

ABSTRAK

Penelitian ini membahas fenomena perilaku konsumtif yang terjadi pada penonton *Virtual YouTuber (VTuber)* Usada Pekora melalui fitur donasi *Superchat* di platform *YouTube*. Dengan menggunakan teori kebutuhan palsu dari Herbert Marcuse, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana interaksi digital dan kemajuan teknologi menciptakan ilusi kebutuhan yang tidak mendasar, tetapi dianggap penting oleh individu. *Superchat* menjadi alat yang mendorong perilaku konsumtif penonton untuk mendapatkan validasi dan perhatian dari sang kreator, Usada Pekora. Metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk mengamati pola konsumsi melalui donasi *Superchat* dalam sesi *live streaming* Usada Pekora. Penelitian ini menemukan bahwa kebutuhan emosional, seperti pengakuan sosial dan hubungan dengan *VTuber*, memotivasi penonton untuk memberikan donasi, meskipun hal tersebut tidak memberikan manfaat nyata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif ini mencerminkan kebutuhan palsu yang dimanipulasi oleh sistem kapitalisme digital. Penelitian ini menyoroti pentingnya kesadaran kritis dalam menghadapi budaya konsumtif di era digital.

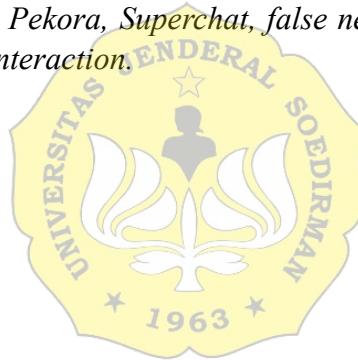
Kata Kunci: *VTuber*, Usada Pekora, *Superchat*, kebutuhan palsu, konsumtif, Herbert Marcuse, interaksi digital.



ABSTRACT

This study examines the phenomenon of consumptive behavior among viewers of the Virtual YouTuber (VTuber) Usada Pekora through the Superchat donation feature on the YouTube platform. Using Herbert Marcuse's theory of false needs, the study explores how digital interactions and technological advancements create an illusion of non-essential needs that individuals perceive as significant. Superchat becomes a tool that drives viewers' consumptive behavior to seek validation and attention from the creator, Usada Pekora. A descriptive qualitative research method was employed to observe consumption patterns through Superchat donations during Usada Pekora's livestream sessions. The study finds that emotional needs, such as social recognition and connection with the VTuber, motivate viewers to donate, even though it does not provide any tangible benefits. The results indicate that this consumptive behavior reflects false needs manipulated by the digital capitalist system. This research highlights the importance of critical awareness in addressing the consumptive culture in the digital era.

Keywords: *VTuber, Usada Pekora, Superchat, false needs, consumptive behavior, Herbert Marcuse, digital interaction.*



要旨

本研究では、YouTubeプラットフォームのスーパーチャット寄付機能を通じて、バーチャルユーチューバー（VTuber） 兎田ぺこらの視聴者における消費的行動の現象を検討します。ハーバート・マルクーゼの「偽のニーズ」理論を使用して、デジタルインタラクションと技術の進歩が本質的でないが個人にとって重要と見なされるニーズの幻想をどのように生み出すかを探ります。スーパーチャットは、視聴者が兎田ぺこらというクリエイターからの承認や注目を得るために消費的行動を促進する手段となっています。本研究では、兎田ぺこらのライブ配信セッションにおけるスーパーチャット寄付を通じた消費パターンを観察するために、記述的質的研究手法を用いました。研究の結果、社会的承認やVTuberとの関係といった感情的なニーズが視聴者に寄付を促す動機となる一方で、それが実質的な利益をもたらさないことが明らかになりました。この消費的行動は、デジタル資本主義システムによって操作された偽のニーズを反映していることが示されています。本研究は、デジタル時代の消費文化に対処する上で、批判的な意識の重要性を強調しています。

キーワード: VTuber、兎田ぺこら、スーパーチャット、偽のニーズ、消費行動、ヘルベルト・マルクーゼ、デジタル・インタラクション

