

# Fenomena simp Wibu pada Vtuber Dalam Perspektif Teori Uses and Gratifications

Oleh:

Muhammad Rizky Maulana (212022000055)

Dosen Pembimbing :

Ferry Adhi Dharma

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Bulan, 2025



# Pendahuluan

- Dalam dunia hiburan, **kreator memiliki ruang untuk mengekspresikan kepribadian dan kreativitas** mereka melalui berbagai bentuk **konten**. Kebebasan ini menjadi salah satu faktor yang menarik perhatian penonton, terutama dalam **tren VTuber** yang kian berkembang.
- VTuber secara umum memiliki **basis penggemar yang kuat**, terutama di kalangan Wibu. Penonton tertarik untuk menikmati konten yang dihasilkan oleh VTuber, namun di sisi lain muncul **fenomena yang dikenal sebagai 'simp'**. Fenomena ini sering ditemukan di antara **penggemar VTuber**, khususnya dari **komunitas wibu**, dan telah menjadi hal yang cukup umum dalam budaya penggemar.

# Kajian Pustaka

## [ Uses and Gratification oleh Elihu Katz ]

- Teori Uses and Gratifications adalah salah satu teori komunikasi massa yang berfokus pada bagaimana dan mengapa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan audiens tertentu dan terdapat empat kategori utama kebutuhan audiens: pengalihan (**diversion**), hubungan personal (**personal relationship**), identitas personal (**personal identity**), dan kebutuhan informasi (**surveillance**).

## [ Netnografi perspektif Robert Kozinets ]

- Penelitian ini menggunakan pendekatan Netnografi, yaitu adaptasi metode etnografi yang secara khusus dirancang untuk mempelajari fenomena di dunia online. Pendekatan ini pertama kali diperkenalkan oleh Robert Kozinets sebagai metode penelitian yang efektif dalam memahami budaya, komunitas, dan interaksi sosial yang terjadi dalam ruang digital.

# Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

## [ Rumusan Masalah ]

- *Apa alasan kita memahami fenomena "simp" dalam komunitas VTuber, dan bagaimana fenomena ini berkontribusi terhadap perkembangan budaya digital?*
- *Bagaimana pendekatan Netnografi dapat memberikan pemahaman mendalam tentang interaksi sosial dan budaya dalam komunitas VTuber?*
- *Bagaimana para Wibu memenuhi kebutuhan mereka melalui interaksi dengan VTuber idolanya, khususnya dalam aspek pengalihan, hubungan personal, identitas sosial, dan kebutuhan informasi?*

## [ Tujuan Penelitian ]

- Memahami bagaimana kebutuhan psikologis dan sosial Wibu, seperti pengalihan, hubungan personal, identitas sosial, dan informasi, dipenuhi melalui interaksi dengan VTuber idola dan partisipasi di komunitas sebagai ruang aman untuk diterima dan dihargai.
- Penelitian ini juga menganalisis hubungan semu Wibu dengan VTuber idolanya melalui konsumsi konten seperti live streaming dan super chat, serta mengaitkan fenomena ini dengan teori Uses and Gratifications dan tipologi kebutuhan McQuail, Blumler, dan Brown yang memengaruhi motivasi mereka dalam kehidupan sehari-hari.

# Penelitian Terdahulu

## **Gambaran Hubungan Romantis Parasosial Wibu di Indonesia Terhadap Karakter Anime ( Alifiandy & Ardi, 2023)**

- Untuk Hasil dari penelitian ini yakni bahwa penikmat serial anime merasakan kebutuhannya terpenuhi sehingga mereka dapat merasakan kenikmatan dalam peluangan waktu dalam kehidupan sehari-hari.
- Terdapat pengungkapan rasa romansa oleh Wibu terhadap karakter anime sebagai pelarian mereka dari hubungan yang tidak berjalan dengan baik serta bentuk pengalihan dari kesibukan mereka sehari-hari.

## **Keterikatan Parasosial Pemirsa terhadap Youtuber Virtual dan Pengaruhnya terhadap Stres Pemirsa Selama Pandemi COVID-19 ( Yulan, 2022 )**

- Pada penelitian ini memiliki hasil bahwa para individu memiliki ketertarikan terhadap sebuah karakter Vtuber selama masa Pandemi COVID-19 dengan adanya pengaruh stressnya.
- Terdapat narasumber yang merasakan adanya keuntungan dalam menikmati konten Virtual Youtuber dalam meredakan atau menghandle tekanan stressnya selama masa pandemi COVID-19

# Metode Penelitian

## Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis **penelitian kualitatif deskriptif**, yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena sosial secara mendalam. Fokus penelitian ini adalah memahami **fenomena "simp behavior" dalam komunitas VTuber** menggunakan pendekatan **Netnografi**. **Netnografi**, yang dirancang untuk mempelajari fenomena sosial dalam budaya online.

## Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, data yang dikumpulkan mencakup dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui wawancara dengan informan, yang dilakukan secara personal melalui chat atau pesan di media sosial. Informan dipilih berdasarkan kriteria berpartisipasi aktif di komunitas VTuber selama 5 bulan hingga 1 tahun, berusia antara 16 hingga 27 tahun, serta memiliki indikasi "simp" terhadap sosok VTuber. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui observasi partisipatif di komunitas VTuber online, di mana peneliti bergabung dengan komunitas di berbagai platform seperti media sosial, forum diskusi, dan aplikasi streaming untuk memahami dinamika interaksi antar anggota.

## Teori Penelitian

Penelitian ini menggunakan **Teori Uses and Gratifications** oleh Elihu Katz (1974) sebagai landasan utama dalam menganalisis kebutuhan yang dipenuhi oleh Wibu melalui interaksi dengan VTuber idolanya. Teori ini menjelaskan bahwa media digunakan oleh individu untuk memenuhi berbagai kebutuhan sosial dan psikologis.

## Pengumpulan dan Pengolahan Data

- Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Peneliti terlibat langsung dalam diskusi komunitas VTuber untuk memahami fenomena "simp" dengan mengamati interaksi dan berpartisipasi dalam kegiatan komunitas.
- Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan langkah-langkah reduksi data, kategorisasi, dan penafsiran berdasarkan teori **\*\*Uses and Gratifications\*\*** serta **\*\*tipologi McQuail, Blumler, dan Brown\*\***. Data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi disaring untuk fokus pada tema kebutuhan seperti pengalihan, hubungan personal, identitas sosial, dan kebutuhan informasi. Triangulasi dilakukan untuk memastikan konsistensi dan validitas data dari berbagai sumber, guna memberikan pemahaman mendalam tentang fenomena "simp behavior" dalam komunitas VTuber.

# Hasil dan Pembahasan

## 1. Pengalihan (Diversion)

- Dalam Motif Pengalihan atau Diversion media digunakan sebagai sarana pelarian dari tekanan hidup, untuk bersantai, menghibur diri, dan mengalihkan perhatian dari stres, sehingga menciptakan rasa nyaman dan meredakan beban. Salah satu bentuk pengalihan yang populer di era digital adalah melalui media sosial, yang memberikan ruang bagi individu untuk menemukan dunia baru yang sesuai dengan preferensi mereka. Misalnya, melalui konten kreator atau akun meme yang menawarkan humor, nostalgia, atau pengalaman imersif.
- Bagi kelompok seperti para penggemar budaya Jepang (wibu), pengalihan ini dapat terwujud dalam bentuk menikmati tayangan dari VTuber, yang menghadirkan hiburan unik dan sering kali beresonansi dengan minat serta imajinasi mereka. Penggemar VTuber menemukan kepuasan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka melalui rasa keterikatan emosional, seperti rasa cinta atau Simp.



# Hasil dan Pembahasan

## 2. Hubungan Personal (Personal Relationship)

- Kemudian dalam Motif ini merujuk pada upaya individu untuk menggunakan media sebagai sarana menciptakan atau mempertahankan hubungan sosial, baik yang nyata maupun imajiner. Hubungan personal ini sering kali berbentuk hubungan parasosial, di mana individu merasa memiliki hubungan yang intim dan bermakna dengan figur media, meskipun interaksinya satu arah dan tidak bersifat langsung. Media menjadi alat untuk memenuhi kebutuhan emosional, memberikan rasa memiliki, pengakuan, dan kenyamanan social.
- Teknologi komunikasi yang digunakan oleh VTuber, seperti fitur obrolan dan media sosial, mendukung terciptanya hubungan parasosial yang kuat antara VTuber dan penggemarnya, sesuai dengan kerangka kerja yang diusulkan dalam teori Uses and Gratifications. Fitur-fitur ini memungkinkan interaksi yang dipersonalisasi dan meningkatkan sensitivitas emosional, yang penting dalam mempertahankan hubungan jarak jauh. Dengan adanya umpan balik dan keterlibatan secara real-time, penggemar dapat merasa lebih dekat dengan VTuber idola mereka, menciptakan rasa koneksi yang mendalam meskipun interaksi tersebut bersifat satu arah dan tidak langsung.



# Hasil dan Pembahasan

## **3. Personal Identity (Personal Identity)**

- Pada motif Identitas sosial dipandang sebagai salah satu kebutuhan yang dipenuhi melalui media. Proses pembentukan identitas sosial ini terjadi melalui interaksi individu dengan beragam media, yang memberi kesempatan untuk mengasosiasikan diri dengan kelompok sosial tertentu, baik berdasarkan budaya, nilai-nilai, maupun karakteristik pribadi yang ingin dijunjung. Identitas sosial ini tidak terbentuk secara terpisah, melainkan dipengaruhi oleh dinamika sosial yang lebih luas, termasuk stereotip, pengaruh kelompok, serta peran media yang hidupkan atau perkuat citra tersebut.
- Dalam hal ini, media tidak hanya berfungsi sebagai tempat hiburan atau informasi, tetapi juga sebagai sarana bagi individu untuk membangun dan mempertahankan identitas sosial mereka. Melalui berbagai media, individu dapat mengeksplorasi dan memperkuat citra diri mereka, menciptakan hubungan dengan kelompok sosial tertentu yang mencerminkan budaya, hobi, atau nilai-nilai pribadi. Proses ini juga tercermin dalam improvisasi diri, di mana individu, seperti musisi yang beradaptasi secara spontan dalam ekspresi mereka, mengembangkan identitas mereka melalui media yang memungkinkan kolaborasi dan interaksi dengan orang lain.

# Hasil dan Pembahasan

## 4. Informasi (Surveillance)

- informasi merupakan salah satu kebutuhan utama yang dipenuhi melalui media. Informasi ini mencakup kebutuhan untuk memahami dunia, memantau lingkungan sosial, dan mengidentifikasi tren atau kejadian yang relevan. Katz menjelaskan bahwa media berfungsi sebagai alat untuk mendapatkan wawasan baru, menjawab rasa ingin tahu, dan membantu individu mengorientasikan diri dalam konteks sosial mereka. Motif ini sering kali terwujud dalam aktivitas seperti membaca berita, mengikuti pembaruan terkini, atau mengakses konten yang relevan dengan minat individu.
- Seperti minat utama individu dalam menggunakan media dapat dikaitkan dengan fenomena Simp VTuber. Fenomena ini dapat dipahami sebagai saluran unik untuk memenuhi kebutuhan surveillance para wibu, yang merupakan komunitas dengan minat mendalam terhadap budaya populer Jepang, termasuk anime dan sejenisnya. VTubers menyebarkan informasi melalui interaksi digital yang menarik, menciptakan ruang di mana pemirsa tidak hanya menerima berita dan konten informatif tetapi juga terhubung secara emosional dengan karakter virtual tersebut. Proses ini melibatkan kinerja identitas yang ditampilkan oleh VTuber dan resonansi emosional yang tercipta di antara pemirsa, memperkuat keterlibatan serta penerimaan informasi yang disampaikan.

# Temuan Penting Penelitian

*"Awalnya, pas lagi masa recovery patah tangan, gue iseng liat-liat klip vtuber Holo, termasuk Nene yang punya karakter gemes dan unik. Gara-gara itu, gue jadi sering mantengin streaming dia. Selama proses pemulihan, Nene jadi hiburan sekaligus penenang buat gue tiap hari." (Wiko, 16 Oktober 2024)*

- Wiko memanfaatkan tontonan VTuber sebagai media hiburan sesuai seperti motif pengalihan atau diversion yang sejalan dengan teori Katz tentang uses and gratifications. Menurut teori ini, media digunakan untuk memenuhi kebutuhan tertentu, termasuk kebutuhan untuk mengalihkan perhatian dari tekanan atau situasi sulit. Dalam kasus Wiko, kehadiran karakter VTuber yang unik serta menggemaskan berperan penting dalam memberikan hiburan dan kenyamanan emosional, yang secara efektif membantu mengurangi beban mental akibat penyakit yang dialaminya. Melalui interaksi dengan konten VTuber, Wiko tidak hanya mendapatkan hiburan, tetapi juga mengalami proses distraksi positif yang mendukung pemulihan kondisinya.
- Munculnya hubungan parasosial antara penggemar dan tokoh media sering terjadi ketika kreator konten menyediakan ruang bagi penggemarnya untuk terlibat dalam komunitas dan merasakan kedekatan. Namun, hubungan ini juga dapat berkontribusi pada keterasingan sosial, ketika interaksi satu arah tersebut menggantikan komunikasi langsung dan memperdalam keterikatan yang sebenarnya tidak sepenuhnya nyata

# Temuan Penting Penelitian

*"Pernah tapi ke VTuber yang namanya masih kecil sih gak berani ke VTuber gedhe karena aku jga pengen dinotice soalnya kebanyakan kalau VTuber kecil itu masih gampang untuk diajak ngomong ketimbang yang sudah gedhe jadinya gw prefer buat donate ke VTuber kecil" (Bimo, 15 Oktober 2024)*

- Hasil wawancara mengungkapkan bahwa Bimo lebih memilih berinteraksi dengan "VTuber kecil," yaitu kreator konten virtual dengan persona animasi yang belum terlalu terkenal atau memiliki basis penggemar yang besar. Hal ini disebabkan oleh peluang interaksi yang lebih besar dan audiens yang lebih terbatas, sehingga mempermudah dirinya untuk "dinotice" (diperhatikan) oleh kreator tersebut. Sebaliknya, Bimo cenderung menghindari "VTuber gede" atau yang sudah populer, karena tingkat kompetisi untuk mendapatkan perhatian lebih tinggi, yang membuat hubungan terasa kurang personal.
- Preferensi ini dapat dijelaskan melalui motif Personal Relationship dalam teori Uses and Gratifications oleh Katz, di mana individu memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhan sosial, termasuk menciptakan hubungan yang lebih intim dan bermakna. Interaksi dengan VTuber kecil memberikan Bimo rasa keterhubungan, pengakuan, dan kepuasan emosional yang sulit dicapai dengan kreator yang lebih terkenal, sehingga memenuhi kebutuhan mendasarnya akan hubungan sosial yang dekat dan personal.

# Temuan Penting Penelitian

*"Aku tu ngerasa Kiara tuh LITERALLY ME KEK... she easily cry, but she also strong dia tuh semangat banget cheerful character but at some point she also cherish her friends a lot she's so me..." (Wen, 8 November 2024)*

- Pendapat tersebut mencerminkan proses pembentukan identitas melalui identifikasi dengan karakter fiksi (dalam hal ini, Kiara). Dari perspektif pembentukan identitas, seseorang dapat merasa terhubung dengan karakter fiksi karena karakter tersebut mewakili aspek atau sifat yang dirasakan dan diakui dalam dirinya. Proses ini adalah bagian dari bagaimana identitas pribadi dibentuk, dipertahankan, dan diartikulasikan.
- Kemudian, Wen menunjukkan bagaimana VTuber menjadi cerminan identitas personal melalui karakteristik yang unik dan konsisten. Wen mengagumi cara VTuber idolanya mengungkapkan dirinya, yang menurutnya mencerminkan proses pembentukan identitas yang kuat dan autentik. Di sisi lain, Wen merasa sangat terhubung dengan karakter Kiara karena melihat kesamaan sifat, seperti keceriaan, semangat tinggi, dan kesetiaan, sekaligus kelembutan emosional seperti mudah menangis. Proses identifikasi ini menciptakan hubungan yang lebih personal, di mana karakter fiksi seperti Kiara berfungsi sebagai simbol eksternal yang mewakili ciri-ciri penting dalam diri penuturnya.

# Temuan Penting Penelitian

*"Yupss, soalnya setelah join di HoloSimp, gue akhirnya ketemu banyak orang yang sama-sama 'ngesimp' di dunia ini. Nggak cuma seru-seruan aja, kita jadi bisa saling tukar info soal VTuber favorit dan berbagi fanart keren! Jadi, komunitasnya nggak cuma tempat ngefans, tapi juga tempat buat berbagi karya dan ngobrolin semua hal yang bikin kita makin hype bareng-bareng." (Kimi, 15 Oktober 2024).*

- Ulasan tersebut menggambarkan pengalaman Kimi yang bergabung dengan komunitas bernama HoloSimp, yang kemungkinan besar merupakan komunitas penggemar VTuber (Virtual YouTuber), terutama dari grup Hololive atau sejenisnya. Dalam komunitas ini, Kimi merasa terhubung dengan banyak orang yang memiliki minat sama, yaitu "ngesimp," atau menunjukkan rasa kagum dan dukungan kuat terhadap VTuber tertentu. Anggota komunitas saling berbagi informasi terkini, seperti jadwal streaming, proyek kolaborasi, pengumuman penting, hingga analisis konten dan tips mendukung VTuber melalui donasi atau fanart (karya seni penggemar).
- Berbeda dengan forum terbuka di mana peserta bersifat anonim dan jumlahnya besar, grup penggemar di WhatsApp sering kali terdiri dari penggemar yang sudah saling mengenal dalam kehidupan nyata dalam kelompok yang lebih kecil dan erat dan oleh karena itu penting untuk melampaui pembahasan tentang karakteristik formal platform untuk menjelaskan dampaknya terhadap praktik penggemar sehingga dengan menelusuri makna yang diberikan penggemar pada praktik perpesanan mereka di WhatsApp kita dapat lebih memahami pengalaman individu dengan aplikasi tersebut



# Kesimpulan

- Jadi kesimpulan dari penelitian tersebut yakni bahwa seluruh informan yang merupakan seorang Wibu saat menonton Vtuber idolanya merasakan kebutuhan dari aspek lain dapat terpenuhi dalam mereka menjalani kehidupan sehari-hari. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan teori uses and gratification oleh Elihu Katz pada tahun 1974 dan dalam teori ini juga terdapat typology dari McQuail, Blumler, dan Brown pada tahun 1972 menjelaskan bahwa terdapat empat kategori dari tipologi yang terdiri atas kebutuhan pengalihan (Diversiion), hubungan personal (personal relationship), identitas sosial (Personal Identity) dan kebutuhan informasi (Surveliance).
- Cara para Wibu mendapatkan hal tersebut yakni dengan mengikuti komunitas VTuber yang menjadi ruang aman bagi penggemar untuk diterima dan dihargai tanpa memandang status sosial atau latar belakang. Dalam komunitas ini, mereka berbagi pengalaman, berinteraksi, dan menjalin hubungan sosial yang mungkin sulit ditemukan di dunia nyata. Tingkat keterlibatan ini memberikan rasa kebersamaan dan memperkuat identitas diri, menciptakan lingkungan positif yang mendorong partisipasi aktif serta meningkatkan rasa nilai dan apresiasi diri.
- Para narasumber memiliki banyak tujuan agar hubungan romansanya dengan VTuber idolanya dapat terwujud dengan cara memenuhi berbagai macam jenis kebutuhan seperti pengalihan, hubungan personal, identitas sosial dan kebutuhan informasi yang cukup bagi para wibu. Jika Wibu merasa cukup dalam memenuhi kebutuhan tersebut maka motivasi ataupun dorongan mereka untuk menjalani kehidupan sehari-hari dapat berjalan dengan baik karena dorongan tersebut memiliki dorongan yang cukup besar untuk mengembalikan kondisi bagi Wibu dalam pengonsumsian konten VTuber dari idola mereka.
- Penjalinan hubungan romansa antara Wibu terhadap VTuber cenderung bersifat tidak nyata atau semu sehingga butuh usaha lebih untuk mereka agar bisa merasakan rasa dari menjalaninya seperti menonton kontennya atau dapat juga live streamingnya. Pada live streaming tersebut biasanya para VTuber selalu membawakan acara yang dapat berupa bermain game karena banyak dari Wibu menyukai aktivitas tersebut sehingga menjadi andalan bagi mereka setiap melakukan siaran langsung, kemudian terdapat konten freetalk di mana para VTuber membawakan acara ini dengan tujuan agar dapat berinteraksi dengan idolanya namun hampir kebanyakan interaksi tersebut terlaksana melalui chat maupun super chat dan kebanyakan interaksi yang terlaksana melalui super chat dikarenakan hal tersebut merupakan bagian dari support langsung dari Wibu terhadap idolanya.



# Referensi

- [1] Y. Surya and A. D. I. Wijaya, “Interaksionisem Simbolik Kelompok ‘Wibu’ di Salatiga Dalam Mengekspresikan Diri,” pp. 1–75, 2020.
- [2] M. W. Macwilliams, Contemporary Anime in Japanese Pop Culture. New York: M. E Sharp Inc., 2008.
- [3] A. Najmaaulya and D. Hapsarani, “Tubuh Wanita Dalam Dunia Virtual: Pengalihan Wahana Mitos Hantu Kuntilanak Menjadi Karakter VTuber,” Action Res. Lit., vol. 8, no. 5, pp. 1–15, 2024, doi: 10.46799/ar.v8i5.331.
- [4] Y. Cao, “Immaterial Labour and Precarity in Cultural Industry: The Case of VTuber Live Streams,” Lect. Notes Educ. Psychol. Public Media, vol. 4, no. 1, pp. 1–7, 2023, doi: 10.54254/2753-7048/4/20220478.
- [5] Y. Xu and N. Niu, “Understanding Vtuber Live Streaming: Exploration of Psychological Attributes of Viewers,” Highlights Business, Econ. Manag., vol. 14, pp. 166–172, 2023, doi: 10.54097/hbem.v14i.8983.
- [6] D. Hariyanto and F. A. Dharma, “Buku Ajar Komunikasi Lintas Budaya,” Sidoarjo: Umsida Press, 2021, p. 141.
- [7] J. D. Montoro-Pons, M. Caballer-Tarazona, and M. Cuadrado-García, “Assessing complementarities between live performances and YouTube video streaming,” Empir. Econ., vol. 65, no. 6, pp. 2953–2978, 2023, doi: 10.1007/s00181-023-02444-4.
- [8] T. Shen, “The Commodification and Alienation of Vtubers in China,” Lect. Notes Educ. Psychol. Public Media, vol. 3, no. 1, pp. 1022–1030, 2023, doi: 10.54254/2753-7048/3/2022563.
- [9] Z. Wang, “Motivations of Live-streaming Oriented Vtubers Viewer Engagement on Youtube,” Lect. Notes Educ. Psychol. Public Media, vol. 3, no. 1, pp. 1113–1121, 2023, doi: 10.54254/2753-7048/3/2022638.
- [10] M. C. Horzinek, “The Birth of Virology,” Antonie van Leeuwenhoek, Int. J. Gen. Mol. Microbiol., vol. 71, no. 1–2, pp. 15–20, 2021., doi: 10.1023/A:1000197505492

# Referensi

- [11] J. Svaldi, D. Caffier, and B. Tuschen-Caffier, “Attention to Ugly Body Parts is Increased in Women with Binge Eating Disorder,” *Psychother. Psychosom.*, vol. 80, no. 3, pp. 186–188, 2011, doi: 10.1159/000317538.
- [12] E. Katz, J. G. Blumler, and M. Gurevitch, *Reception Studies or Audience Studies: Uses and Gratifications Research*. Oxford, Britain: Oxford University Press, 1973.
- [13] R. S. Lee, *American association for public opinion research*, vol. 32, no. 3. American: JSTOR, 1968.
- [14] G. Chancy, “Simping Demystified: What it is and Why it Matters,” 2023. [Online]. Available: <https://www.alanarecovery.com/simping-demystified-what-it-is-and-why-it-matters>.
- [15] W. A. Collins, “More Than Myth : The Developmental Significance of Romantic Relationships During Adolescence,” *J. Res. Adolesc.*, vol. 13, no. 1, pp. 1–24, 2003, doi: 10.1111/1532-7795.1301001.
- [16] A. Aron, M. Paris, and E. N. Aron, “Falling in Love: Prospective Studies of Self-Concept Change,” *J. Pers. Soc. Psychol.*, vol. 69, no. 6, pp. 1102–1112, 1995, doi: 10.1037/0022-3514.69.6.1102.
- [17] J. K. Rempel, J. G. Holmes, and M. P. Zanna, “Trust in Close Relationships,” *J. Pers. Soc. Psychol.*, vol. 49, no. 1, pp. 95–112, 1985, doi: 10.1037/0022-3514.49.1.95.
- [18] L. Pangaribuan, “Kualitas Komunikasi Pasangan Suami Istri Dalam Menjaga Keharmonisan Perkawinan,” *J. Simbolika*, vol. 2, no. 1, pp. 1–19, 2016, doi: 10.31289/simbolika.v2i1.214.
- [19] C. A. Puteri, D. D. Pabundu, A. N. Putri, R. D. F. Adilah, A. D. Islamy, and F. H. Satria, “Pengetahuan Remaja Terhadap Toxic Relationship,” *J. Digit. Commun. Des.*, vol. 1, no. 2, pp. 69–79, 2022, ISBN: 2722-7413.
- [20] J. Gratch et al., “Can virtual humans be more engaging than real ones?,” *Lect. Notes Comput. Sci. (including Subser. Lect. Notes Artif. Intell. Lect. Notes Bioinformatics)*, vol. 4552 LNCS, no. PART 3, pp. 286–297, 2007, doi: 10.1007/978-3-540-73110-8\_30.

# Referensi

- [21] L. Luo et al., “Agent-based human behavior modeling,” *Comput. Animat. Virtual Worlds*, no. August, pp. 271–281, 2008, doi: 10.1002/cav.
- [22] G. M. Lucas, J. Lehr, N. Krämer, and J. Gratch, “The Effectiveness of Social Influence Tactics when Used by a Virtual Agent,” *IVA 2019 - Proc. 19th ACM Int. Conf. Intell. Virtual Agents*, pp. 22–29, 2019, doi: 10.1145/3308532.3329464.
- [23] L. Muttamimah and I. Irwansyah, “Pemanfaatan Influencer Berbasis Virtual dalam Komunikasi Pemasaran,” *WACANA J. Ilm. Ilmu Komun.*, vol. 22, no. 1, pp. 31–42, 2023, doi: 10.32509/wacana.v22i1.2322.
- [24] J. Yi, “Female-Oriented Dating Sims in China: Players’ Parasocial Relationships, Gender Attitudes, and Romantic Beliefs,” *Psychol. Pop. Media*, vol. 12, no. 1, pp. 58–68, 2022, doi: 10.1037/ppm0000386.
- [25] K. Saito, “From Novels to Video Games: Romantic Love and Narrative Form in Japanese Visual Novels and Romance Adventure Games,” *Arts*, vol. 10, no. 3, p. 42, 2021, doi: 10.3390/arts10030042.
- [26] R. Rahmawati and S. Nurhidayah, “Fujoshi Viewed From Moral Reasoning in Otaku,” *Paradigma*, vol. 20, no. 1, pp. 85–95, 2023, doi: 10.33558/paradigma.v20i1.5935.
- [27] V. Dan, G. Christopher, T. Loverth, and V. Ogunrinde, “Netnography : The Essential Guide to Qualitative Social Media Research.” SAGE Publications Ltd, London, 2019, ISBN: 9781526482365.
- [28] D. McQuail, “The Television Audience: A Revised Perspective,” *Sociol. Mass Commun.*, 1972.
- [29] J. G. Blumler and E. Katz, *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, vol. III. California, 1974.
- [30] E. Katz, J. G. Blumler, and M. Gurevitch, *Utilization of Mass Communication by the Individual*, 1st ed. Beverly Hills, California: SAGE Publications Ltd, 1974.

# Referensi

- [31] S. ; B. Miranda Mariana ; Pereira Mariana ; Almeida Frederico ; Au-Yong-Oliveira, Manuel, Carina ; Costa, “VTubers, Their Global Expansion and Impact on Modern Society An Exploratory and Comparative Study Between Portugal and the USA,” RISTI - Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao, vol. 2019, no. E18. pp. ix–x, 2019, doi: 9783031456411.
- [32] E. Katz, J. G. Blumler, and M. Gurevitch, “Uses and gratifications research,” public Opin. Q., vol. 37, no. 4, pp. 509–523, 1973.
- [33] D. Gooch and L. Watts, “A design framework for mediated personal relationship devices,” Proc. HCI 2011 - 25th BCS Conf. Hum. Comput. Interact., pp. 237–242, 2011, doi: 10.14236/ewic/hci2011.52.
- [34] X. Zhou, “Virtual YouTuber Kizuna AI: Co-creating human-non-human interaction and celebrity-audience relationships,” Media-Tryck, Lund Univ. Lund, no. May, pp. 206–246, 2021, ISBN: 978-91-7895-768-2.
- [35] J. G. Blumler and E. Katz, “The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research. Sage Annual Reviews of Communication Research Volume III.,” 1974.
- [36] T. McCaffrey, “Music therapists’ experience of self in clinical improvisation in music therapy: A phenomenological investigation,” Arts Psychother., vol. 40, no. 3, pp. 306–311, 2013, doi: 10.1016/j.aip.2013.05.018.
- [37] S. Trepte, “Social identity theory,” Psychol. Entertain., no. November 2022, pp. 255–272, 2013, doi: 10.4337/9781800883284.
- [38] C. S. Uy-Tioco and J. V. A. Cabañes, Mobile Media and Social Intimacies in Asia. 2020, ISBN: 9789402417890.

