

Co-creating Online Identity of Virtual YouTubers: Multimodal Analysis on Hana Macchia and Moona Hoshinoya = Co-creating Identitas Online Virtual YouTubers: Analisis Multimodalitas Hana Macchia dan Moona Hoshinoya

Masashi Sayama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553610&lokasi=lokal>

Abstrak

This article discusses the interaction between Virtual YouTubers (VTubers) and their audience, including the motivations for communication between VTubers and their fans. Using the example of two Indonesian VTubers, Hana Macchia from NIJISANJI ID and Moona Hoshinova from Hololive Indonesia, this study is based on the theory of computer-mediated communication. More specifically, the concept of hyper-personal communication in the formation of online identities of VTubers as a result of interaction and feedback exchange between VTubers as message senders and fans as message recipients on the YouTube platform. Data were collected through observation and then analyzed using multimodality analysis. Three points of findings include: 1) VTuber intentionally modify their communication to create an ideal impression; 2) Although information is conveyed to VTuber fans that has been modified to protect the character identity of the VTuber, fans try to understand and imagine more than the information they receive; 3) VTuber is a conception formed with fans where through two-way interaction, they create meaning and online identity for VTuber. The existence of VTubers has only recently spread in Indonesia. Therefore, further research is needed to see the potential spread of its popularity in the Indonesian market.

.....Artikel ini membahas bagaimana interaksi antara Virtual YouTuber (VTubers) dan audiens, termasuk apa saja motivasi terjadinya komunikasi antara VTubers dan penggemarnya. Menggunakan contoh dua VTuber Indonesia, Hana Macchia dari NIJISANJI ID dan Moona Hoshinova dari Hololive Indonesia, studi ini didasari pemikiran teori komunikasi termediasi komputer. Lebih khususnya lagi, konsep komunikasi hyper-personal dalam pembentukan identitas online para VTuber sebagai hasil interaksi dan pertukaran feedback antara VTuber sebagai pengirim pesan dan penggemar sebagai penerima pesan pada platform YouTube. Data dikumpulkan lewat observasi kemudian dianalisis menggunakan analisis multimodalitas. Tiga poin temuan antara lain: 1) VTuber secara sengaja memodifikasi komunikasi mereka untuk menciptakan kesan ideal; 2) Meskipun informasi yang disampaikan kepada penggemar VTuber itu diedit untuk menjaga kerahasiaan dan identitas karakter VTuber, penggemar mencoba memahami dan membayangkan lebih dari informasi yang diberikan.; 3) VTuber merupakan suatu konsepsi yang dibentuk bersama penggemar dimana melalui interaksi dua arah, mereka menciptakan makna dan identitas online VTuber. Keberadaan VTubers baru beberapa tahun terakhir menyebar di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk melihat potensi penyebaran popularitasnya di pasar Indonesia.