarang sudah tidak intens lagi.

8. Kevin Keadno

Beliau mulai mengetahui Virtual Youtuber semenjak Kizuna Ai mulai dikenal dan semenjak Hololive ID masih dengan jumlah subscriber dibawah 10 ribu

9. Rhefa

Beliau pertama kali menonton Virtual YouTuber pada tahun 2020 ketika Gawr Gura dan Amelia Watson melakukan live streaming game



GTA. Kemudian ia mulai menonton Haachama karena konten memasaknya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati interaksi para informan dalam menanggapi iklan War Tokopedia 12.12. tahun 2023 yang menampilkan virtual youtuber Kobo Kanaeru.

3.5.2 Wawancara

Proses wawancara ditujukan pada admin serta member Server Discord Gudang Pusat Zeni, khususnya member Channel Vtuber yang memenuhi kriteria diatas. Dalam pengumpulan data melalui wawancara ini, peneliti telah menyiapkan pertanyaan untuk melakukan wawancara kepada informan yang telah ditentukan.

3.5.3 Dokumentasi

Proses ini menjadi salah satu proses akhir dalam pengumpulan data dalam melakukan penelitian ini. Hasil dokumentasi yang dijadikan sumber data dapat berupa interaksi mereka dalam merespons iklan tersebut. Interaksi ini dapat berupa like, komentar mereka dalam iklan tersebut, maupun interaksi mereka dalam Server Discord Gudang Pusat Zeni terkait iklan tersebut.

3.6 Validasi Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi dan juga purposive sampling dalam menjaga validitas data. Teknik triangulasi adalah teknik yang dilakukan dengan cara membandingkan data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data yang telah dilakukan, seperti hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti akan membandingkan tiap aspek data yang sudah ada, seperti membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi, juga memeriksa hasil dokumentasi, arsip, jurnal, maupun penelitian terdahulu demi mendapatkan informasi tambahan (Fadli, 2021). Selain itu,



peneliti juga menggunakan teknik purposive sampling dalam penentuan informan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, purposive sampling merupakan teknik pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu (Ruslan, 2010).

7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan mencari dan menyusun data secara sistematis berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi data. Proses ini dilakukan guna memahami data yang telah ada dan menarik kesimpulan dari data yang dapat dipertanggungjawabkan.

Miles dan Huberman menyatakan bahwa ada tiga unsur dalam analisis data, yaitu :

1. Reduksi data, yang dipahami sebagai proses penyingkatan, perangkuman, dan pemfokusan data agar memperjelas gambaran-gambaran penting dari data yang dikumpulkan.
2. Penyajian data, setelah dilakukan reduksi pada data, maka langkah berikutnya adalah menyajikan data yang diperoleh. Dalam konteks penyajian data yang menggunakan metodologi kualitatif, Miles dan Huberman menyatakan bahwa penyajian data kualitatif lazimnya menggunakan bentuk teks naratif.
3. Kesimpulan, merupakan bagian berupa pemaparan hasil penelitian untuk mendapatkan hasil yang riil dari data dan informasi. Kesimpulan juga dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian maupun menjelaskan fenomena yang terjadi pada penelitian (Fadli, 2021).

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV LOKASI PENELITIAN



**Gambar 4.1
Logo Gudang Pusat Zeni**

Discord Gudang Pusat Zeni dibentuk pada penghujung tahun 2023, dimana diskusi tentang Pemilihan Presiden (Pilpres) di Indonesia semakin memanas dengan berbagai topik yang meliputi para tokoh pasangan calon Presiden-Wakil Presiden. Namun, fitur space di Twitter yang sering dijadikan media untuk podcast oleh Budi Setiawan (@BudiBukanIntel) dan Osprey514 (@gira_nam) kerap kali mengalami gangguan teknis hingga mendorong mereka untuk beralih ke Discord sebagai alternatif dengan nama server Gudang Pusat Zeni. Platform ini kemudian diharapkan dapat menjadi wadah bagi para pengguna Twitter yang ingin terus melanjutkan diskusi tentang Pilpres namun seringkali mengalami kendala.

Kata "Zeni" sendiri terinspirasi dari korps satuan militer yang bertugas untuk mendukung operasi tempur pasukan darat, seperti kontruksi dan pembongkaran di zona pertempuran, salah satu contohnya adalah perang ranjau dan perang yang menggunakan terowongan sebagai strategi gerilya dalam perang. Dalam konteks server ini, kata "Zeni" dimaksudkan untuk membangun jalur diskusi dan bertukar pikiran terkait Pilpres, meskipun pada perkembangannya Discord ini juga membahas berbagai topik lainnya sesuai dengan minat dari para anggota server Discord.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Meskipun baru, Gudang Pusat Zeni berkembang dengan cepat dan menarik minat para pengguna Twitter di Indonesia. Server yang tumbuh dengan baik ini menjadi ruang virtual yang kondusif dan dirasa tepat untuk berdiskusi dan bertukar informasi, analisis, serta strategi terkait Pilpres dan situasi politik lokal di Indonesia, yang kemudian berkembang ke berbagai topik, salah satunya Virtual Youtuber. Dengan kemampuan Discord yang menampung lebih banyak peserta, berbagai ruang diskusi yang lebih terstruktur, gangguan teknis yang lebih sedikit dan performa kualitas Discord yang lebih stabil, Discord pun menjadi pilihan utama bagi komunitas ini.

Saat ini, Discord Server Gudang Pusat Zeni memiliki enam kategori channel utama: administrasi, talk channel, voice channel, footage, entertainment, dan red district.

a. Administrasi

Kategori administrasi terdiri dari 10 channel yang dirancang untuk mendata, mengatur, mengumumkan, serta memfasilitasi anggota Discord dalam hal kenyamanan server:

1. Pintu Masuk : Channel ini berisi bot selamat datang untuk menyambut dan mengentri anggota baru.

Peraturan : Memuat peraturan-peraturan yang harus ditaati dan diikuti oleh semua anggota server.

Announcement : Berisi pengumuman penting tentang segala hal yang berkaitan dengan server.

Event : Menginformasikan tentang event-event yang akan diadakan didalam server, salah satu contohnya adalah podcast.

Pilih-Role : Channel untuk anggota memilih kategori topik diskusi yang diminati dan yang ingin mereka bahas didalam server.

Feedback-Saran : Tempat untuk memberikan masukan dan saran terkait pengembangan maupun event didalam server.

Partnership : Mengelola kerja sama dengan komunitas maupun server lain yang ada didalam Discord.

Role-Upgrade : Untuk permintaan peningkatan peran anggota.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Bot-Info : Informasi mengenai bot yang digunakan dalam server.
 10. Bot Pengaduan-Rakyat : Melaporkan bug atau aktivitas mencurigakan yang didapatkan oleh anggota Discord kepada admin.
- Talk Channel**
- Kategori ini mencakup 11 channel yang membahas berbagai topik:
- Aula : Diskusi terkait topik umum dan obrolan bebas
 - Geopolitik : Membahas isu-isu politik global yang sedang hangat.
 - Isu-Lokal : Diskusi mengenai topik yang berfokus pada isu politik domestik, baik di tingkat nasional (Indonesia) maupun lokal (daerah).
 - Militer : Diskusi mengenai topik tentang militer dan alutsista.
 - Ekonomi : Diskusi mengenai topik yang membahas isu ekonomi lokal dan global serta perkembangannya.
 6. Aerospace : Diskusi mengenai topik tentang aviasi dan teknologi luar angkasa.
 7. Sepur : Diskusi mengenai topik seputar perkeretaapian.
 8. Automotif : Diskusi topik mengenai otomotif.
 9. Silicon : Diskusi mengenai topik teknologi komputer dan perangkat terkait.
 10. Arsitektur: Diskusi mengenai topik tentang desain bangunan.
 11. Rant: Tempat untuk curhat dan membahas permasalahan pribadi untuk mendapatkan saran.
- Footage**
- Kategori ini terdiri dari 3 channel untuk berbagi media:
- Normal-Gallery : Ruang untuk berbagi foto atau video yang terkait dengan hobi anggota.
 - War-Footage : Ruang untuk berbagi foto ataupun video bertema sejarah militer maupun perang.
 - Anime-Gallery : Ruang untuk berbagi foto ataupun video konten anime.
- Voice Channel**
- Terdiri dari 7 channel untuk komunikasi suara:



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Music-Command : Bot untuk merequest musik kedalam list antrian.
2. Podcast : Ruang untuk Podcast dengan tema yang sudah ditentukan sebelumnya.
3. Warkop : Diskusi bebas.
4. Music-1 dan Music-2 : ruang memutar musik sesuai request yang telah dilakukan.
5. Mabar dan Mabar-2 : Komunikasi dalam game.

Entertainment

Kategori ini memiliki 8 channel yang menyediakan ruang untuk diskusi tentang berbagai topik hiburan:

1. Games : Berisi ruang yang membahas tiap game yang berbeda.
2. Tech-Talk : Membahas hal-hal terkait teknologi.
3. Food : Diskusi tentang makanan.
4. Weeb-Shit : Membahas seputar anime dan budaya Jepang.
5. VTuber : Membahas Virtual YouTuber, baik konten maupun isu pribadi dari para Virtual YouTuber.
6. Memes : Tempat berbagi meme.
7. Sport : Diskusi seputar berita olahraga.
8. Bot-Abuse;: Bermain dengan bot.

f. Red District

Sesuai dengan namanya, Red District merupakan ruang berisikan muatan dewasa ataupun "not safe for work" (NSFW). Saat ini, total anggota dari Server Discord Gudang Pusat Zeni berjumlah 268 anggota. Tingkatan keanggotaan dalam server ini disusun berdasarkan tingkatan keanggotaan yang umumnya dapat ditemukan dalam badan militer. Hierarki ini mencerminkan tingkatan masing-masing anggota dalam komunitas. Hierarki ini dibentuk bukan atas dasar pengerdilan anggota yang satu terhadap anggota yang lainnya, namun untuk pengorganisasian server yang lebih sistematis serta dalam interaksi sehari-hari.

Dalam puncak hierarkinya, server ini memiliki seorang 'President' yang memiliki tanggung jawab dan wewenang tertinggi dalam mengatur

dan mengawasi seluruh aktivitas dan kebijakan server. Di bawahnya, ada 2 'General' yang bertindak untuk membantu President sebagai tangan kanan dalam pengambilan keputusan strategis dan pengelolaan server.

Selanjutnya, terdapat 2 'Colonel' yang bertugas untuk mengkoordinasikan kegiatan operasional dan memastikan bahwa semua anggota mengikuti aturan dan regulasi yang telah ditetapkan. Mereka juga berperan penting dalam menjaga ketertiban dan harmonisasi di antara anggota. Tingkatan selanjutnya merupakan 12 bot dengan pangkat 'Lieutenant'. Bot-bot ini merupakan bot otomatis yang digunakan untuk menunjang kebutuhan interaksi dalam server ini.

Selain itu, terdapat tingkatan-tingkatan lainnya untuk para anggota server yang dianggap sudah cukup lama bergabung dan berinteraksi didalam Discord, yaitu 2 anggota 'Partner In Crime,' 2 anggota 'Sesepuh,' 1 'Gehenners,' 1 'Wartime Supplier,' dan 6 'Warga Asli Ngawi.' Kemudian tingkatan terakhir adalah tingkatan struktur anggota biasa, dimana didalamnya terdapat 10 'Second Sergeant,' 3 'First Sergeant,' 11 'Corporal,' 7 'Master Private,' dan 207 'Private'. Tingkatan ini menunjukkan tingkatan keanggotaan berdasarkan yang paling lama dan sering berinteraksi didalam server, hingga yang paling baru dan jarang berinteraksi didalam server.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- © Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 2123/Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Chaplin C.P. (1993). *Kamus Lengkap Psikologi*, Surabaya : PT. Rajwali Pers.
- Donni, Juni Priansa. (2017). *Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial*. Bandung : Pustaka Setia.
- Farah, dan Effendi Muchsin. (2018). *Psikologi Dakwah Cetakan 3*, Jakarta : Prenada Media Group.
- Griffin, Em. (2004). *A First Look At Communication Theory*, Singapore: McGraw-Hill
- Irwanto. (2002). *Psikologi Umum*, Jakarta : PT. Prehallindo.
- Lunaedi Fajar. (2013). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasi di Indonesia*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 2*, Jakarta : PT Indeks.
- Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- Liliwari, Alo. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta : Prenada Group.
- Littlejohn, S. W. dan Karen A. F. (2004). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetijo, Ristiyanti. (2019). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Ruslan SH, MM, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Rachman, Jalaluddin. (2019). *Psikologi Komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiharto, et. Al. (2018). *Psikologi Pendidikan*, Yogyakarta: UNY Press.
- Sulaiman. (1992). *Ilmu Social Dasar*, Bandung: IKAPI.



Walgito, Bimo. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta : Andi Offset.

West, Richard, and Lynn H. Turner. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi. 5th Ed.* Jakarta: Salemba Humanika.

Buku

Comin. (2022). Vtuber/Virtual Youtuber: Japan's New Public Diplomacy Opportunity. *Hubunganinternasional.id*.
<https://www.hubunganinternasional.id/main/blog/98?title=Vtuber%2FVirtual+Youtuber%3A+Japan%E2%80%99s+New+Public+Diplomacy+Opporrtunity>.

Julianto. (2023). Syukuran Vtuber Hololive Kobo Kanaeru Capai 2 Juta Subscriber. *Gamebrott.com*.
<https://www.google.com/amp/s/gamebrott.com/syukuran-kobo-kanaeru-capai-2-juta-subscriber/amp/>

Sarch, S. (2021). Meet Dream, the mysterious Minecraft YouTuber who's one of the Fastest-growing creators on the Platform. *Business Insider*.
<https://www.insider.com/dream-minecraft-smp-face-youtube-who-is-cheat-speedrun-2021-1>

Ask. (2019). Creator Superfest, "AFAID Lite" Pertama di Surabaya (Day 1). *Media Have Fun*. <https://mediahavefun.com/creator-superfest-afaid-lite-pertama-di-surabaya-day-1/>

Zizah, Qoirina Nur., Heri Kurnia. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap Fenomena Kekerasan Dalam Rumah Tangga di Desa Kalangan Baturetno Banguntapan Bantu. *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal, Vol. 2, Issue 2*, page 68-75, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta.
<https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/AoSSaGCJ/article/download/1849/1582>

Bachri. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan. Vol, 10 No, 1*. Page 46-62.

Bayu and Surti. (2023). Discord: Pengertian, Kelebihan, dan Cara Menggunakannya. *Fortune Indonesia*.
<https://www.fortuneidn.com/tech/bayu/pengertian-Discord-adalah>

Belinda, Brigitta Cheria. (2022). Persepsi Dan Reaksi Generasi Z Terhadap Fenomena Gender Fluid Dan Gaya Fesyen Androgini. *LINIMASA : JURNAL ILMU KOMUNIKASI VOLUME 5, NO. 2, JULI, 2022*. Marketing Communication Management, LSPR Communication and Business Institute, Jakarta. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v5i2.4569>

Billy Marisa. (2023). Susul Senpainya, Kobo Kanaeru Raih 1 Juta Subscriber Di Youtube. *Kotakgame.com*. <http://m.kotakgame.com/detail.php?id=95358>



- Chris. (2023). We're excited to once again be working with hololive production to bring you amazing experiences!. *AnimeBoston.com*.
<https://www.animeboston.com/news/article/885>
- Comic Frontier. X/Twitter, September 12, 2022. Are you a true Kobokerz? Raise your hand! Don't forget that the rain shaman from hololive Indonesia Gen @kobokanaeru will come to greet you at #hololiveMeet in #ComicFrontier15! <https://x.com/comifuro/status/1569204286374170624>
- Dianti, Dina. (2021). Persepsi Masyarakat Pada Program Ilmu Komunikasi. *BUANA KOMUNIKASI, Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi, Volume 02, Nomor 02*.
<https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2021.2.2.1134>
- Radli. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, Vol, 21 No, 1*. DOI 10.21831/hum.v21i1.38075
- Waze, V. (2021). YouTuber Dream's new song "Roadtrip" sparks viral support from fans. *Dexerto.Com*.
<https://www.dexerto.com/entertainment/youtuber-dreams-new-song-roadtrip-sparks-viral-support-from-fans-1508048/>
- Guest Author. (2022). *Massive hololive Guest Lineup Revealed for Crunchyroll Expo 2022*. *Crunchyroll.com*.
<https://www.crunchyroll.com/news/latest/2022/7/18/massive-hololive-guest-lineup-revealed-for-crunchyroll-expo-2022>
- Maikal., Muhammad Iqbal. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Hoax Bidang Kesehatan. *Jurnal Manajemen Informasi dan Administrasi Kesehatan (JMIAK) Volume 03 Nomor 02 November 2020*. Staf pengajar Fakultas Kesehatan Universitas Dian Nuswantoro.
<https://doi.org/10.32585/jmiak.v3i2.836>
- Hardaningtyas, Ratna Tri. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (GRAB) di Malang. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Volume 2, Nomor 1, Desember 2018*.
<https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/download/60/50/116>
- Hololivepro.com. (2022). Talent, Kobo Kanaeru. *Hololivepro.com*.
<https://hololive.hololivepro.com/en/talents/kobo-kanaeru/>
- Hololivepro.com. (2022). Hololive Production's Murasaki Shion, La+ Darkness, Takos Baelz, And Kobo Kanaeru to Perform in 3D LIVE For Opening Act of Riot Games ONE 2023. *Hololivepro.com*
https://hololivepro.com/news_en/20231031-01-51/
- Kizuna Ai. Youtube, Desember 1, 2016. [Perkenalan diri] Senang bertemu denganmu! Saya Kizuna AI! (ditranlasikan oleh google translate),
<https://youtu.be/NasyGUeNMTs>



- Kobo Kanaeru. Youtube, Oktober 27, 2023. [3D Showcase Let This Rain Shaman Shine Your Day!! Real No Fake 100%!! EHEK! #KoboKanaeru3D] <https://www.youtube.com/live/8xF1xccpc98?si=DJIwaaObIFtq1Ev>
- Indmilla, B. (2018). Designing identity in Vtuber era. *Proceedings of Laval Virtual VRIC ConVRgence*, 182–184. Retrieved from https://www.academia.edu/42785257/Designing_identity_in_VTuber_Era
- Maya Putri. YouTube, Agustus 20, 2018. **【Perkenalan】 Halo, nama saya Maya Putri Indonesia/Vtuber** <https://youtu.be/TE5nBQzufZg>
- Maya Putri. (2019). Youtube, Oktober 18, 2019. Bincang Ringan Bersama Ibu Ratna Sari Dewi (Istri Presiden Soekarno) (Vtuber Indonesia/Episode 81) <https://youtu.be/XRZEs8L0LFA?si=Np4ZEj2Q33gj6YGk>.
- Mawardi, Rizal. (2018). *Penelitian Kualitatif Pendekatan Fenomenologi*. <https://dosen.perbanas.id/penelitian-kualitatif-pendekatan-fenomenologi/>.
- Nabilah, Rifa., Stevany Afrizal, dan Febrian Alwan Bahrudin. (2022). Persepsi Masyarakat Desa terhadap Fenomena Politik Uang Dalam Pemilihan Umum. *Vol. 8 No. 2 April 2022, Publisitas journal of social science and politics*, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten. <https://ejurnal.stisipolcandradimuka.ac.id/index.php/JurnalPublisitas/article/view/132/69>
- Panora.tokyo. (2020). Pengguna Lokal mengumumkan lebih dari 10.000 YouTuber virtual, meningkat 1.000 dari 9.000 dalam 4 bulan (ditranslasikan oleh google translate). <https://panora.tokyo/archives/4247>.
- 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. <https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.4758>
- Qomariah, Dede Nurul. (2019). Persepsi Masyarakat Mengenai Kesetaraan Gender Dalam Keluarga. *Jurusan Pendidikan Masyarakat, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi*. <https://doi.org/10.37058/jpls.v4i2.1601>
- Rafi Bahaji. (2022). YouTuber Minecraft Dream Akhirnya Face Reveal! *Kincir.com*. <https://kincir.com/game/pc-game/youtuber-minecraft-dream-melakukan-face-reveal-i7nj6zs9vuecp/>
- Rahmat Dahlan. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir Terhadap Wakaf Uang. *Jurnal Zakat dan Wakaf, Vol.4 No. 1/Juni 2017, 10*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/3683/3266>
- Saputra, D. I. S., S. W. Handani, dan F. Rosdiana. (2017). *Membangun Channel Live Streaming YouTube Sebagai Alternatif Media Promosi Perguruan Tinggi*. pp. 116–120, 2017



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Syahputra, Andi., Heri Rahmatsyah Putra. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM). *STAI Ar-Ridho Bagansiapiapi; STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh*. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v11i1.349>

Seai Joucho. (2023). Tiket Tambahan untuk Konser 3D Hololive Meet Asia Tour Vivid Cruise Telah Tersedia!. *Virtuacorner.com*. <https://virtuacorner.com/tiket-tambahan-untuk-konser-3d-hololive-meet-asia-tour-vivid-cruise-telah-tersedia-8884/>

Agnes Astuti. (2022). Indonesia Comic Con 2022 Dibuka, Ini 5 Keseruan yang Bisa Kamu Nikmati. *Hot.detik.com*. <https://hot.detik.com/culture/d-6322709/indonesia-comic-con-2022-dibuka-ini-5-keseruan-yang-bisa-kamu-nikmati>

Linungti, Yeanneke Liesbeth., dkk. (2022). Persepsi Masyarakat terhadap Vaksinasi Covid-19: Studi Kualitatif di Indonesia. *JURNAL KESEHATAN MASYARAKAT INDONESIA, (The Indonesian Journal of Public Health), Volume 17, Nomor 1, Maret*. Politeknik Negeri Nusa Utara, Sulawesi Utara. <https://doi.org/10.26714/jkmi.17.1.2022.67-72>

urnip, Hisar., Yan Hendra dan Armansyah Martondang. (2020). Persepsi Masyarakat Tentang Kinerja Kantor Search and Rescue Medan dalam Pencarian Orang Hilang di Gunung Sibayak. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM), 2(1) 2020: 7-11*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area, Indonesia. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i1.181>

Wisesa, Y. (2018). *Shinta VR Perkenalkan Maya Putri, YouTuber Virtual Pertama dari Indonesia*. *Hybrid.id*. <https://www.google.com/amp/s/hybrid.co.id/amp/post/shinta-vr-perkenalkan-maya-putri-youtuber-virtual-pertama-dari-indonesia>.

Zhou, X. (2020). *Virtual Youtuber Kizuna AI: Co-creating human-non-human Interaction and celebrity-audience Relationship*. May, 1–91. Retrieved From <https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/9009369>.

DRAFT WAWANCARA PENELITIAN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Identitas Responden

Bisakah Anda memperkenalkan diri? (nama, usia, pekerjaan/ pendidikan, pengalaman menggunakan Discord)

2. Penggunaan Discord dan Virtual Youtuber (Vtuber)

Bisakah anda menyebutkan Seberapa sering Anda menggunakan Discord dan apa tujuan Anda menggunakannya?

Seberapa sering Anda mengakses dan berinteraksi di Server Discord Gudang Pusat Zeni

4. Apakah Anda sudah mengenal Virtual Youtuber Kobo Kanaeru sebelum Anda melihat iklan Tokopedia 12.12? Jika ya, apakah Anda mengikuti kontennya dan seberapa sering Anda mengikuti konten yang dibuat oleh Kobo Kanaeru?



Bagian 3: Persepsi Terhadap Iklan

Rangsangan

1. Bisakah anda menjelaskan bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang iklan War Tokopedia 12.12 yang menampilkan Kobo Kanaeru?
2. Apa yang menarik perhatian Anda dari iklan tersebut? (contoh: visual, suara, pesan, dll.)

Pemahaman

1. Menurut Anda, apakah pesan utama yang ingin disampaikan dalam iklan tersebut?
2. Bagaimana Anda menafsirkan peran Kobo Kanaeru dalam iklan tersebut? Apakah perannya relevan dengan produk yang diiklankan?
3. Apakah ada elemen dalam iklan yang membingungkan atau sulit dipahami? Jika ada, bisa Anda jelaskan?

Penilaian

1. Bagaimana pendapat Anda tentang iklan tersebut secara keseluruhan? Apakah Anda menyukainya atau tidak? Mengapa?
2. Apakah Anda merasa iklan tersebut efektif dalam menarik minat Anda untuk membeli produk yang diiklankan? Mengapa atau mengapa tidak?
3. Bagaimana pendapat Anda tentang penggunaan Vtuber seperti Kobo Kanaeru dalam iklan? Apakah menurut Anda itu strategi yang efektif?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bagian 4: Motif dan Kebutuhan Berdasarkan Teori Use and Gratifications

Kebutuhan Kognitif

1. Apakah iklan tersebut memberikan informasi baru atau bermanfaat bagi Anda? Jika ya, informasi apa yang paling menonjol?

Kebutuhan Afektif

1. Bagaimana perasaan Anda saat menonton iklan tersebut? Apakah ada elemen emosional yang kuat dalam iklan itu?
2. Apakah Anda merasa lebih dekat atau lebih terhubung ataupun merasa tertarik dengan Kobo Kanaeru setelah melihat iklan ini?

Kebutuhan Sosial

1. Apakah Anda berdiskusi dengan orang lain (misalnya, di server Discord atau media sosial) tentang iklan tersebut? Jika ya, bagaimana diskusinya?

Kebutuhan Pengalihan Perhatian

1. Apakah iklan tersebut berfungsi sebagai hiburan bagi Anda? Jika ya, aspek mana yang paling menghibur?

Bagian 5: Penutup

1. Apakah ada hal lain yang ingin Anda sampaikan terkait iklan ini atau persepsi Anda terhadap iklan yang belum dibahas dalam wawancara ini?

FOTO-FOTO DOKUMENTASI



Wawancara dengan Informan Claudio Sigit



Wawancara dengan Informan Nicki Agni

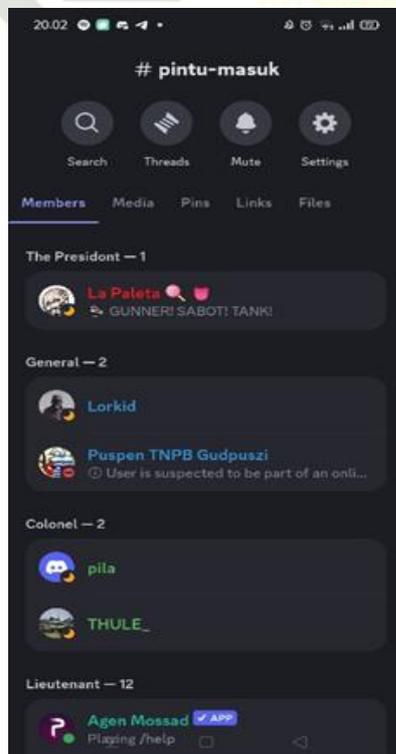
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



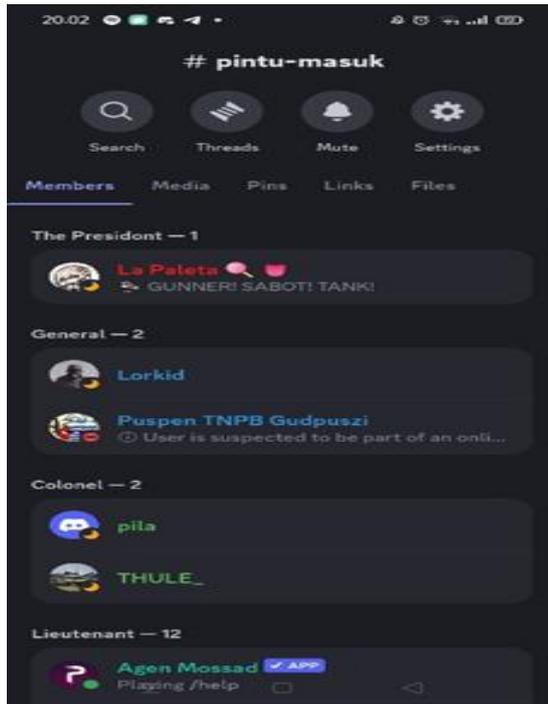
Wawancara melalui google meet dengan salah satu informan Rhefa



Tampilan status/role member Discord Server Gudang Pusat Zeni

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



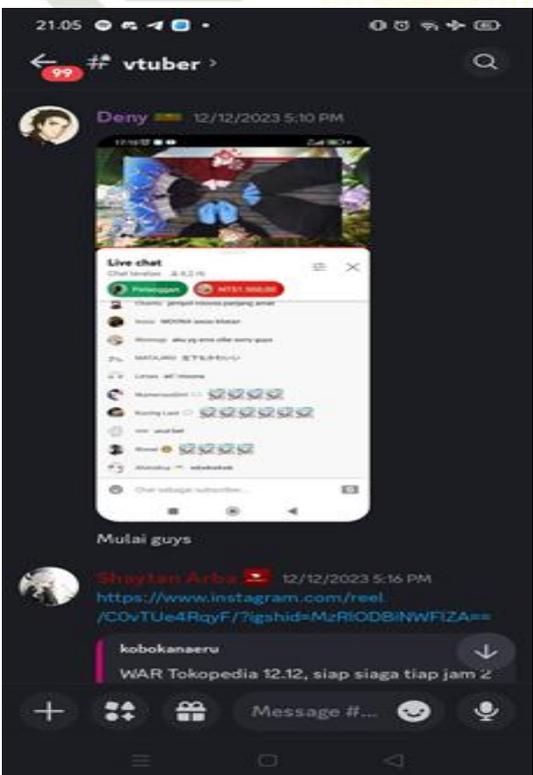
Tampilan kategori dalam Server Discord Gudang Pusat Zeni.



Tampilan yang menunjukkan pembahasan di salah satu channel, yaitu channel Vtuber.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pembahasan dalam channel Vtuber di Discord Server Gudang Pusat Zeni mengenai Iklan War 12.12 Tokopedia yang menampilkan Virtual YouTuber Kobo Kanaeru didalamnya

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Penulis yang bernama Bima Yusril Pratama lahir di Pekanbaru, 19 Juni 2002, saat Piala Dunia 2002 Korea-Jepang berlangsung. Awalnya ingin dinamakan Ballack, namun pada akhirnya dinamai Bima dengan harapan menjadi anak yang kuat dan tangguh, serta berhati tulus dan mulai seperti Bima dalam kisah Mahabaratha. Mengawali jenjang pendidikan di SDN 021 Lipatkain dan lulus pada tahun 2014, kemudian melanjutkan ke MTsN 05 Kampar. Disini, penulis aktif sebagai pengurus OSIS dan Duta Adiwiyata. Tahun 2017, penulis lulus dan kemudian melanjutkan bersekolah di SMAN 6 Pekanbaru dan aktif di Pramuka SMAN 6 Pekanbaru sebagai Kerani di Sangganya. Tahun 2020, penulis kembali melanjutkan jenjang pendidikannya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi melalui jalur penerimaan SBMPTN-UTBK.

Selama dalam masa menjalani pendidikan di perguruan tinggi, penulis turut aktif dalam mengikuti beberapa organisasi Mahasiswa, baik didalam maupun diluar kampus. Penulis aktif di tahun pertamanya, yaitu 2021 sebagai Staff Informasi & Publikasi divisi Informasi dan Komunikasi Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Dakwah & Komunikasi (DEMA FDK). Kemudian ia melanjutkan kepengurusan di DEMA FDK tahun 2022 sebagai Kepala Divisi Informasi dan Komunikasi DEMA FDK. Selain itu, sejak tahun 2020, penulis juga aktif di komunitas Seribu Satu Cita hingga akhirnya komunitas tersebut berkembang menjadi Yayasan Seribu Satu Cita (YSSC) dan penulis ditunjuk sebagai Kepala Direktorat Riset Dan Pengembangan YSSC Wilayah Kerja Riau. Kemudian penulis juga turut bergabung di DPW Jaringan Mahasiswa Lira (JAMAHALI) Riau pada tahun 2023-2024 dan menjabat sebagai Sekretaris Jenderal DPW JAMAHALI Riau. Penulis juga bergabung dalam Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat Disaint serta sempat bergabung di Ikatan Pelajar Mahasiswa Pekanbaru.

Pada bulan Juli hingga Agustus 2023, penulis ikut serta dalam pelaksanaan Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Bukit Nenas, Kecamatan Bagan Besar, Kota Dumai sebagai Ketua Kelompok KKN. Lalu di tahun yang sama, tepatnya pada bulan September hingga November, penulis melaksanakan Job Training di PKU sebagai content writer.

Pada tahun 2024, dibawah bimbingan Ibu Febby Amelia Trisakti, S.I. Kom., M.Si selaku Pembimbing Akademik dan Bapak Yudhi Martha Nugraha, S.Pd., M.Pd.s selaku Pembimbing Skripsi, penulis akhirnya berhasil menyelesaikan studi S1 Ilmu Komunikasi dengan IPK 3,56 dan menyandang gelar S.I. Kom.

1. Tidak diperbolehkan menjiplak atau menyalin seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

