

214/S/PM-KCRB/PK.03/08/30/Juni/2025

**ANALISIS KONTEN *SHORT VIDEO* DAN *LIVE STREAMING VTUBER*
PADA KANAL *YOUTUBE* “AYANO WORLD” TERHADAP
ENGAGEMENT PENONTON DI APLIKASI *YOUTUBE***



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan pada
Program Studi Pendidikan Multimedia

Oleh:
Fauzan NurHammam
2006244

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA
KAMPUS UPI DI CIBIRU
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

LEMBAR HAK CIPTA

ANALISIS KONTEN *SHORT VIDEO* DAN *LIVE STREAMING VTUBER* PADA KANAL *YOUTUBE* “AYANO WORLD” TERHADAP *ENGAGEMENT* PENONTON DI APLIKASI *YOUTUBE*

Oleh
Fauzan NurHammam

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan pada program studi Pendidikan Multimedia

© Fauzan NurHammam 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

FAUZAN NURHAMMAM

**ANALISIS KONTEN *SHORT VIDEO* DAN *LIVE STREAMING VTUBER* PADA
KANAL *YOUTUBE* "AYANO WORLD" TERHADAP *ENGAGEMENT* PENONTON
DI APLIKASI *YOUTUBE***

Disetujui dan disahkan oleh Pembimbing,

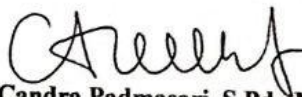
Pembimbing I,



Intan Permata Sari, S.ST., M.Ds.

NIP:920171219900606201

Pembimbing II,

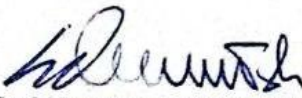


Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.

NIP: 920171219870811201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia



Nurhidayatulloh, S.Pd., M.T.

NIP:920230219890404101

ANALISIS KONTEN *SHORT VIDEO* DAN *LIVE STREAMING VTUBER* PADA KANAL *YOUTUBE* “AYANO WORLD” TERHADAP *ENGAGEMENT* PENONTON DI APLIKASI *YOUTUBE*

Fauzan NurHammam

2006244

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji konten *short video*/ video pendek dan *live streaming* pada kanal *YouTube* “Ayano World” yang menampilkan karakter *virtual youtuber (VTuber)*, sebuah fenomena baru dalam industri konten digital yang memanfaatkan *avatar* animasi untuk berinteraksi dengan audiens secara virtual. Kanal ini dipilih karena konsistensinya dalam memproduksi konten pendek dengan gaya visual dan komunikasi yang menarik. Serta didukung dengan jumlah *subscriber* sebanyak 32.000 lebih, serta dengan jenis-jenis konten yang ditawarkan cukup banyak dan mempunyai variasi yang menarik. Membuat kanal ini berkemungkinan besar untuk mendapatkan *engagement rate* tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat *engagement* penonton terhadap kanal “Ayano World” dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi naik serta turunnya *engagement rate* yang ada pada *short video*/video pendek dan *livesreaming/ broadcasting*. Metode yang digunakan adalah metode campuran (*mix method*), dengan pendekatan kualitatif melalui analisis isi untuk mengkaji aspek visual, tema naratif, serta bentuk interaksi dalam video, metode penelitian kualitatif mengambil dari seorang tokoh besar yang mengembangkan teori tersebut yang bernama Krippendorff. Sementara itu, data kuantitatif diperoleh melalui aplikasi *YouTube studio* yang memiliki akses kepada fitur yang bernama *YouTube Analytics* dan perhitungan *engagement rate* berdasarkan metrik jumlah *like*, komentar, dan *share* dari 30 video pendek dan 4 sesi *live streaming* yang diunggah mulai dari 18 April hingga 22 Mei 2025. Yang dimana dari 34 video tersebut akan diurutkan dengan urutan yang memiliki *engagement* tinggi ataupun rendah. Serta menggunakan teknik wawancara (*in depth interview*) agar mendapatkan hasil secara menyeluruh dari bagaimana Ayano meriset hingga mendistribusikan video yang dia buat kepada penonton.

Kata kunci : *VTuber, YouTube, short video, live streaming, engagement rate, analisis isi, anime theory, Ayano World*

ANALYSIS OF SHORT VIDEO CONTENT AND LIVE STREAMING VTUBERS ON THE "AYANO WORLD" YOUTUBE CHANNEL ON VIEWER ENGAGEMENT ON THE YOUTUBE APPLICATION

Fauzan NurHammam

2006244

ABSTRACT

This study examines the content of short videos/short videos and live streaming on the YouTube channel "Ayano World" which features virtual youtuber (VTuber) characters, a new phenomenon in the digital content industry that utilizes animated avatars to interact with audiences virtually. This channel was chosen because of its consistency in producing short content with an interesting visual and communication style. And supported by the number of subscribers of more than 32,000, as well as the types of content offered are quite numerous and have interesting variations. Making this channel likely to get a high engagement rate. This study aims to determine the level of audience engagement on the "Ayano World" channel and identify the factors that influence the ups and downs of engagement rates in short videos and live streaming/broadcasting. The method used is a mixed method, with a qualitative approach through content analysis to examine visual aspects, narrative themes, and forms of interaction in videos, qualitative research methods take from a major figure who developed the theory named Krippendorff. Meanwhile, quantitative data was obtained through the YouTube studio application which has access to a feature called YouTube Analytics and engagement rate calculations based on the metrics of the number of likes, comments, and shares from 30 short videos and 4 live streaming sessions uploaded from April 18 to May 22, 2025. Of the 34 videos, they will be sorted in order of having high or low engagement. As well as using interview techniques (in-depth interviews) to get comprehensive results from how Ayano researches to distributes the videos she makes to viewers.

Keywords: VTuber, YouTube, short video, live streaming, engagement rate, content analysis, anime theory, Ayano World

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	8
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR SINGKATAN	9
BAB I PENDAHULUAN.....	9
1.1. Latar Belakang Masalah	9
1.2. Rumusan masalah	12
1.3. Tujuan penelitian	12
1.4. Manfaat penelitian	12
1.5. Batasan masalah	12
1.6. Ruang Lingkup Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Media sosial.....	15
2.2 Youtube sebagai platform media digital.....	16
2.2.1. Sejarah dan perkembangan YouTube.....	16
2.2.3. Algoritma rekomendasi dan dampaknya terhadap visibilitas konten	18
2.3 Youtube Studio	19
2.4 Virtual youtuber.....	20
2.4.1. Pengertian dan sejarah kemunculan VTuber.....	20
2.4.2. Karakteristik VTuber: penggunaan avatar virtual, live streaming, interaksi real-time	21
2.4.3. Tren VTuber di Indonesia dan global.....	25
2.4.4. Peran VTuber dalam industri hiburan digital.....	26
2.5. Konten Video Digital.....	27
2.5.1. Jenis-jenis konten YouTube: edukasi, hiburan, vlog, gaming, musik, dll.....	28
2.5.2. Elemen-elemen dalam konten video.....	31
2.5.3. Teori narasi dan storytelling dalam konten video	34
2.6. Engagement Penonton di Media Sosial	36
2.6.1. Pengertian engagement: like, view, comment, share, dan watch time	36

2.6.2. Faktor-faktor yang memengaruhi engagement.....	36
2.7. Analisis Isi (Content Analysis).....	36
2.7.1. Pengertian dan tujuan analisis isi.....	36
2.7.2. Langkah-langkah analisis isi: kategorisasi tema, unit analisis, koding data.....	37
2.8 Konten analisis (Krippendorff)	38
2.9 Penelitian terdahulu	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Desain Penelitian	42
3.2 Objek Penelitian	42
3.3 Metode Kualitatif.....	43
3.4 Metode Kuantitatif.....	44
3.5. Unit of Analysis.....	45
3.6. Unit Pengukuran	45
3.7 Waktu dan Lokasi penelitian	45
3.8 Rumusan Engagement rate Liikkanen (ER)	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil penelitian	49
4.1.2 Profil responden.....	50
4.1.3. Analisa Kontens Ayano World.....	52
4.1.3.a. Analisis Kualitatif Konten Short Video (Coding)	54
4.1.3.b. Analisis Kualitatif konten live streaming (coding).....	57
4.1.3.c. Analisis Kualitatif Konten Short Video berdasarkan hasil Studio Video.....	70
4.2 Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. KESIMPULAN.....	77
B. SARAN.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 2.1 Contoh halaman depan Youtube studio</u>	11
<u>Gambar 2.2 Contoh tampilan avatar dari virtual youtuber "Petra Petrikor".....</u>	13
<u>Gambar 2.3 Contoh overlay untuk segment freetalk dari virtual youtuber"77'rOOms"</u>	14
<u>Gambar 2.4 Contoh penggunaan Vroid studio</u>	15
<u>Gambar 2.5 Konten memasak kari Jepang dari "Cole Calamello".....</u>	20
<u>Gambar 2.6 Streaming game walktrough "XCOM" oleh vtuber "Rakai Pring Ombang"</u>	20
<u>Gambar 2.7 Stream vlog yang dilakukan oleh "Ibam Ishida" ketika acara "Comic Frontier XX"</u>	21
<u>Gambar 2.8 Podcast yang dilakukan oleh kanal Youtube "Cleansound Studio" dengan bintang tamu Harris Caine dari agensi "AKA Virtual"</u>	22
<u>Gambar 2.9 Streaming segmen karaoke yang dilakukan oleh virtual youtuber "Kaho Cosmo"</u>	23
<u>Gambar 2.9.1 Gameplay footage "Death Stranding" dari kanal Youtube "REsiloreID"</u>	24
<u>Gambar 2.9.2 Contoh penggunaan teks subtitle pada video komedi "Key & Peele"</u>	25
<u>Gambar 4.1 Halaman depan dari kanal Youtube "Ayano World".....</u>	42
<u>Gambar 4.2 Beberapa konten-konten yang dibawakan oleh Ayano.....</u>	44
<u>Gambar 4.3 Grafik korelasi antara view dan engagement.....</u>	53
<u>Gambar 4.4 Grafik korelasi durasi video dan engagement rate.....</u>	55
<u>Gambar 4.5 Grafik analisis berdasarkan tanggal rilis.....</u>	58
<u>Gambar 4.6 Grafik korelasi engagement rate dan like/comment</u>	59
<u>Gambar 4.7 Thumbnail yang digunakan pada short video "Ayano World"</u>	61
<u>Gambar 4.8 Grafik analisis konten keseluruhan dari "Ayano World"</u>	62
<u>Gambar 4.9 Grafik konten video pendek "Ayano World"</u>	63
<u>Gambar 4.9.1 Grafik jumlah penonton dari "Ayano World" per 18 April-22 Mei 2025</u>	64
<u>Gambar 4.9.2 Grafik broadcasting dari "Ayano World"</u>	65

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 4.1.3.a Analisis kualitatif konten short video (coding).....</u>	<u>46</u>
<u>Tabel 4.1.3.b Analisis kualitatif konten live streaming (coding).....</u>	<u>49</u>

DAFTAR PUSTAKA

Sadiq, Z. A. (2022). *ANALISIS MEDIA SIBER PADA SIARAN LANSUNG VIRTUAL YOUTUBER AYUNDA RISU* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).
<http://repository.unmuhjember.ac.id/13460/1/Pendahuluan.pdf>

Zhou, X. (2020). Virtual Youtuber Kizuna AI: co-creating human-non-human interaction and celebrity-audience relationship.
<https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=9009369&fileId=9009370>

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://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/4758>

Ridwan, M. M., Muhammad, A., Jamaluddin, N., Enrekang, U. M., & Enrekang, K. Maktabatun: Jurnal Perpustakaan. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*.

Reynata, A. V. E. (2022). Penerapan youtube sebagai media baru dalam komunikasi massa. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(02).
<https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/download/514/254>

Widodo, A. O., Septiadi, F., & Rakhmawati, N. A. (2023). Analisis Tren Konten Pada Vtuber Indonesia Menggunakan Latent Dirichlet Allocation. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Elektronik*, 6(1), 56-63.
<http://www.e-journal.stmiklombok.ac.id/index.php/jire/article/download/718/255>

Seimahuira, S. (2022). Analisa Pola Pengguna Youtube Tranding Menggunakan Algoritma Partitioning Around Medoids (PAM) dan FP-Growth. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 2(1), 59-66.
<https://www.jurnal-id.com/index.php/jupin/article/download/38/35>

Kartini, K., Gultom, N., Sari, N., & Annisa, A. N. (2023). Penelitian Sejarah Sosial Media. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(3), 1001-1005.
<https://journal.laaroiba.com/index.php/dawatuna/article/download/3024/2082>

Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055>

Faiqah, Fatty. Nadjib, Muhammad. Amir, Andi Aubhan (2016). Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas Makassar vidgram. *Jurnal komunikasi KAREBA*, Vol. 5 No. 2 Desember 2016.
<https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/download/1905/1063/3324>

Warid Sitompul, Waldan. Masitoh, Siti. Tanjung Pardiani, Siti. Kartini.
Penelitian tentang *Youtube*. MAKTABATUN jurnal perpustakaan dan informasi. ISSN:2797-2275 (Online).

<https://ummaspul.e-journal.id/RMH/article/download/4439/1797/>

Tri Andini, Amelia. Yadfizham. Analisis algoritma pemrograman dalam media sosial terhadap pola konsumsi konten. Jurnal Arjuna: Publikasi ilmu pendidikan bahasa dan matematika. Vol. 2 No. 1 tahun 2024. E-ISSN: 3021-8136,
P- ISSN; 3021-8144.

<https://journal.aripi.or.id/index.php/Arjuna/article/download/526/542/2535>

Ismail Suardi Wekke, dkk (2019) . Metode Penelitian Sosial ISBN: 978-623-92088-4-4

[https://www.researchgate.net/profile/Ismail-](https://www.researchgate.net/profile/Ismail-Wekke/publication/344211045_Metode_Penelitian_Sosial/links/5f5c132ea6fdcc11640bd740/Metode-Penelitian-Sosial.pdf#page=42)

[Wekke/publication/344211045 Metode Penelitian Sosial/links/5f5c132ea6fdcc11640bd740/Metode-Penelitian-Sosial.pdf#page=42](https://www.researchgate.net/profile/Ismail-Wekke/publication/344211045_Metode_Penelitian_Sosial/links/5f5c132ea6fdcc11640bd740/Metode-Penelitian-Sosial.pdf#page=42)

Rintulebda Anggung Kaloka. Pemanfaatan *YouTube* sebagai *community engagement* kegiatan masyarakat skala mikro. Interaksi: Jurnal ilmu komunikasi
Vol.12 No.2 tahun 2023. ISSN: 2310-6051 (Print), ISSN: 2548-4907 (Online)

https://www.researchgate.net/publication/376529436_PEMANFAATAN_YOUTUBE_SEBAGAI_COMMUNITY_ENGAGEMENT_KEGIATAN_HUBUNGAN_MASYARAKAT_SKALA_MIKRO

Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S. R. I., Honesti, L., Wahyuni, S. R. I., Mouw, E., ... & Ambarwati, K. (2022). Metodologi penelitian kualitatif. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin (Issue March)*. Surabaya: PT. Pustaka Pelajar. <https://scholar.google.com/citations>.

[https://www.researchgate.net/profile/Anita-](https://www.researchgate.net/profile/Anita-Maharani/publication/359652702_Metodologi_Penelitian_Kualitatif/links/6246f08b21077329f2e8330b/Metodologi-Penelitian-Kualitatif.pdf?cf_chl_tk=H5IasThf_IvXBGZxMh2a5M8aKVdPj1qGFUXqamecalwk-1744217929-1.0.1.1-mlUs0P4aVAUHTkhGIRDpQlZq3pyZbAY1H.ihx3lTU08)

[Maharani/publication/359652702 Metodologi Penelitian Kualitatif/links/6246f08b21077329f2e8330b/Metodologi-Penelitian-](https://www.researchgate.net/profile/Anita-Maharani/publication/359652702_Metodologi_Penelitian_Kualitatif/links/6246f08b21077329f2e8330b/Metodologi-Penelitian-Kualitatif.pdf?cf_chl_tk=H5IasThf_IvXBGZxMh2a5M8aKVdPj1qGFUXqamecalwk-1744217929-1.0.1.1-mlUs0P4aVAUHTkhGIRDpQlZq3pyZbAY1H.ihx3lTU08)

[Kualitatif.pdf? cf_chl_tk=H5IasThf_IvXBGZxMh2a5M8aKVdPj1qGFUXqamecalwk-1744217929-1.0.1.1-mlUs0P4aVAUHTkhGIRDpQlZq3pyZbAY1H.ihx3lTU08](https://www.researchgate.net/profile/Anita-Maharani/publication/359652702_Metodologi_Penelitian_Kualitatif/links/6246f08b21077329f2e8330b/Metodologi-Penelitian-Kualitatif.pdf?cf_chl_tk=H5IasThf_IvXBGZxMh2a5M8aKVdPj1qGFUXqamecalwk-1744217929-1.0.1.1-mlUs0P4aVAUHTkhGIRDpQlZq3pyZbAY1H.ihx3lTU08)

Septi, R., Nugroho, A. A., & Saputra, B. A. (2022). Pengembangan video pembelajaran digital untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis. *Jurnal Kualita Pendidikan*, 3(2), 81-86.

<http://journal.kualitama.com/index.php/jkp/article/view/249>

Balaka, M. Y. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif.

<https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/464453-metodologi-penelitian-kuantitatif-10d6b58a.pdf>

Saputra, D. I. S., & Setyawan, I. (2021). Virtual YouTuber (VTuber) sebagai konten media pembelajaran online. *Prosiding sisfotek*, 5(1), 14-20.
<https://seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK/article/download/251/221>

Al Ishar, M. H., & Juwita, R. (2024). Analisis Personal Branding Anya Melfissa Sebagai Vtuber Indonesia di Media Sosial. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 724-736.
https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:xw2UZIrG0AQJ:scholar.google.com/+fenomena+vtuber+di+indonesia&hl=en&as_sdt=0,5

Putra, A. K. (2023). Analisis Komunikasi Virtual Youtuber Dalam Kacamata Baudrillardian. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 1-13.
https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:FRlEfYKYUTAJ:scholar.google.com/+FENOMENA+VIRTUAL+YOUTUBER+SEBAGAI+ENTERTAINER+DI+ERA+MODERN:+KAJIAN+BUDAYA+POPULER&hl=en&as_sdt=0,5

Hoiles, W., Aprem, A., & Krishnamurthy, V. (2016). Engagement dynamics and sensitivity analysis of YouTube videos. *arXiv preprint arXiv:1611.00687*.
<https://arxiv.org/pdf/1611.00687>

Abdillah, R., Adkha, I., Agustin, D. P., & Alam, N. (2025). Sosialisasi Penerapan Algoritma Media Sosial Youtube untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 120-130.
<https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/Karunia/article/view/3075>

Drajat, H., & Purnama, H. (2020). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN DIGITAL STORYTELLING KANAL YOUTUBE “Kok Bisa?” DALAM MENINGKATKAN MINAT BELAJAR. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 6(1), 382-389.
<https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/815>

Kristiyono, A. (2013). Analisis Isi (Content Analysis) pada Buku Teks Mata Pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Kelas VII SMP. *Universitas Negeri Semarang*.

Ahmad, J. (2018). Desain penelitian analisis isi (Content analysis). *Research Gate*, 5(9), 1-20.
https://www.academia.edu/download/81413125/DesainPenelitianContentAnalysis_revisedJurnalAhmad.pdf

Kim, E., Oh, S., & Park, S. (2025). An Empirical Study of User Playback Interactions and Engagement in Mobile Video Viewing. *IEEE Access*.
<https://ieeexplore.ieee.org/document/10982068>

Lee, S., & Lee, J. (2023). “Ju. T’aime” my idol, my streamer: A case study on fandom experience as audiences and creators of VTuber concert. *IEEE Access*, 11, 31125-31142..
<https://ieeexplore.ieee.org/document/10058945>

Febriani, S. N., & Widyatama, R. (2025). Peran Followers dalam Mengawasi Aktivitas Content Creator pada Platform Media Sosial di Era Digital. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(6), 6186-6193.

<https://www.jiip.stkipyapisdampu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/8045>

Haikal, M., Prayogi, B., Ganatha, N. P., Ferdiansyah, M. R., & Rakhmawati, N. A. R. (2024). Analisis Persepsi Masyarakat Dunia Terhadap Virtual Youtuber yang Menawarkan Pengalaman Kekasih. *E-Link: Jurnal Teknik Elektro dan Informatika*, 19(1), 90-98.

<https://journal.umg.ac.id/index.php/e-link/article/view/6746>

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.

https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=nE1aDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=content+analysis+model+krippendorff&ots=y_ceVreR7C&sig=MhOCudhV7huwT0NrEYLvjbaMGTK

Liikkanen, L. A. (2013). *Three Metrics for Measuring User Engagement with Online Media and a YouTube Case Study*

<https://arxiv.org/abs/1312.5547>

Hariadi, A. H., & Budiwaspada, A. E. (2023). PENGARUH SELF-CONGRUITY DAN CELEBRITY ATTACHMENT PENONTON VTUBER TERHADAP CONSUMER ENGAGEMENT DI YOUTUBE. *Ekonomi dan Bisnis: Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, dan Terapan Teori*, 27(2), 72-82.

<https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jeb/article/view/5817>

Muin, M. P. (2023). Metode penelitian kuantitatif.

<http://repository.iainmadura.ac.id/id/eprint/1085>

Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, K., Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., & Lestari, H. (2023). Metodologi penelitian kuantitatif.

<https://repository.unugiri.ac.id:8443/id/eprint/4881/1/Anisa%20Buku%20Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf>

Mappasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). Pengertian penelitian pendekatan kualitatif. *Metode Penelitian Sosial*, 33, 1-10.

https://www.researchgate.net/profile/Ismail-Wekke/publication/344211045_Metode_Penelitian_Sosial/links/5f5c132ea6fdcc11640bd740/Metode-Penelitian-Sosial.pdf#page=42

Adzania, J. I. (2022). *Pandangan Penggemar Budaya Populer Jepang Di Bandung Terhadap Vtuber* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/7763/8/UNIKOM_JASMINE%20INAYA%20ADZANIA_BAB%20II.pdf

Dinda, D., Lazuardi, L., Dimas, Y., Aisy, R., & Rakhmawati, N. A. (2020). ANALISA PERILAKU PEMAIN VIDEO GAME ONLINE MELALUI PENGAMATAN MEDIA

SOSIAL (Studi Kasus: Game Online PUBG). *POSITIF: Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 6(1), 38-46.