

## BAB II

### PERKEMBANGAN *VIRTUAL YOUTUBER* DAN HOLOLIVE INDONESIA

Bab ini menyajikan gambaran umum mengenai perkembangan *virtual youtuber* dan Hololive Indonesia. Pembahasan dalam bab ini diarahkan untuk memberikan pemahaman mengenai bagaimana *virtual youtuber* dan Hololive Indonesia berkembang menjadi budaya populer di internet.

#### 2.1 Fenomena dan Perkembangan *Virtual Youtuber*

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam industri hiburan dan komunikasi global. Salah satu fenomena yang muncul dari perkembangan tersebut adalah *Virtual Youtuber*, yaitu kreator konten digital yang menggunakan avatar virtual sebagai representasi diri dalam berinteraksi dengan audiens. Berbeda dengan kreator konten konvensional yang menampilkan wajah asli, *virtual youtuber* menghadirkan identitas digital berbentuk karakter animasi yang digerakkan menggunakan teknologi seperti *motion capture*, *face tracking*, dan perangkat lunak animasi secara *real-time* (Widodo, Septiadi, & Rakhmawati, 2023).

##### 2.1.1 Pengertian dan Karakteristik *Virtual Youtuber*

Fenomena *virtual youtuber* pertama kali mendapatkan perhatian luas sejak kemunculan Kizuna AI pada tahun 2016 di Jepang. Kehadiran Kizuna AI tidak hanya memperkenalkan konsep baru dalam dunia hiburan digital, tetapi juga membuka jalan bagi perkembangan industri *virtual youtuber* secara global. Salah satu daya tarik

utama *virtual youtuber* terletak pada kemampuannya untuk menciptakan ilusi kehadiran (*sense of presence*) yang kuat (Chinchilla & Kim, 2024). Meskipun berbentuk karakter virtual, *virtual youtuber* mampu menampilkan ekspresi emosional, respons spontan, serta interaksi *real-time* yang membuat audiens merasa terhubung secara personal (Puspitaningrum & Prasetio, 2019). Hal ini diperkuat oleh penggunaan fitur *live streaming* yang memungkinkan komunikasi dua arah antara kreator dan penonton melalui *live chat*. Interaksi ini menciptakan pengalaman yang lebih partisipatif dibandingkan dengan media tradisional, di mana audiens cenderung bersifat pasif.

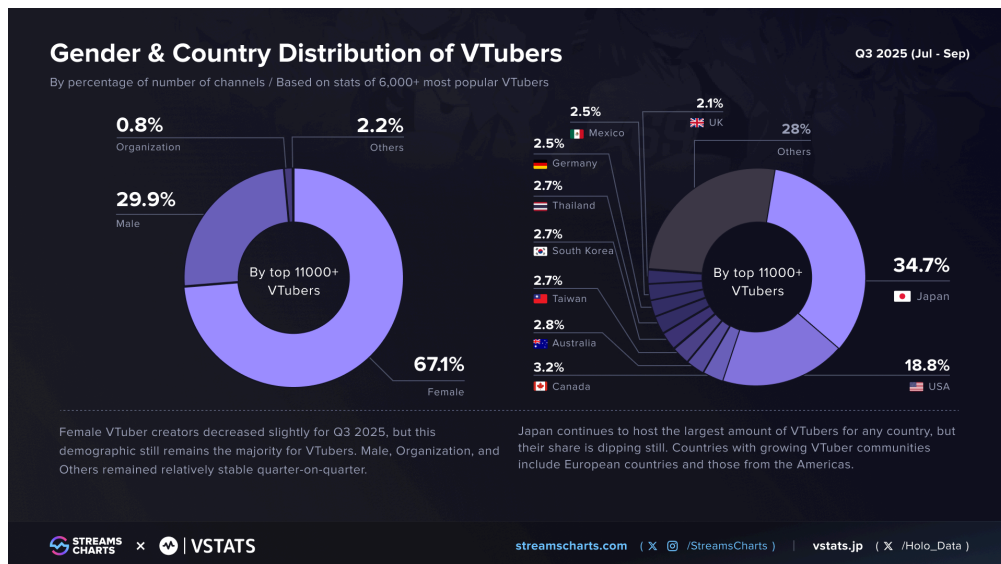
Selain itu, identitas virtual yang dimiliki oleh *virtual youtuber* memberikan fleksibilitas dalam membangun persona yang unik dan menarik. Setiap *virtual youtuber* biasanya memiliki latar belakang cerita, karakteristik kepribadian, serta gaya komunikasi yang berbeda-beda. Persona ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen hiburan, tetapi juga sebagai strategi dalam membangun *engagement* dengan audiens (Liman, 2023). Melalui persona tersebut, *virtual youtuber* dapat menjangkau berbagai segmen penonton serta menciptakan komunitas penggemar yang loyal.

### 2.1.2 Perkembangan *Virtual Youtuber*

Perkembangan industri *virtual youtuber* secara global merupakan salah satu manifestasi dari transformasi digital yang terjadi dalam industri media dan hiburan. Sejak kemunculannya pada pertengahan 2010-an, fenomena *virtual youtuber* telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik dari segi jumlah kreator, jangkauan

audiens, maupun kompleksitas ekosistem yang terbentuk di sekitarnya. Industri ini tidak lagi bersifat lokal atau terbatas pada Jepang sebagai negara asalnya, melainkan telah berkembang menjadi fenomena global yang melibatkan berbagai negara dan komunitas lintas budaya (Dempsey, 2025). Pada tahun 2025, Jepang menduduki posisi pertama sebagai negara dengan jumlah *virtual youtuber* terbanyak sebanyak 34.7% dari lebih 11.100 *virtual youtuber* global, diikuti oleh Amerika Serikat sebanyak 18.8%, Canada sebanyak 3.2%, Australia sebanyak 2.8%, Taiwan sebanyak 2.7%, Korea Selatan sebanyak 2.7%, Thailand sebanyak 2.7%, Jerman sebanyak 2.5%, Meksiko sebanyak 2.5%, Inggris sebanyak 2.1%, dan 28% sisanya tersebar dari berbagai negara (Streamchart, 2025). Persebaran tersebut dapat dilihat pada infografis di bawah:

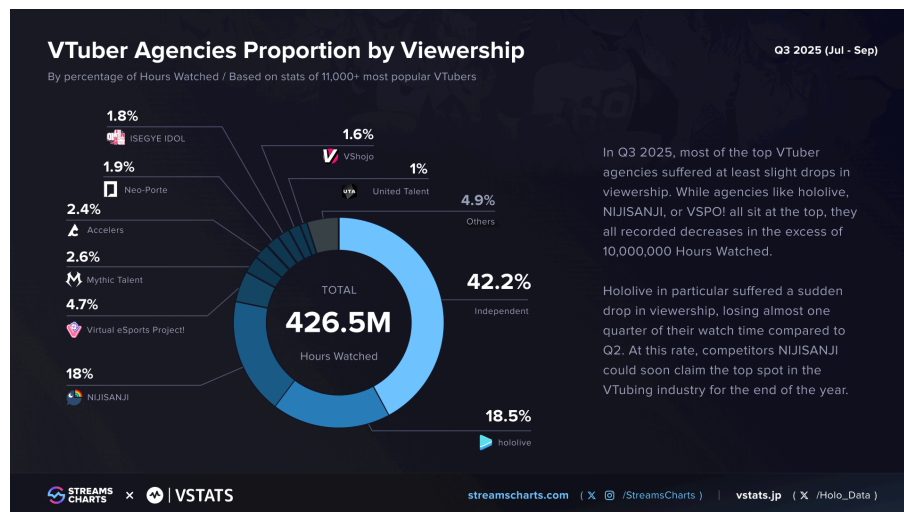
**Gambar 2.1 Persebaran Negara dan Jenis Kelamin *Virtual Youtuber* 2025**



Sumber: <https://streamscharts.com/news/vtubers-q1-2025-report>

Pada tahap awal perkembangannya, *virtual youtuber* masih didominasi oleh kreator individu dengan skala produksi yang relatif sederhana. Namun, seiring meningkatnya popularitas dan potensi ekonomi yang dihasilkan, mulai bermunculan agensi-agensi profesional yang mengelola talenta *virtual youtuber* secara lebih terstruktur. Kehadiran agensi ini membawa perubahan signifikan dalam industri, terutama dalam hal kualitas produksi, strategi pemasaran, serta pengelolaan hubungan dengan audiens. Pada tahun 2025 agensi *virtual youtuber* mendominasi pasar penonton terbanyak dengan 57.2% dari total 11.000 top populer *virtual youtuber*, dengan Hololive sebanyak 18.5%, diikuti oleh Nijisanji sebanyak 18% dan Virtual Esport Project 4.7% (Streamchart, 2025). Seperti yang dapat dilihat pada infografis di bawah:

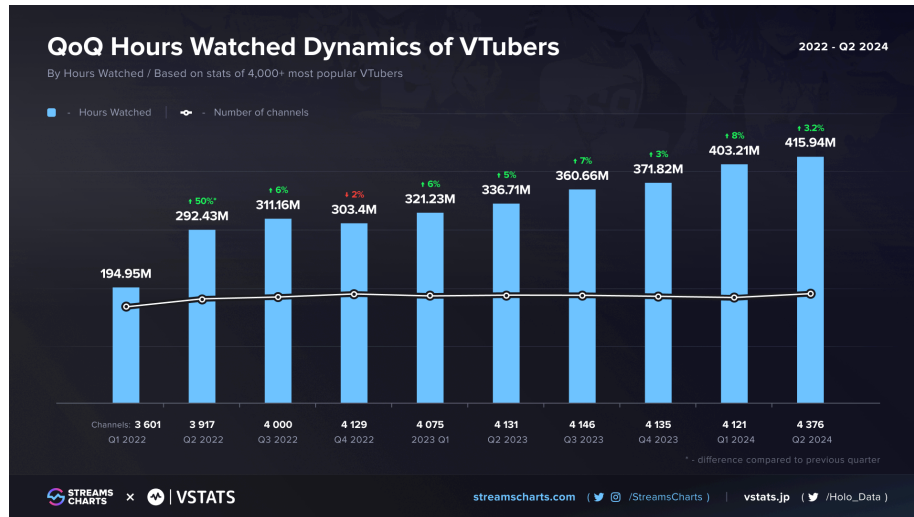
**Gambar 2.2 Statistik Agensi *Virtual Youtuber* 2025**



Sumber: <https://streamscharts.com/news/vtubers-q1-2025-report>

*Virtual youtuber* tidak lagi hanya sekadar kreator konten independen, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari industri kreatif yang terorganisir dan memiliki nilai komersial tinggi. Jumlah *virtual youtuber* terus meningkat secara signifikan, baik yang dikelola oleh individu maupun oleh agensi profesional. Pada tahun 2021, ada lebih dari 16.000 *virtual youtuber* aktif dan diperkirakan akan terus bertambah setiap harinya (Davidson, 2021). Berdasarkan Streamchart, *virtual youtuber* terus mengalami peningkatan jumlah penonton selama bertahun-tahun. Data di bawah menunjukkan total peningkatan jumlah peningkatan penonton dari 2022-2024. Beberapa aspek yang dimasukkan dalam data di atas antara lain adalah total waktu tonton dan *virtual youtuber* teratas berdasarkan jumlah penonton. Per Q1 2022 total jumlah penonton yang ada berada di 3.601 channel menyentuh angka 194.95 juta penonton, dan terus mengalami peningkatan hingga Q4 2024 dengan total jumlah penonton yang berada di 4.376 channel menyentuh angka 415.94 juta penonton. Perkembangan tersebut dapat dilihat pada infografis di bawah ini:

**Gambar 2.3 Statistik Jumlah Penonton *Virtual Youtuber* 2022-2024**



Sumber: <https://streamscharts.com/news/vtubers-q2-2024-report>

Salah satu faktor utama yang mendorong perkembangan industri *virtual youtuber* adalah kemajuan teknologi digital yang semakin terjangkau. Teknologi seperti perangkat lunak animasi, *motion capture*, dan *live streaming* kini dapat diakses oleh lebih banyak orang, sehingga menurunkan hambatan masuk (*barrier to entry*) bagi kreator baru (Nagata, 2018). Selain itu, platform digital seperti YouTube dan media sosial lainnya menyediakan infrastruktur yang memungkinkan distribusi konten secara luas tanpa batas geografis. Hal ini membuka peluang bagi *virtual youtuber* untuk menjangkau audiens global dengan relatif mudah.

## 2.2 Profil Hololive Production

Seiring dengan berkembangnya industri *virtual youtuber* secara global, muncul berbagai agensi profesional yang berperan penting dalam mengelola, mengembangkan, dan memasarkan talenta *virtual youtuber* secara lebih terstruktur.

Salah satu agensi yang memiliki pengaruh besar dalam industri ini adalah Hololive Production. Hololive Production merupakan agensi *virtual youtuber* yang berbasis di Jepang dan berada di bawah naungan perusahaan teknologi hiburan Cover Corporation.

### 2.2.1 Sejarah Berdirinya Hololive Production

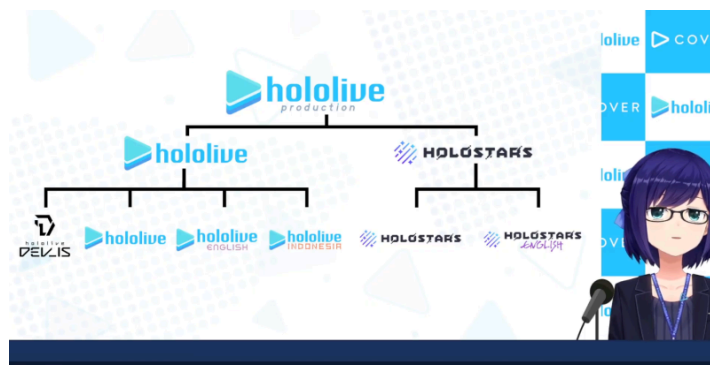
Berdasarkan situs resmi Hololive Production, Hololive Production didirikan oleh Motoaki “YAGOO” Tanigo di bawah naungan Cover Corporation, sebuah perusahaan dengan tujuan awal mengembangkan teknologi virtual berbasis realitas tertambah (*augmented reality*) dan realitas virtual (*virtual reality*). Hololive melakukan debut *virtual youtuber* pertama mereka yaitu Tokino Sora pada tanggal 7 September 2017. Seiring dengan meningkatnya popularitas *virtual youtuber*, Hololive Production menjadi agensi yang berfokus pada pengembangan talenta virtual yang berperan sebagai entertainer sekaligus idola digital.

Sebagai agensi, Yagoo menyampaikan Hololive Production mengusung konsep “*virtual idol agency*”, di mana para *virtual youtuber* tidak hanya berfungsi sebagai kreator konten biasa, tetapi juga memiliki identitas karakter yang kuat, latar belakang cerita, serta citra sebagai figur publik digital. Konsep ini terinspirasi dari budaya idol Jepang yang menekankan pada kedekatan emosional antara idola dan penggemar.

## 2.2.2 Struktur dan Divisi Hololive Production

Menurut situs resmi Hololive Production memiliki struktur organisasi yang terpusat di bawah manajemen Cover Corp sebagai perusahaan induk. Dalam operasionalnya, Hololive dibagi ke dalam beberapa divisi berdasarkan wilayah dan segmentasi pasar. Divisi utama terdiri atas Hololive Japan, Hololive English, dan Hololive Indonesia yang masing-masing memiliki talent dengan bahasa serta target audiens berbeda. Selain itu, terdapat pula Holostars Japan dan Holostars English yang berfokus pada *virtual youtuber* laki-laki. Dan Hololive Dev\_Is yang berfokus pada *Group Project* musik dibanding cabang Hololive lainnya. Saat ini Hololive memiliki lebih dari 80 member aktif dari berbagai cabang nya. Dengan Hololive Japan sebanyak 30 member, Hololive Indonesia sebanyak 9 member, Hololive English sebanyak 16 member, Holostars sebanyak 18 member, Holostars English sebanyak 10 member, dan Hololive Dev\_Is sebanyak 9 member. Berikut merupakan struktur divisi Hololive Production dari channel youtube Hololive Production:

**Gambar 2.4 Divisi Hololive Production**



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Gi1XDNLdjpw>

### 2.2.3 Perkembangan Hololive Indonesia

Berdasarkan situs resmi Hololive Production, Hololive Indonesia resmi diperkenalkan pada tahun 2020 sebagai bagian dari ekspansi global Hololive Production. Kehadiran Hololive Indonesia bertujuan menjangkau pasar Asia Tenggara, khususnya Indonesia yang memiliki jumlah pengguna internet dan penggemar budaya populer Jepang yang besar. Generasi pertama Hololive Indonesia terdiri Ayunda Risu yang memulai debut pada 10 April 2020, Moona Hoshinova yang debut pada 11 April 2020, dan Airani Iofifteen yang debut pada 12 April 2020. Dilanjut oleh generasi kedua yaitu Kureiji Ollie yang melakukan debut pada 4 Desember 2020, Anya Melfissa yang debut pada 5 Desember 2020, dan Pavolia Reine yang debut pada 6 Desember 2020. Dan terakhir generasi ketiga yaitu Vestia Zeta yang melakukan debut pada 25 Maret 2022, Kaela Kovalskia yang debut pada 26 Maret 2022, dan Kobo Kanaeru yang debut pada 27 Maret 2022.

Perkembangan Hololive Indonesia berlangsung sangat cepat seiring meningkatnya popularitas *virtual youtuber* di Indonesia. Perbulan Mei 2025, Hololive Indonesia sudah mempunyai lebih dari 11.523 juta pelanggan di Youtube. Dengan channel utama Hololive Indonesia sebanyak 587 ribu pelanggan, kemudian generasi pertama dipimpin oleh Moona sebanyak 1.41 juta pelanggan, diikuti oleh Risu sebanyak 992 ribu pelanggan, dan Iofi sebanyak 819 ribu. Lalu generasi kedua yang dipimpin oleh Ollie sebanyak 1.4 juta pelanggan, diikuti oleh Reine sebanyak 848 ribu pelanggan, dan Anya sebanyak 783 ribu pelanggan. Dan terakhir generasi ketiga

dipimpin oleh Kobo sebanyak 2.76 juta pelanggan, diikuti oleh Zeta sebanyak 1.03 juta pelanggan, dan Kaela sebanyak 894 ribu pelanggan. Sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel di bawah:

**Tabel 2.1 Tanggal Debut dan Jumlah Pelanggan Hololive Indonesia**

No	Nama	Tanggal Debut	Jumlah Pelanggan
1	Ayunda Risu	10 April 2020	992 Ribu
2	Moona Hoshinova	11 April 2020	1.41 Juta
3	Airani Iofifteen	12 April 2020	829 Ribu
4	Kureiji Ollie	4 Desember 2020	1.4 Juta
5	Anya Melfissa	5 Desember 2020	783 Ribu
6	Pavolia Reine	6 Desember 2020	848 Ribu
7	Vestia Zeta	25 Maret 2022	1.03 Juta
8	Kaela Kovalskia	26 Maret 2022	894 Ribu
9	Kobo Kanaeru	27 Maret 2022	2.76 Juta

Sumber: Diolah oleh penulis

Talent Hololive Indonesia tidak hanya melakukan *live streaming*, tetapi juga menyajikan konten musik, karaoke, hingga kolaborasi dengan talent internasional. Penggunaan humor lokal, bahasa Indonesia, dan referensi budaya nasional menjadi faktor penting dalam membangun kedekatan dengan audiens Indonesia. Selain memiliki basis penggemar domestik yang kuat, Hololive Indonesia juga berhasil menarik perhatian audiens global. Banyak penonton internasional mulai mengenal budaya Indonesia melalui interaksi talent Hololive Indonesia dalam konten mereka. Hal ini dikarenakan Hololive Indonesia kerap kali membuat *live streaming* atau konten yang berkaitan dengan Indonesia, salah satu kegiatan yang menarik audiens

global adalah Perayaan 17 Agustus atau Kemerdekaan Indonesia yang diberi nama Gelora HoloId Cup pada tahun 2023.

**Gambar 2.5 HoloId Cup 2023**



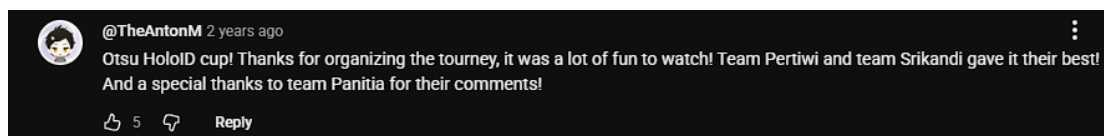
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=gEv3hQ8fBDU>

Pada acara kemerdekaan tahun 2023 terbagi menjadi 2 team yaitu tim Srikandi dan tim Pertiwi. Berdasarkan keterangan yang disampaikan pada live streaming berjudul “[#holoIDCup2023] Rules & Explanation” pada 6 Juli 2023, nama Srikandi diambil dari seorang pemanah wanita dari kisah pewayangan Nusantara, dan nama Pertiwi diambil dari nama Dewi bumi yang selalu memberi dan menopang kehidupan. Masing-masing tim memiliki kapten dari Hololive Indonesia anggota dari berbagai cabang Hololive. Tim Srikandi dipimpin oleh Zeta yang beranggotakan Kobo Kanaeru dan Anya Melfissa dari Hololive Indonesia, lalu dari Hololive English yaitu Amelia Watson, Hakoz Baelz, dan Gawr Gura, dan terakhir Houshou Marine, Usada Pekora, dan Tokoyami Towa dari Hololive Japan. Kemudian

Tim Pertiwi yang dipimpin oleh Ayunda Risu yang beranggotakan Airani Iofifteen dan Kaela Kovalskia dari Hololive Indonesia, lalu dari Hololive English yaitu Calliope Mori, Takanashi Kiara, dan Ceres Fauna, dan terakhir Tokino Sora, Himemori Luna, dan Hakui Kori dari Hololive Japan.

Karena *virtual youtuber* merupakan karakter dunia maya, maka kegiatan dilakukan melalui game Minecraft, sebuah game *Sandbox* buatan Mojang Studio, kegiatan diselenggarakan melalui *live streaming* dari beberapa channel youtube member Hololive. Tiga dari lima permainan yang ditandingkan pada kegiatan ini merupakan lomba yang sering diadakan dalam kegiatan kemerdekaan yaitu tarik tambang, balap karung, dan bentengan, sementara dua permainan lagi merupakan permainan umum yang banyak ditemui yaitu sepak bola dan bulu tangkis. Hasil akhir dari HoloId Cup 2023 dimenangkan oleh tim Srikandi dengan total 180 poin dan tim Pertiwi dengan 80 poin. Kegiatan ini mendapatkan respon positif dari pada penonton, salah satu nya komentari dari @TheAntonM yang mengatakan:

### Gambar 2.6 Komentar Positif Audiens



Sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=Lich7P\\_c69A&t=](https://www.youtube.com/watch?v=Lich7P_c69A&t=)