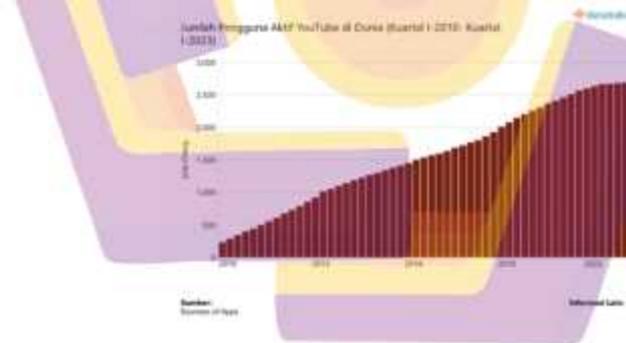


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penyebaran budaya bisa dengan mudah melintasi batas geografis dengan sangat mudah terutama melalui media sosial dan platform berbagi video. Salah satu platform yang paling berpengaruh dalam pertukaran budaya tersebut adalah *YouTube*. Didirikan pada tahun 2005, *YouTube* telah menjadi tempat terbuka untuk individu ataupun kelompok dari berbagai latar belakang untuk mengekspresikan identitas, menyampaikan informasi, dan menyebarkan budaya mereka ke khalayak global. Menurut Katadata pada kuartal pertama tahun 2023, pengguna aktif *YouTube* mencapai 2,68 miliar pengguna, menjadikannya sebagai salah satu platform media digital terbesar di dunia. (Annur, 2023)



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna aktif YouTube di Dunia (Kuartal I-2010 – Kuartal I-2023)

Sumber: (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/31/veres-berambah-jumlah-pengguna-youtube-di-dunia-capai-268-miliar-orang-per-kuartal-i-2023>)

Data diatas menunjukan *YouTube* memiliki banyak pengguna sehingga memunculkan fenomena – fenomena baru di dunia salah satu fenomena yang muncul adalah *Virtual Youtuber (VTuber)*.

VTuber merupakan karakter virtual yang digerakkan oleh seseorang melalui teknologi *motion capture* dengan menggunakan visual 2D atau 3D dan hadir sebagai pesona digital yang melakukan berbagai aktivitas seperti bernyanyi, bermain gim hingga mengobrol dengan penonton. Fenomena ini dipopulerkan oleh Kizuna AI pada tahun 2016, dan sejak itu berkembang menjadi tren global dengan berbagai agensi besar yang menaungi para *VTuber* salah satunya adalah Hololive Production.

Hololive adalah agensi bakat yang berfokus pada *VTuber* yang didirikan oleh Motoaki Tanigo pada tahun 2017 dibawah Perusahaannya yaitu *Cover Corp* yang berbasis di Jepang. Hololive memulai karirnya dipasar Jepang, dengan menggunakan tutur bahasa Jepang. (Coananda, 2020) Debut *talent* pertamanya yaitu Tokino Sora pada 7 September 2017 mulai saat itu Hololive mulai melakukan debut pada para *talentnya* mulai dari generasi pertama yang mereka sebut sebagai Gen 0 yang diisi oleh Tokino Sora, Robocosan, AZKi, Sakura Miko dan Hoshimachi Suisei, hingga saat ini Hololive pada *website* resmi Hololive sendiri sudah memiliki *Talent* sebanyak 46 *Talent*.

Konten yang diberikan oleh *talent* Hololive mulai dari bermain *game*, bernyanyi, berbincang dengan penggemar hingga melakukan konser secara *offline*. Kendati menggunakan bahasa Jepang tidak menghentikan penggemar dari luar Jepang untuk menikmati konten dari Hololive tak sedikit penggemar yang menerjemahkan video-video dari *talent* menjadi bahasa lain sehingga dapat diterima oleh mesyarakat lokal. Sejalan dengan bertambahnya *talent* dan didukung oleh adanya pandemi membuat Hololive menjadi salah satu agensi

paling populer didunia, kepopuleran Hololive mulai melakukan ekspansi dengan membuat cabang Hololive English untuk penutur Bahasa Inggris dan Hololive Indonesia untuk penutur Bahasa Indonesia.

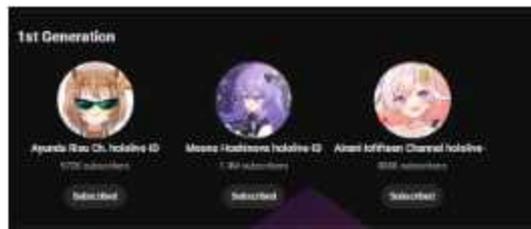
Hololive Indonesia adalah anak perusahaan dibawah naungan Hololive Production yang didirikan pada tahun 2020. Menurut, Motoaki Tanigo selaku *CEO Cover Corp* mengatakan alasannya membuka cabang di Indonesia adalah karena banyak masyarakat Indonesia yang menyukai budaya Jepang dan tidak kalah dengan negara lain. Pembukaan cabang baru juga merupakan salah satu cara untuk menikmati budaya kedua negara secara bersamaan. Selain itu, Tanigo juga berharap budaya *Vtuber* Indonesia semakin berkembang dan Hololive Indonesia semakin besar. (Dousurebaiinano, 2023) Hololive Indonesia sendiri memulai memperkenalkan generasi pertama mereka pada bulan April 2020 yang beranggotakan tiga *talent* yaitu: Ayunda Risu, Moona Hoshinova dan Airani Iofifteen. Lalu pada bulan desember tahun 2020 Hololive Indonesia memperkenalkan generasi kedua yang beranggotakan tiga *talent* yaitu: Kureji Ollie, Anya Melfissa dan Pavolia Reine. Lalu pada bulan Maret tahun 2022 Hololive Indonesia kembali memperkenalkan generasi ketiga yang beranggotakan tiga *talent* yaitu: Vestia Zeta, Kaela Kovalskia dan Kobo Kanaeru.



Gambar 1. 2 Para talent dari Hololive Indonesia

Sumber : <https://hololive.id/olivero.com/en/talents/?pt=indonesia>

Hololive Indonesia memiliki tiga generasi *talent*, masing-masing memiliki desain karakter yang berbeda. Pada generasi pertama ada Moona Hoshinova yang digambarkan sebagai dewa bulan, Ayunda Risu digambarkan sebagai manusia tupai dan Airani Iofifteen digambarkan sebagai Alien, Generasi Kedua ada Kureiji Ollie yang digambarkan sebagai Zombie, pavolia Reine yang digambarkan sebagai Ratu dari Kerajaan merak dan Anya Melfisa yang digambarkan sebagai keris sakti yang menjelma sebagai Perempuan, dan generasi ke tiga ada Vestia Zeta yang digambarkan sebagai agen rahasia, Kaela Kovalskia digambarkan sebagai pandai besi (*blacksmith*) dan Kobo Kanaeru digambarkan sebagai pawang hujan. Dengan Sembilan *Talent* yang dimiliki Hololive Indonesia berhasil mendapatkan total penggemar *YouTube* sebanyak 10.792.000 yang terbagi dari kanal *YouTube* para *Talent*.



Gambar 1. 3 Channel YouTube Hololive ID Generasi 1

Sumber | <https://www.youtube.com/@hololiveIndonesia/featured>



Gambar 1. 4 Channel Youtube Hololive Generasi 2 dan 3

Sumber | <https://www.youtube.com/@hololiveIndonesia/featured>

Dalam perkembangannya, Hololive Indonesia memperkenalkan proyek bertahap yang menghadirkan kostum bertema budaya Nusantara kepada para *talent*-nya: Generasi Pertama pada tahun 2020, Generasi Kedua pada 2021, dan Generasi Ketiga pada 2023 melalui proyek *Gelora HoloID*. Rilis Generasi Ketiga menjadi fase terbaru dan paling mutakhir dari upaya Hololive dalam menampilkan elemen budaya Indonesia, sekaligus menunjukkan bentuk adaptasi visual yang semakin kompleks. Kostum *Gelora HoloID* yang dikenakan oleh Vestia Zeta, Kaela Kovalskia, dan Kobo Kanaeru memuat

berbagai simbol budaya seperti motif batik, tenun, ornamen adat, hingga representasi etnik tertentu. Tidak hanya ditampilkan secara visual, para talent juga memberikan penjelasan langsung mengenai filosofi dan konteks budaya dari setiap elemen kostum dalam sesi *costume reveal*, sehingga menghasilkan data visual dan naratif yang lebih kaya untuk dianalisis.

Di sisi lain, fenomena munculnya representasi budaya Indonesia dalam platform global seperti Hololive memunculkan persoalan akademis yang relevan. Meskipun unsur budaya lokal mulai dimasukkan ke dalam desain karakter *VTuber*, belum terdapat banyak penelitian yang menjelaskan bagaimana elemen-elemen tersebut ditampilkan, dimaknai, dan dikonstruksi ulang di ruang digital. Inti persoalan penelitian ini terletak pada bagaimana tanda-tanda visual tersebut membentuk representasi budaya Indonesia, serta bagaimana proses glokalisasi memungkinkan budaya lokal beradaptasi dalam estetika global yang dibawa oleh Hololive Production. Pertemuan antara motif tradisional Indonesia dengan gaya visual anime Jepang menimbulkan pertanyaan mengenai makna, interpretasi, dan citra budaya yang dibangun melalui media virtual.

Dengan demikian, pemilihan Hololive Indonesia Generasi Ketiga sebagai objek penelitian didasarkan pada relevansi historis, kelengkapan data, serta posisi mereka sebagai generasi terbaru yang menampilkan representasi budaya Nusantara dalam bentuk yang lebih terstruktur dan terpublikasi secara global. Analisis terhadap *Gelora HololD* menjadi penting untuk memahami bagaimana budaya Indonesia dikonstruksi, ditransformasikan, dan disebarluaskan melalui proses visualisasi digital, sekaligus memberikan kontribusi pada kajian representasi budaya, glokalisasi, dan komunikasi visual dalam konteks hiburan global.

Untuk memahami proses tersebut, penelitian ini menggunakan teori Glocalization yang diperkenalkan oleh Roland Robertson (1995) dan diperluas oleh Victor Roudometof (2016). Robertson mendefinisikan glocalisasi sebagai “*the simultaneity of the universal and the particular*,” yaitu perpaduan antara unsur global dan lokal dalam satu bentuk budaya. Sementara itu, Roudometof menekankan tiga dimensi glocalisasi struktural, kultural, dan reflektif yang menjelaskan bagaimana budaya global dan lokal saling berinteraksi dan membentuk identitas baru. Melalui kerangka ini, desain karakter Hololive Indonesia dapat dipahami sebagai perwujudan interaksi antara estetika global Jepang dan nilai-nilai budaya Indonesia, sehingga menghasilkan representasi visual yang bersifat hibrid dan kontekstual.

Dalam menganalisis makna dari elemen visual tersebut, penelitian ini menggunakan teori Semiotika Roland Barthes, (1997). Barthes memandang bahwa visual merupakan sistem tanda yang memiliki tiga tingkat pemaknaan: denotasi (makna literal), konotasi (makna kultural), dan mitos (makna ideologis). Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap warna, motif, bentuk, dan simbol yang digunakan dalam kostum *Gelora HoloID*, sehingga dapat diidentifikasi tidak hanya apa yang ditampilkan, tetapi juga makna budaya dan ideologi yang dibawanya.

Penelitian terdahulu seperti karya Afirra Faridj Azzarah (2024) yang menganalisis desain *Gelora HoloID* milik Kobo Kanaeru, serta penelitian Muhammad Naufal Aldi Setiawan dan M. Andi Fikri (2024) mengenai elemen Nusantara pada karakter Kaela Kovalskia, menunjukkan bahwa kajian mengenai representasi budaya Indonesia pada VTuber masih terbatas pada karakter individual. Penelitian ini memperluas cakupan dengan menganalisis tiga karakter sekaligus dari Generasi Ketiga Hololive Indonesia, serta menggabungkan dua perspektif teoretis Semiotika Roland Barthes dan Glocalization Victor

Roudometof untuk memahami bagaimana strategi visual Hololive Production mengadaptasi nilai budaya Indonesia ke dalam media digital global.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman mengenai bagaimana desain karakter dapat menjadi sarana komunikasi lintas budaya yang menggabungkan estetika global dan identitas budaya Indonesia. Analisis terhadap *Gelora HoloID* tidak hanya menunjukkan bagaimana budaya Indonesia direpresentasikan, tetapi juga bagaimana budaya tersebut dinegosiasikan dan dibentuk ulang dalam ruang hiburan global yang semakin kompetitif dan terhubung secara digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian konteks judul, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana representasi glokalisasi budaya Indonesia diwujudkan dalam desain karakter Hololive Indonesia Generasi 3 edisi *Gelora HoloID* melalui analisis semiotika Roland Barthes?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini disusun untuk menjawab rumusan masalah, yaitu untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana glokalisasi budaya Indonesia direpresentasikan dalam desain karakter Hololive Indonesia generasi 3 edisi *Gelora HoloID* melalui pendekatan analisis semiotika Roland Barthes.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmiah mengenai penerapan teori Semiotika Roland Barthes dan Glocalization Roland Robertson dalam analisis komunikasi visual, khususnya pada fenomena budaya digital seperti *VTuber*. Penelitian ini juga dapat

menambah literatur dalam bidang komunikasi budaya dan desain karakter, terutama terkait bagaimana nilai-nilai lokal direpresentasikan melalui media global.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi desainer karakter, ilustrator, dan praktisi industri kreatif dalam mengembangkan karya visual yang mampu merepresentasikan nilai-nilai budaya lokal tanpa kehilangan daya tarik global. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi industri hiburan digital, khususnya agensi *Virtual YouTuber* dalam merancang karakter visual yang efektif untuk membangun identitas budaya dalam konteks globalisasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian dibuat untuk membantu dalam penyusunan skripsi ini sehingga diperlukan sistematika penulisan yang baik dan terstruktur. Sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab 1 : Pendahuluan

Pada bab ini, menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, dan struktur penulisan.

Bab 2 : Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi tentang teori-teori relevan yang akan digunakan dalam penelitian.

Bab 3 : Metodologi Penelitian

Pada bab ini, menjelaskan tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam perencanaan dan implementasi dalam skripsi.

Bab 4 : Temuan dan Pembahasan

Pada bab ini, menjelaskan tentang hasil dari penelitian dan menjabarkan secara detail dan mendalam terkait apa yang ditemukan dalam penelitian apakah dapat menjawab rumusan masalah yang ada dalam penelitian.

Bab 5 : Penutup

Pada bab ini, berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran untuk pengembangan penelitian lebih lanjut.

