

# PENGARUH JUMLAH SUBSCRIBERS DAN JUMLAH PENAYANGAN TERHADAP PENDAPATAN SUPER CHAT PADA VIRTUAL YOUTUBER KOBO KANAERU

Wily Mohammad<sup>1)</sup>, Hanif Saifurrahman<sup>2)</sup>, Jihad Rausyan Fiqrussalam<sup>3)</sup>, Abdilah Umar Sulthoni<sup>4)</sup>, Dzannun Fansyiari Austi<sup>5)</sup>

PT Chishiki NoHikari Indonesia<sup>1,5</sup>; Tohoku University<sup>2</sup>; Institut Teknologi Sepuluh Nopember<sup>3</sup>; STIE Jakarta<sup>4</sup>

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received 20 Juli 2023

Revised 1 Agustus 2023

Accepted 4 Agustus 2023

Available online 4 Agustus 2023

### Kata Kunci:

Virtual Youtuber, Superchat, Subscribers, Penayangan, Kobo Kanaeru

### Keywords:

Virtual Youtuber, Superchat, Subscribers, Viewing, Kobo Kanaeru



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh jumlah subscribers dan jumlah penayangan terhadap pendapatan super chat pada virtual youtuber Kobo Kanaeru. Penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan metode SEM-PLS. Pengolahan data menggunakan Smart PLS versi 4.0. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota saluran YouTube Hololive Indonesia. Metode purposive sampling digunakan, terpilih Kobo Kanaeru sebagai sampel. Data yang dikumpulkan berasal dari Playboard untuk data pendapatan Super Chat dan SocialBlade untuk data jumlah penayangan beserta jumlah subscribers. Data yang digunakan mencakup data bulan Juli 2022 hingga Juni 2023. Hasil penelitian yaitu Jumlah Subscribers tidak berpengaruh signifikan terhadap Jumlah Super Chat pada virtual youtuber Kobo Kanaeru. Sedangkan Jumlah Penayangan berpengaruh positif signifikan terhadap Jumlah Super Chat pada virtual youtuber Kobo Kanaeru. Kobo Kanaeru dan VTuber lainnya sebaiknya fokus pada konten menarik dan berkualitas sesuai minat target audiens untuk mendapatkan dukungan melalui Super Chat. Konsistensi, kesabaran, dan peningkatan kualitas konten akan memperkuat kesetiaan penggemar dan dukungan finansial. Interaksi aktif dengan penonton di komentar, pesan, atau live streaming juga penting untuk membangun hubungan yang erat dan meningkatkan Super Chat. Beradaptasi dengan tren dan mencoba konten baru juga meningkatkan jumlah penayangan dan pendapatan Super Chat. Mengadakan livestream dengan bahasa Inggris memungkinkan saluran menjangkau audiens internasional yang lebih luas.

## ABSTRACT

This study aims to influence the number of subscribers and the number of views on super chat revenue on virtual YouTuber Kobo Kanaeru. Quantitative research with data analysis using the SEM-PLS method. Data processing uses Smart PLS version 4.0. The population in this study were all members of the Hololive Indonesia YouTube channel. Purposive sampling method was used, Kobo Kanaeru was selected as the sample. The data collected comes from Playboard for Super Chat and SocialBlade revenue data for data on the number of views and the number of subscribers. The data used includes data from July 2022 to June 2023. The results of the study are the number of subscribers that has no significant effect on the number of Super Chats on virtual YouTuber Kobo Kanaeru. Meanwhile, the number of views has a significant positive effect on the number of Super Chats on virtual YouTuber Kobo Kanaeru. Kobo Kanaeru and other VTubers should focus on interesting and quality content according to the interests of the target audience to get support through Super Chat. Consistency, patience and improving the quality of content will strengthen fan loyalty and financial support. Active engagement with viewers in comments, messages, or live streaming is also essential to building strong relationships and improving Super Chat. Adapting to trends and trying out new content also increases your views and Super Chat revenue. Holding livestreams in English allows the channel to reach a wider international audienc



---

## PENDAHULUAN

Era Digital adalah istilah yang merujuk pada periode waktu di mana teknologi digital, internet, dan komputasi telah berkembang pesat, dan telah mengubah secara fundamental cara manusia hidup, berkomunikasi, dan bekerja. Kemajuan teknologi dalam era digital telah membawa dampak besar dalam hampir setiap aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang bisnis, hiburan, pendidikan, komunikasi, dan interaksi sosial (Setiawan, 2017).

Salah satu perwujudan dari era digital adalah media sosial. Media sosial adalah platform atau aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan berkomunikasi dengan orang lain melalui internet. Media sosial telah mengubah cara kita berhubungan dengan orang lain, mengekspresikan diri, dan mengakses informasi (Cahyono, 2016). Beberapa contoh media sosial yang populer adalah Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube.

YouTube adalah salah satu *platform* media sosial yang sangat populer di era digital. Situs web menjadi tempat di mana pengguna dapat mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan berbagai konten video. YouTube telah menjadi sumber informasi, hiburan, dan edukasi bagi jutaan orang di seluruh dunia. Banyak orang menggunakan YouTube sebagai sumber referensi untuk belajar tentang topik tertentu, mengikuti perkembangan berita, menonton video lucu atau menghibur, serta mengeksplorasi berbagai minat dan hobi (Tinambunan & Siahaan, 2022).

Salah satu kategori atau jenis kreator konten di YouTube adalah *virtual youtuber* (VTuber). VTuber adalah istilah yang merujuk pada pembuat konten virtual yang menggunakan avatar atau karakter digital sebagai representasi mereka. VTuber biasanya beroperasi di balik layar menggunakan teknologi *motion capture*, animasi wajah, dan berbagai efek khusus untuk menghidupkan karakter digital mereka dan berinteraksi dengan penonton. Umumnya, VTuber menggunakan karakter atau avatar digital sebagai identitas online mereka. Avatar ini bisa berupa karakter anime, kartun, manusia, hewan, atau bentuk lain yang mereka pilih. Hal tersebut menjadi cara bagi mereka untuk berinteraksi dengan penonton dan membuat konten yang unik (Mamat, et al., 2022).

Fenomena VTuber telah berkembang pesat di dunia, di mana banyak VTuber terkenal memiliki jutaan pengikut dan penggemar yang aktif. Saat ini ada lebih dari 10.000 VTuber dan beberapa dari mereka memiliki acara TV sendiri atau bekerja untuk perusahaan internasional (Liudmila, 2020). Pertama kali kemunculan VTuber terjadi pada tahun 2010 melalui video



---

promosi oleh perusahaan Nitroplus di saluran YouTube mereka. Namun, popularitas VTuber benar-benar meledak pada tahun 2016, terutama berkat kesuksesan Kizuna AI yang membuka jalan bagi banyak saluran VTuber lainnya. Pertumbuhan fenomena VTuber didorong oleh penurunan biaya teknologi *motion capture* dan stabilisasi model monetisasi di platform online. Pada tahun 2021, saluran VTuber telah bertambah pesat tidak hanya untuk konten kreator individu, namun juga agensi seperti seperti Nijisanji, COVER Corporation, dan VShōjo. Khususnya, COVER Corporation dengan grup VTuber “Hololive”-nya, menjadi salah satu yang paling sukses menurut penelitian Gwillim-Thomas, et al. (2023).

Hololive Production adalah sebuah agensi VTuber terkenal yang menaungi sejumlah talenta di berbagai negara. Agensi ini memiliki beberapa cabang di dunia, yaitu Hololive (berbasis Jepang), Hololive English, Holostars, dan Holostars English, dan Hololive Indonesia. Hololive Indonesia (Hololive ID) didirikan untuk menampilkan konten VTuber berbahasa Indonesia dan telah menarik perhatian banyak penggemar di Indonesia dan seluruh dunia. Pada bulan April 2020, Hololive ID merilis tiga anggota pertamanya, yaitu Ayunda Risu, Moona Hoshinova, dan Airani Iofifteen. Kemudian pada bulan Desember 2020, Hololive ID menambah tiga anggota baru, yaitu Kureiji Ollie, Anya Melfissa, dan Pavolia Reine. Kemudian pada bulan Maret 2022, Hololive ID kembali menambah tiga anggota lagi, yaitu Kobo Kanaeru, Vestia Zeta, dan Kaela Kovalskia. Dengan penambahan anggota baru ini, Hololive ID semakin berkembang dan memiliki lebih banyak variasi konten untuk dinikmati oleh para penggemarnya (Liman, 2023). Salah satu anggota Hololive ID yang mencatatkan prestasi khusus adalah Kobo Kanaeru, yang memiliki jumlah pelanggan (*subscriber*) terbanyak di antara anggota Hololive ID. Pada bulan Juli 2023, Kobo Kanaeru mencatatkan 2,13 juta pelanggan di saluran YouTube-nya, menunjukkan popularitasnya yang besar di kalangan penggemar dalam waktu singkat, yaitu satu tahun lima bulan.



Gambar 1. Kobo Kanaeru

Sumber: Hololive Production

Selain sebagai platform hiburan dan informasi, YouTube juga telah menjadi sumber penghasilan bagi banyak orang di era digital ini, termasuk bagi para VTuber (Ahmad, et al., 2022). Orang-orang yang menciptakan konten menarik di YouTube dapat menghasilkan uang melalui berbagai cara, seperti iklan yang ditampilkan pada video mereka, kemitraan dengan merek, langganan berbayar ke saluran mereka, dukungan donasi lewat platform lain seperti Sociabuzz, Saweria dan Trakteer, dan dukungan donasi dari penggemar secara langsung di YouTube melalui *Super Chat*.

Penonton dapat berinteraksi dengan streamer melalui penggunaan sistem donasi *Super Chat* di YouTube. *Super Chat* adalah cara bagi penonton untuk memberikan dukungan keuangan kepada pembuat konten favorit mereka. Penonton dapat memilih berapa banyak uang yang ingin mereka sumbangkan dan pesan mereka akan ditampilkan sesuai dengan jumlah sumbangan yang diberikan. *Super Chat* memberikan kesempatan bagi penonton untuk menarik perhatian pembuat konten dan memastikan pesan mereka terlihat oleh siaran langsung dan penonton lainnya (Falaakh & Cahyono, 2023).

Kobo Kanaeru sebagai VTuber dari Hololive ID memiliki jumlah pendapatan dari fitur *Super Chat* sebanyak Rp 1.077.503.613, terkumpul sejak Maret 2022 hingga Agustus 2023 berdasarkan data dari Playboard (2023). Jumlah *Super Chat* yang diterima bervariasi setiap bulannya. Pendapatan *Super Chat* terbesar Kobo Kanaeru tercatat sebanyak Rp 145.229.816 pada Juli 2022, Rp 99.852.327 pada bulan Januari 2023, dan Rp 85.090.747 pada Juni 2022. Pendapatan yang banyak tersebut membuat masyarakat di era digital ingin menjadi seorang



konten kreator YouTube (Adhary, et al., 2021), bahkan ingin menjadi VTuber, ditandai oleh pertumbuhan jumlah VTuber yang terus bertambah setiap tahunnya (Zhao, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel yang mempengaruhi pendapatan *Super Chat* bagi Vtuber Kobo Kanaeru dari Hololive ID, sebagai VTuber yang memiliki subscribers terbesar di Indonesia. Penggunaan Kobo Kanaeru sebagai sampel dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang berkontribusi pada kesuksesan finansial VTuber sukses seperti Kobo Kanaeru. VTuber lainnya dapat mempelajari aspek-aspek tertentu yang didapat dari penelitian ini, yang dapat membantu meningkatkan pendapatan *Super Chat* mereka. Variabel yang diidentifikasi sebagai potensial yang berpengaruh terhadap pendapatan *Super Chat* adalah jumlah subscribers dan jumlah penayangan.

Jumlah *subscribers* mengacu pada jumlah pengguna YouTube yang telah berlangganan ke saluran Kobo Kanaeru. Dalam teori Pelanggan disebutkan bahwa semakin banyak pelanggan, maka semakin banyak pula peluang pendapatan didapatkan (Kolonio & Soepeno, 2019). Dalam penelitian Husaini & Fadhlani (2017), semakin banyak pelanggan yang loyal akan meningkatkan pendapatan. Hal tersebut juga diutarakan dalam penelitian Maeruz (2018), bahwa jumlah pelanggan berpengaruh positif terhadap pendapatan. Hal tersebut mengisyaratkan bahwa jumlah *subscribers* berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan. Dengan kata lain, semakin banyak subscribers yang dimiliki Kobo Kanaeru, maka semakin besar potensinya memiliki basis penggemar yang setia yang berpotensi memberikan dukungan finansial melalui *Super Chat* selama siaran langsung atau livestreaming. Namun, terdapat temuan pada Harvard Business Review (Shapiro, et al., 1987), bahwa banyaknya pelanggan belum tentu memberikan pendapatan yang tinggi terhadap perusahaan. Banyaknya pelanggan tidak selalu berkorelasi langsung dengan tingginya pendapatan. Banyaknya pelanggan mungkin tidak terlalu berpengaruh terhadap pendapatan, jika tingkat konversi atau persentase pelanggan yang sebenarnya membeli produk atau layanan perusahaan tersebut rendah. Tingkat konversi yang rendah bisa menyebabkan pendapatan yang tidak sesuai dengan jumlah pelanggan yang besar. Maka dari itu, terdapat gap hasil penelitian terdahulu. Gap tersebut diisi dengan fokus terhadap variabel jumlah *subscribers* saluran YouTube Kobo Kanaeru secara khusus, bukan banyaknya pelanggan secara umum.

Jumlah penayangan merujuk pada total video-video VTuber tersebut ditonton oleh para penonton di saluran mereka. Dalam penelitian Rina (2014), jumlah penayangan iklan di televisi



berpengaruh positif signifikan terhadap keinginan konsumen dalam membeli produk. Penayangan tersebut dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk atau merek tertentu. Ketika konsumen melihat tayangan secara berulang-ulang, produk tersebut menjadi lebih akrab dan muncul dalam pikiran mereka ketika mereka memikirkan kategori produk yang relevan. Dengan kata lain, jika sebuah saluran VTuber memiliki banyak penayangan, artinya saluran tersebut menarik banyak perhatian dan mendapatkan eksposur yang lebih luas. Jumlah penayangan yang tinggi dapat meningkatkan peluang VTuber untuk menerima *Super Chat* dari penonton yang menikmati kontennya. Namun dalam penelitian Ginting (2020), semakin sering penonton melihat konten yang ditayangkan di TV, akan menyebabkan kebosanan. Dengan kata lain, jika menayangkan konten yang terlalu serupa atau kurang bervariasi, penonton dapat merasa jenuh sehingga tidak membeli produk ataupun memberikan dukungan *Super Chat*, walaupun jumlah penayangannya banyak. Maka dari itu, terdapat gap hasil penelitian terdahulu. Gap tersebut diisi dengan fokus terhadap variabel jumlah penayangan saluran YouTube Kobo Kanaeru secara khusus, bukan banyaknya penayangan secara umum.

Penelitian ini dapat melakukan analisis statistik untuk melihat hubungan antara variabel jumlah *subscribers* dan jumlah penayangan dengan pendapatan *Super Chat* yang diterima oleh VTuber Kobo Kanaeru. Kemudian, hasil analisis diharapkan dapat membantu VTuber lainnya dalam merencanakan strategi mereka dalam meningkatkan pendapatan *Super Chat* mereka.

## **METODE PENELITIAN**

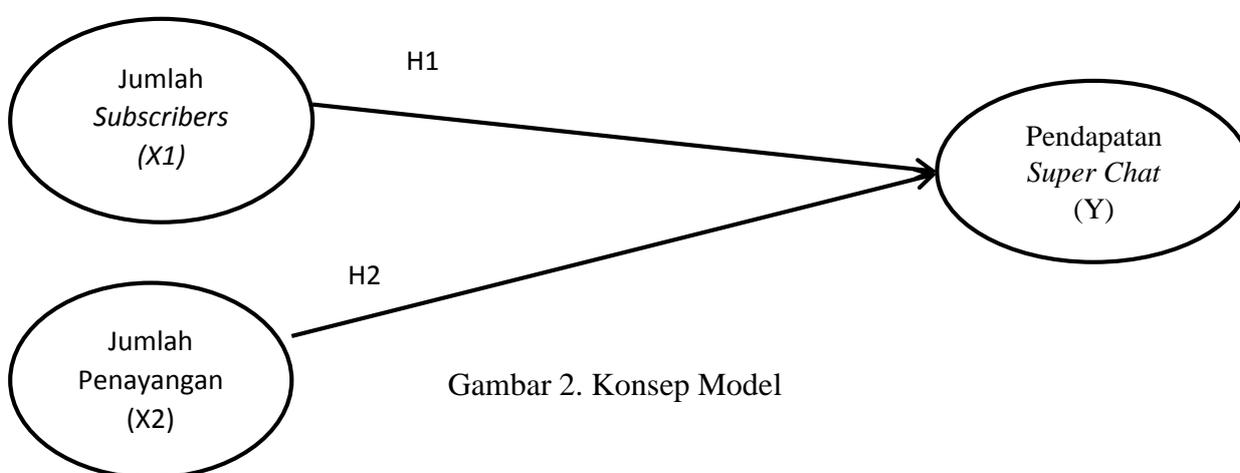
### **Konsep Model**

Penelitian ini menguji pengaruh dari Jumlah *Subscribers* terhadap Pendapatan *Super Chat* dan Jumlah Penayangan terhadap Pendapatan *Super Chat*. Maka dapat dirumuskan Hipotesis pertama atau H1, yaitu Jumlah *Subscribers* berpengaruh positif signifikan terhadap Pendapatan *Super Chat*. Penulis berpegang pada teori Pelanggan, bahwa jika semakin banyak pelanggan, maka semakin banyak pula peluang pendapatan didapatkan (Kolonio & Soepeno, 2019). Semakin banyak *subscribers* Kobo Kanaeru, semakin besar potensinya memiliki basis penggemar setia yang berpotensi memberikan dukungan finansial melalui *Super Chat* selama siaran langsung.

Sedangkan Hipotesis kedua atau H2 yaitu Jumlah Penayangan berpengaruh positif signifikan terhadap Pendapatan *Super Chat*. Penulis berpegang pada penelitian Rina (2014),

bahwa jumlah penayangan iklan di televisi berpengaruh positif signifikan terhadap keinginan konsumen dalam membeli produk. Dengan kata lain, jika saluran VTuber memiliki banyak penayangan, itu berarti saluran tersebut menarik perhatian dan mendapatkan eksposur yang luas. Jumlah penayangan yang tinggi meningkatkan peluang VTuber untuk menerima *Super Chat* dari penonton yang menikmati kontennya.

Hubungan antar variabel yang diilustrasikan sebagai jalur (*path*) digambarkan dengan konsep model sebagai berikut:



Gambar 2. Konsep Model

### **Pengumpulan Data**

Pengumpulan data menyajikan bagaimana data penelitian dikumpulkan harus diungkap secara jelas beserta populasi, sampel dan metode samplingnya (Mulyanto & Wulandari, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota saluran YouTube Hololive Indonesia, yaitu Moona Hoshinova, Ayunda Risu, Airani Iofifteen, Kureiji Ollie, Anya Melfissa, Pavolia Reine, Vestia Zeta, Kaela Kovalskia, dan Kobo Kanaeru. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan memilih Kobo Kanaeru sebagai sampel, karena saluran tersebut menjadi VTuber dengan jumlah subscribers terbanyak di Indonesia dan memiliki jumlah pendapatan *Super Chat* di atas Rp 1 milyar. Data yang dikumpulkan berasal dari Playboard (playboard.co) untuk data pendapatan *Super Chat* dan SocialBlade (socialblade.com) untuk data jumlah penayangan beserta jumlah *subscribers*. Data yang digunakan mencakup data bulan Juli, Agustus, September, Oktober, November, Desember tahun 2022. Sedangkan untuk tahun 2023, data yang digunakan yaitu pada bulan Januari, Februari, Maret, April, Mei, dan Juni. Dengan demikian, total data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 36 data.



Tabel 1. Operasionalisasi

Variabel	Indikator
Pendapatan <i>Super Chat</i> (Y). <i>Super Chat</i> adalah cara bagi penonton untuk memberikan dukungan keuangan kepada pembuat konten favorit mereka dengan memberikan uang disertai komentar eksklusif (Falaakh & Cahyono, 2023).	Jumlah <i>Super Chat</i> yang didapat oleh saluran Youtube VTuber Kobo Kanaeru setiap bulannya, mulai dari bulan Juli 2022 hingga Juni 2023. Dihitung dalam kurs mata uang Rupiah.
Jumlah <i>Subscribers</i> (X1). Subscriber adalah mereka yang menjadi penonton setia dan senantiasa menantikan video terbaru di channel para YouTuber yang ia pilih (Adi, et al., 2019).	Jumlah <i>subscribers</i> pada saluran Youtube VTuber Kobo Kanaeru setiap bulannya, mulai dari bulan Juli 2022 hingga Juni 2023.
Jumlah Penayangan (X2). Tayangan menurut bahasa adalah sesuatu yang ditayangkan (dipertunjukkan), pertunjukan (film, dan sebagainya) persembahan (Depdiknas, 2016).	Jumlah penayangan pada saluran Youtube VTuber Kobo Kanaeru setiap bulannya, mulai dari bulan Juli 2022 hingga Juni 2023.

Sumber: Rangkuman teori, 2023

### Metode Analisis

Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel dalam model. Analisis data menggunakan metode SEM-PLS (*sequential equation model - partial least square*). Alasan penggunaan metode ini karena jumlah sampel yang dibutuhkan dalam analisis relatif kecil dan analisis Smart PLS tidak harus memiliki distribusi normal (Mulyanto & Wulandari, 2010). Selain itu, pengujian dilakukan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel terikat kepada variabel bebas. Analisis pengaruh tersebut membentuk jalur dari variabel terikat ke variabel bebas, yang disebut sebagai *path analysis* dalam pengujian SEM-PLS. Pengolahan data menggunakan Smart PLS versi 4.0.

Pengujian model luar seperti Cronbach alpha, VIF, dan nilai *outer loading* tidak ditampilkan karena variabel hanya menggunakan satu indikator, sehingga sudah pasti nilainya adalah 1 dan memenuhi semua kriteria minimum uji model luar. Pengujian model struktural menggunakan koefisien determinasi. Nilai R-Square yang kuat melebihi 0,67 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Nilai R-Square mulai dari 0,33 hingga 0,67, menunjukkan tingkat pengaruh yang sedang. Selain itu, nilai R-Square yang lemah berada di antara kurang dari 0,19 dan 0,33, menunjukkan dampak yang relatif kecil (Mulyanto & Wulandari, 2010).



Signifikansi pengaruh jalur dalam model menggunakan standar estimasi dengan standar *P value* kurang atau sama dengan 0,1 dengan tingkat *error* 10% dan nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel (Ghozali & Latan, 2015). Dalam penelitian ini, *t* tabel sebesar 1,37 dengan uji satu sisi (*one tailed*) dan *df* (*degree of freedom*) sebesar 11.

## Hasil dan Pembahasan

### Analisis Deskriptif

Tabel 2 menunjukkan hasil analisis deskriptif, yaitu sebagai berikut:

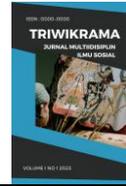
Tabel 2. Analisis Deskriptif

Variabel	Mean	Median	Minimum	Maksimum	Std Dev
<b>Jumlah <i>Subscribers</i></b>	1.666.083,333	1780.000	883.000	2.070.000	331.886,642
<b>Jumlah Penayangan</b>	66.214.870,42	69.667.623	23.378.323	100.534.330	22.423.236,6
<b>Pendapatan <i>Super Chat</i></b>	714.367.534,2	793.158.950	244.741.730	1.068.697.574	251.799.058

Variabel “Jumlah *Subscribers*” menggambarkan jumlah pelanggan dari saluran YouTube Kobo Kanaeru, yang mengacu pada jumlah pengguna yang berlangganan dan mengikuti saluran tersebut. Rata-rata jumlah *subscribers* adalah 1.666.083,33 dengan nilai median 1.780.000. Standar deviasi yang relatif tinggi yaitu 331.886,642 menunjukkan variansi yang cukup besar dalam jumlah *subscribers* antara saluran-saluran yang ada dalam sampel.

Variabel “Jumlah Penayangan” menggambarkan total tampilan video (*views*) dari suatu saluran YouTube Kobo Kanaeru. Rata-rata jumlah penayangan adalah sekitar 66.214.870,42 dengan nilai median sekitar 69.667.623. Standar deviasi yang cukup tinggi yaitu 22.423.236,6 menunjukkan variansi yang signifikan dalam jumlah penayangan antara saluran-saluran dalam sampel.

Variabel “Pendapatan *Super Chat*” menggambarkan total pendapatan yang diterima dari *Super Chat*, yang merupakan dukungan finansial dari penonton selama siaran langsung atau livestreaming. Rata-rata pendapatan Super Chat bulan Juli 2022 hingga Juni 2023 adalah sekitar 714.367.534,2 dengan nilai median sekitar 793.158.950. Standar deviasi yang relatif



tinggi 251.799.058 menunjukkan variansi yang signifikan dalam pendapatan *Super Chat* antara saluran-saluran dalam sampel.

**Analisis**

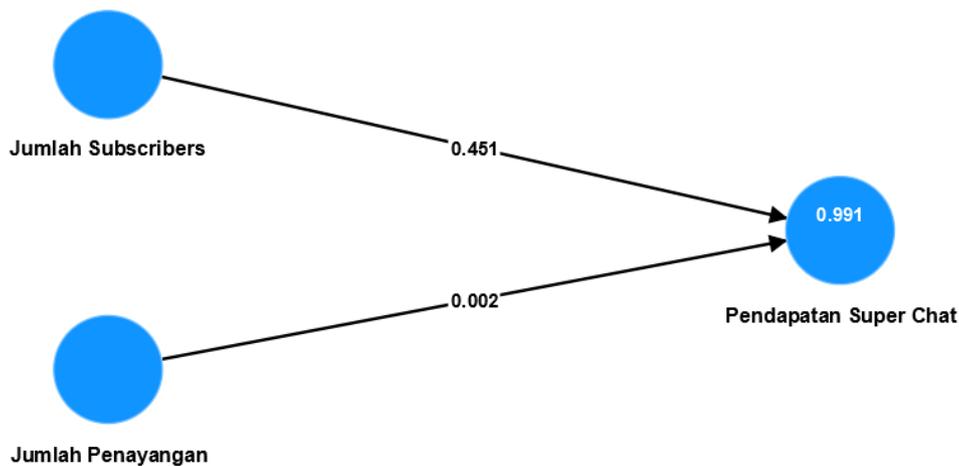
Tabel 3 menunjukkan hasil analisis R square (uji model), yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. R Square

Endogenous Variabel	R Square	Kategori
<b>R<sup>2</sup></b>		
Jumlah <i>Super Chat</i>	0,991	Kuat

Sumber: Data olahan penulis, 2023

Variabel Jumlah *Super Chat* mendapat hasil R Square sebesar 0,991, maka variabel ini memiliki hubungan yang kuat. Maka variabel Jumlah *Subscribers* dan Jumlah Penayangan memiliki korelasi terhadap Jumlah *Super Chat* sebanyak 99,1%. Sisa 0,09% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.



Sumber: Data olahan penulis, 2023

Gambar 3. Hasil Analisis

Gambar 3 menunjukkan estimasi keterkaitan antar variabel. Tabel 4 menunjukkan alur pengaruh antar variabel dalam model.

Tabel 4. Hasil Penghitungan *Inner Model*

Variabel	Original sample	Arah	T statistics	P values	Keterangan
Jumlah <i>Subscribers</i> → Jumlah <i>Super Chat</i>	0,04	Positif	0,123	0,451	Tidak Signifikan



---

<b>Jumlah Penayangan</b> → <b>Jumlah <i>Super Chat</i></b>	0,956	Positif	2,924	0,002	Signifikan
--	-------	---------	-------	-------	------------

---

*Sumber: Data penelitian yang diolah, 2023*

Berdasarkan hasil pada Tabel 4, dapat dijelaskan penjabarannya sebagai berikut:

1. Hubungan antara Jumlah *Subscribers* terhadap Jumlah *Super Chat* ditunjukkan oleh *Original Sample* sebesar 0,04. Angka yang positif mengartikan bahwa terdapat arah hubungan yang positif. Kemudian, *P value* sebesar 0,451, lebih besar dari 0,1 ( $0,451 > 0,1$ ). Artinya, hubungan pada kedua variabel tersebut tidak signifikan. Walaupun arahnya positif, namun hubungan antara Jumlah *Subscribers* terhadap Jumlah *Super Chat* tidak signifikan. Dengan kata lain, Jumlah *Subscribers* tidak berpengaruh terhadap Jumlah *Super Chat*. Berdasarkan hasil ini, maka Hipotesis 1 atau H1 ditolak.
2. Hubungan antara Jumlah Penayangan terhadap Jumlah *Super Chat* ditunjukkan oleh *Original Sample* sebesar 0,956. Angka yang positif mengartikan bahwa terdapat arah hubungan yang positif. Kemudian, *P value* sebesar 0,002, lebih kecil dari 0,1 ( $0,002 < 0,1$ ). Artinya, Jumlah Penayangan berpengaruh secara positif signifikan terhadap Jumlah *Super Chat*. Berdasarkan hasil ini, maka Hipotesis 2 atau H2 diterima.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Jumlah *Subscribers* terhadap Jumlah *Super Chat***

Berdasarkan hasil penelitian, Jumlah *Subscribers* tidak berpengaruh signifikan terhadap Jumlah *Super Chat*. Pada kasus Kobo Kanaeru yang memiliki 2.070.000 *subscribers* pada Juni 2023, banyak orang bisa berlangganan saluran hanya karena tertarik dengan konten tertentu, namun tidak secara aktif terlibat dalam memberikan donasi atau *Super Chat* kepada saluran tersebut. Selain itu, saluran Kobo Kanaeru juga menawarkan konten berbayar atau *membership* yang memberikan akses eksklusif kepada penggemar tertentu. Hal ini dapat menyebabkan sebagian orang lebih memilih berlangganan *membership* daripada memberikan *Super Chat*, meskipun mereka menyukai konten yang ditawarkan. Selain itu, platform Sociabuzz yang dimiliki oleh Kobo Kanaeru dapat menjadi faktor yang mempengaruhi preferensi penonton dari Indonesia dalam memberikan dukungan finansial. Mungkin *subscribers* dari Kobo Kanaeru lebih banyak menggunakan Sociabuzz atau platform sejenis untuk melakukan donasi dibandingkan *Super Chat*.

Hasil ini mendukung temuan pada Harvard Business Review (Shapiro, et al., 1987), bahwa banyaknya pelanggan belum tentu memberikan pendapatan yang tinggi terhadap



perusahaan. Banyaknya pelanggan tidak selalu berkorelasi langsung dengan tingginya pendapatan. Selain itu, hasil penelitian didukung dengan data *Super Chat* anggota Hololive Indonesia pada generasi yang sama dengan Kobo Kanaeru, yaitu Vestia Zeta dan Kaela Kovalskia. Vestia Zeta dengan *subscribers* sebanyak 784 ribu mendapatkan pendapatan *Super Chat* sebanyak Rp 1.914.595.003, sedangkan Kaela Kovalskia dengan *subscribers* sebanyak 645 ribu mendapatkan pendapatan *Super Chat* sebanyak Rp 3.694.390.503. Kobo Kanaeru jelas memiliki *subscribers* yang lebih banyak dari Vestia Zeta dan Kaela Kovalskia, namun tidak dengan pendapatan *Super Chat*-nya. Data tersebut mendukung bahwa banyaknya *subscribers* tidak berpengaruh terhadap pendapatan *Super Chat*.

Kobo Kanaeru dan VTuber secara umum sebaiknya fokus pada produksi konten yang menarik dan berkualitas tinggi. Pastikan konten tersebut sesuai dengan minat dan kebutuhan target audiens sehingga mereka merasa terpenggil untuk memberikan dukungan melalui *Super Chat*. Selain itu, membangun saluran YouTube yang sukses membutuhkan konsistensi dan kesabaran. Sebaiknya Kobo Kanaeru dan VTuber secara umum terus mengembangkan konten dengan sabar, meningkatkan kualitasnya, serta tetap berkomunikasi dengan penggemar. Dengan upaya yang konsisten, kesetiaan penggemar dan dukungan finansial kemungkinan akan meningkat seiring waktu.

### **Pengaruh Jumlah Penayangan terhadap Jumlah *Super Chat***

Berdasarkan hasil penelitian, Jumlah Penayangan berpengaruh positif signifikan terhadap Jumlah *Super Chat*. Pada kasus Kobo Kanaeru yang memiliki 100.534.330 jumlah penayangan pada Juni 2023, dengan semakin banyaknya jumlah penayangan, semakin besar kemungkinan bahwa konten Kobo Kanaeru menarik minat banyak penonton. Penonton yang aktif terlibat dan tertarik dengan video akan lebih cenderung memberikan dukungan melalui *Super Chat* sebagai cara untuk mengekspresikan apresiasi mereka terhadap konten tersebut. Selain itu, jumlah penayangan mencerminkan ukuran audiens yang mencapai konten Kobo Kanaeru. Semakin besar ukuran audiens, semakin besar potensi ada penonton yang ingin berkontribusi melalui *Super Chat*. Sehingga, semakin banyak penayangan, semakin banyak peluang untuk menerima *Super Chat* dari berbagai penonton.

Hasil ini mendukung temuan Rina (2014), bahwa ketika konsumen melihat tayangan secara berulang-ulang, produk tersebut menjadi lebih akrab dan muncul dalam pikiran mereka ketika mereka memikirkan kategori produk yang relevan. Dengan kata lain, jika sebuah saluran



VTuber memiliki banyak penayangan, artinya saluran tersebut menarik banyak perhatian dan mendapatkan eksposur yang lebih luas. Jumlah penayangan yang tinggi dapat meningkatkan peluang VTuber untuk menerima *Super Chat* dari penonton yang menikmati kontennya.

Kobo Kanaeru dan VTuber secara umum sebaiknya berinteraksi secara aktif dengan penonton di komentar, pesan, atau selama sesi *live streaming*. Menunjukkan perhatian dan apresiasi kepada penonton akan membantu membangun hubungan yang lebih erat, meningkatkan kesetiaan penggemar, membuat jumlah penayangan bertambah, dan mendorong lebih banyak dukungan melalui *Super Chat*. Selain itu, Kobo Kanaeru dan VTuber secara umum dapat terus beradaptasi dengan perubahan tren dan preferensi penonton. Tidak perlu ragu untuk mencoba konten baru dan mencari cara-cara kreatif untuk menjaga minat penonton tetap tinggi, sehingga menaikkan penayangan dan berdampak pada naiknya pendapatan *Super Chat*. Selain itu, mengadakan *livestream* dengan penonton dan menggunakan bahasa internasional yaitu bahasa Inggris dapat meningkatkan peluang untuk mendapatkan *Super Chat* dari penonton yang berbicara bahasa Inggris atau yang memahami bahasa tersebut. Hal tersebut karena penggunaan bahasa Inggris dapat menjangkau audiens yang lebih luas di seluruh dunia, termasuk orang-orang yang tidak berbicara bahasa asli saluran tersebut.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, Jumlah *Subscribers* tidak berpengaruh signifikan terhadap Jumlah *Super Chat* pada *virtual youtuber* Kobo Kanaeru. Sedangkan Jumlah Penayangan berpengaruh positif signifikan terhadap Jumlah *Super Chat* pada *virtual youtuber* Kobo Kanaeru.

Kobo Kanaeru dan VTuber secara umum sebaiknya fokus pada konten menarik dan berkualitas, sesuai dengan minat dan kebutuhan target audiens, agar mendapatkan dukungan melalui *Super Chat*. Konsistensi, kesabaran, dan upaya terus meningkatkan kualitas konten serta berkomunikasi dengan penggemar akan memperkuat kesetiaan penggemar dan dukungan finansial. Interaksi aktif dengan penonton di komentar, pesan, atau *live streaming* juga penting untuk membangun hubungan yang erat dan meningkatkan kesetiaan penggemar, penayangan, dan *Super Chat*. Beradaptasi dengan perubahan tren dan mencoba konten baru juga membantu menjaga minat penonton tinggi dan meningkatkan pendapatan *Super Chat*. Selain itu, mengadakan *live* dengan bahasa Inggris dapat meningkatkan peluang mendapatkan dukungan



dari penonton internasional yang memahami bahasa tersebut. Penggunaan bahasa Inggris memungkinkan saluran menjangkau audiens yang lebih luas di seluruh dunia.

Saran untuk peneliti lain yaitu agar mengadakan penelitian lebih lanjut yang dapat mengeksplorasi pengaruh jenis konten tertentu terhadap jumlah *Super Chat* yang diterima. Misalnya, apakah jenis konten tertentu lebih mendorong penonton untuk memberikan *Super Chat* atau tidak. Analisis perilaku penonton juga dapat dilakukan dengan melihat perilaku penonton lebih dalam, seperti waktu interaksi dengan video dan interaksi selama live streaming, dapat memberikan wawasan tambahan tentang pola *Super Chat* yang terjadi. Selain Jumlah Penayangan, ada kemungkinan bahwa faktor lain dapat mempengaruhi jumlah *Super Chat* yang diterima. Penelitian lebih lanjut dapat mencakup variabel lain seperti durasi video, jenis konten, atau geografi audiens untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap.

## Referensi

Adhary, A. F., Siregar, F. M., Abid, M. R. & Safitri, D., 2021. Youtuber sebagai Perubahan Minat Profesi Kaum Milenial di Era Postmodern. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 4(2), pp. 121-130.

Adi, A. N., Suminar, J. R. & Sjafirah, N. A., 2019. Makna Subscriber Bagi Youtuber Kota Bandung. *COMMUNICATION*, 10(2), pp. 142-156.

Ahmad, N. et al., 2022. Pengaruh Kecepatan Menonton Youtube dan Sikap Terhadap Minat Untuk Menjadi Youtuber. *Online Journal for Tvet Practitioners*, 7(1), p. 95–101.

Cahyono, A. S., 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), pp. 140-157.

Depdiknas, 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Falaakh, M. F. & Cahyono, S. P., 2023. Attitude Appraisal Of Virtual Youtuber Viewers Interaction In The Super Chat : An Sfl Perspective. *Unclle*, 3(1).

Ghozali & Latan, H., 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan. Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: BP Undip.

Ginting, S. T., 2020. Pengaruh Kualitas Pesan, Daya Tarik Iklan dan Frekuensi Penayangan Terhadap Efektivitas iklan media Televisi Pada Produk Sepeda Motor Merek Honda. *Intelektiva*, 1(10), pp. 24-39.

Gwillim-Thomas, P., Mechademia & Press, U. o. M., 2023. The Actualizing Platform: 2.5 Dimensions in the VTuber Media Ecology. *Mechademia*, 15(2), pp. 49-69.

Husaini, H. & Fadhlani, A., 2017. Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar Medan. *Jurnal Visioner dan Strategis*, 6(2), pp. 111-126.



Kolonio, J. & Soepeno, D., 2019. Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada Cv. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA*, 7(1), pp. 831-840.

Liman, M. R., 2023. Pengaruh Hololive Indonesia dalam Memperkenalkan Bahasa Indonesia Kepada Penonton Internasional. *Atmosfer: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Budaya, dan Sosial Humaniora*, 1(2), pp. 75-88.

Liudmila, B., 2020. Designing identity in VTuber Era. *ConVRgence (VRIC) Virtual Reality International Conference Proceedings*.

Mamat, R., Rashid, R. A., Pae, R. & Ahmad, N., 2022. VTubers and anime culture: A case study of Japanese learners in two public universities in Malaysia. *International Journal of Health Sciences*, 6(2), pp. 11959-11974.

Mulyanto, H. & Wulandari, A., 2010. *Penelitian: Metode & Analisis*. Semarang: CV Agung.

Naeruz, M., 2018. Analisis Pengaruh Jumlah Pelanggan, Tarif dan Promosi terhadap Pendapatan Industri Telekomunikasi (PT. Indosat Ooredoo, PT. Telkomsel, PT.XL Axiata) Di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 3(2), pp. 87-102.

Playboard, 2023. *Kobo Kanaeru Ch. hololive-ID Superchat*. [Online] Available at: <https://playboard.co/en/channel/UCjLEmnpCNeisMxy134KPwWw/superchat> [Accessed 2 8 2023].

Rina, S. N., 2014. Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Intensi Pembelian Happy Call Lejel Home Shopping. *Jurnal Kompetitif*, 3(2), pp. 1-19.

Setiawan, W., 2017. Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan*, pp. 1-9.

Shapiro, B. P., Rangan, V. K., Moriarty, R. T. & Ross, a. E. B., 1987. Manage Customers for Profits (Not Just Sales). *Harvard Business Review*.

SocialBlade, 2023. *Kobo Kanaeru Ch. hololive-ID (SocialBlade)*. [Online] Available at: <https://socialblade.com/youtube/channel/UCjLEmnpCNeisMxy134KPwWw/monthly> [Accessed 2 8 2023].

Tinambunan, T. M. & Siahaan, C., 2022. Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar. *MUTAKALLIMIN Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), pp. 14-21.

Zhao, Z., 2022. The Live Commerce of VTuber. *ICHESS*, Volume 720, p. 324–331.