UNIVERSITAS
GADJAH MADA
KOMODIFIKASI DALAM STRATEGI HOLOLIVE UNTUK MENDAPATKAN KEUNTUNGAN
ONTOSENO, Dr. Robi Wibowo, S.S., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN SAMPUL BAHASA INGGRIS ii
HALAMAN SAMPUL BAHASA JEPANG iii
HALAMAN JUDUL iv
HALAMAN PENGESAHAN v
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR ISTILAH xii
PEDOMAN TRANSLITERASI xiv
INTISARI xvii
ABSRACT xviii
INTISARI DALAM BAHASA JEPANG xix
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Masalah Penelitian 5
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Tinjauan Pustaka 6
1.5 Landasan Teori 8
1.6 Metode dan Teknik Pengumpulan Data 12
1.7 Sistematika Penyajian 13
BAB II *IDOL* DALAM PANDANGAN HISTORIS 14
2.1 Definisi dan Karakteristik *Idol* 14
2.2 Sejarah Budaya *Idol* di Jepang 17
2.3 Transisi dari *Idol* Tradisional ke *Idol* Digital 19
2.4 Bentuk *Idol* Digital Saat Ini 21
2.4.1 Vocaloid 22
2.4.2 *VTuber* 23
2.5 Hololive sebagai Agensi *VTuber* Modern 23
2.6 Karakteristik Unik Hololive Jepang 25

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
KOMODIFIKASI DALAM STRATEGI HOLOLIVE UNTUK MENDAPATKAN KEUNTUNGAN
ONTOSENO, Dr. Robi Wibowo, S.S., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB III ANALISIS *VTUBER* HOLOLIVE DALAM KOMODIFIKASI 28
3.1 Komodifikasi Konten 28
3.1.1 Live Streaming 28
3.1.2 Identitas *VTuber* 34
3.1.3 Festival 38
3.2 Komodifikasi Audiens..... 40
3.2.1 Audiens sebagai Komoditas 41
3.2.2 Komodifikasi Audiens pada Hololive Jepang 42
3.3 Komodifikasi Tenaga Kerja 48
3.3.1 Nilai Ekonomi Tenaga Kerja..... 48
3.3.2 Algoritma Platform..... 49
3.3.3 Afektif Pada Tenaga Kerja 50
BAB IV KESIMPULAN 52
DAFTAR REFERENSI 54