

## BAB 4

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan dari analisis pesan visual pada video musik Eternity dan MAVE yang menggunakan kecerdasan buatan bahwa teknologi *smart glasses*, *invisible display*, dan robot merupakan teknologi komunikasi masa depan yang dapat digunakan untuk saling berkomunikasi dan memperoleh informasi. Kemudian, Eternity dan MAVE memperlihatkan bahwa di masa depan, kecanggihan teknologi ini akan hadir dalam bentuk objek futuristik seperti kendaraan terbang sebagai transportasi yang saat ini belum dapat ditemukan dalam dunia nyata dan digunakan oleh manusia asli.

Peneliti juga memberikan kesimpulan terhadap temuan dari video klip Eternity dan MAVE yang menggunakan kecerdasan buatan, yakni sebagai berikut:

1. Teknologi AI memainkan peranan penting untuk menciptakan pesan visual yang inovatif dalam video klip Eternity dan MAVE dari penggunaan elemen-elemen komunikasi visual melalui warna, bentuk, kedalaman, dan gerakan. Teknologi AI mengambil pendekatan warna yang terstruktur dengan mengombinasikan warna gelap dengan aksent warna elektrik dari neon, *cyan*, dan magenta yang secara tegas menggambarkan perpaduan antara kekuatan AI dengan nuansa futuristik untuk menciptakan atmosfer baru bahwa karakter AI memiliki keberanian dan kepercayaan diri yang mereka tampilkan dalam dunia virtual. Kemudian, teknologi AI menciptakan lapisan dimensi yang mendukung kedekatan visual melalui

komposisi ruang, set properti, dan pencahayaan yang cermat sehingga menciptakan pengalaman visual yang nyata dan menarik bagi penonton bahwa Eternity dan MAVE dapat hidup dalam lingkungan yang saling terkoneksi dengan manusia.

2. Teknologi AI membentuk interaksi antara manusia dengan karakter AI melalui animasi visual dengan simbol-simbol yang tidak dapat ditemukan dalam dunia nyata sebagai identitas barunya. Hal ini dapat dilihat dari munculnya teknologi komunikasi masa depan, seperti *smart glasses*, *invisible display*, robot, dan kendaraan terbang dalam video klip Eternity dan MAVE. Penggunaan simbol-simbol tersebut meningkatkan imajinasi manusia terhadap dunia masa depan yang dipenuhi dengan kecanggihan teknologi.
3. Penampilan fisik karakter AI dalam video klip Eternity dan MAVE memiliki peranan penting untuk memperlihatkan keserupaan mereka dengan manusia. Penerapan teknologi *Deepfake* menciptakan ilusi yang nyata pada wajah manusia AI. Namun, teknologi ini memiliki batasan dalam merekayasa detail seperti gerakan rambut, mimik wajah, arah pandangan mata, dan struktur gigi. Terlepas dari perkembangan teknologi AI yang signifikan, karakter AI sebagai manusia virtual memiliki jalan yang panjang untuk berusaha meniru kecerdasan dan kesadaran manusia. Hal tersebut dikarenakan Eternity dan MAVE sebagai manusia virtual masih bergantung pada pemrograman dan dikendalikan secara penuh oleh kreator dalam mengambil keputusan.

4. Eternity dan MAVE membawa tantangan baru dalam pandangan manusia dan teknologi AI pada era digital. Kecanggihan teknologi AI saat mengemas wujud karakter AI dalam video klip mampu membuat penonton mengalami kesulitan untuk membedakan karakter virtual dengan manusia nyata karena pemisah antara realitas fisik dan virtual yang semakin kabur. Melalui pengalaman dari video klip yang spektakuler, Eternity dan MAVE menciptakan daya tarik emosional dan membangunkan imajinasi penonton bahwa di masa depan, manusia dapat melakukan tindakan-tindakan ekstrem yang biasa dilakukan oleh karakter AI, seperti melompat di antara gedung-gedung tinggi dan mengendarai kendaraan terbang.
5. Eternity dan MAVE memanfaatkan platform Youtube secara efektif untuk memperkenalkan diri mereka kepada masyarakat global. Dari lonjakan jumlah pengguna aktif Youtube di seluruh dunia, video klip mereka berhasil menjangkau audiens yang lebih luas hingga mendapatkan *trending* pada kategori musik. Beberapa strategi yang digunakan Eternity dan MAVE untuk dapat memanfaatkan platform ini sebagai alat promosi yang kuat adalah dengan menggunakan dua sistem penulisan bahasa Korea dan Inggris pada deskripsi video, menyertakan kata kunci dan *hashtag* #digitalhuman, #virtualhuman, #virtualidol untuk membantu pencarian dan visibilitas konten mereka, meningkatkan interaksi dan keterlibatan penonton melalui kolom komentar, serta selalu memberikan inovasi konten yang bervariasi untuk menghibur dan meningkatkan jumlah pengikut akun Youtube-nya.

6. Teknologi AI memberikan realitas baru dalam kehidupan manusia dimana hadirnya karakter AI mampu melakukan berbagai macam pekerjaan dalam industri media dan hiburan. Eternity dan MAVE dapat diproyeksikan ke dalam berbagai bidang pekerjaan, seperti pembawa berita acara, penyanyi, penari, dan aktor yang dapat menggantikan peran manusia asli dalam melakukan pekerjaan.

### **B. Kelemahan dan Tantangan dalam Penelitian**

Terdapat kelemahan dan tantangan dalam penelitian ini, yaitu kurangnya referensi penelitian di Indonesia yang membahas mengenai teknologi kecerdasan buatan. Kemudian, adanya keterbatasan untuk memahami konteks dan seni visual dari penggunaan teknologi AI dalam video musik, serta ketersediaan akses terhadap data penelitian yang sangat terbatas.

### **C. Saran**

#### **1. Saran Akademis**

Penelitian ini memberikan wawasan mengenai teori komunikasi visual dalam kaitannya dengan teknologi AI bahwa penggunaan teknologi kecerdasan buatan dalam konteks video klip Eternity dan MAVE tidak hanya melibatkan unsur-unsur grafis dan estetika, tetapi juga menggabungkan elemen-elemen visual dan memunculkan simbol-simbol baru yang belum pernah ditemukan dalam dunia nyata. Kemudian, penelitian ini juga memberikan wawasan terhadap teori *artificial intelligence* dalam bidang komunikasi melalui komentar audiens pada media sosial terkait hadirnya karakter AI dalam wujud manusia virtual, dan bagaimana teknologi ini dapat

mengubah cara komunikasi dan interaksi manusia dengan AI melalui media digital.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya dalam kaitannya dengan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneruskan penelitian ini menggunakan fokus penelitian lain dalam bidang Ilmu Komunikasi, seperti analisis simbol dan makna tanda menggunakan teori semiotika.
- b. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneruskan penelitian ini dengan memperdalam analisis pada konsep hiperrealitas pada karakter AI.
- c. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan metode studi kasus mengenai persepsi penggemar terhadap *girlband* Eternity dan MAVE.
- d. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda, seperti manusia virtual pembawa berita acara dengan teknologi AI yang digunakan pada industri media dan komunikasi.
- e. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan teori interaksi sosial untuk meneliti bagaimana karakter AI dalam industri hiburan berusaha berkompetisi dengan manusia asli.

## 2. Saran Praktis

- a. Berdasarkan hasil temuan pada adegan melukis di bidang datar, kreator AI diharapkan dapat meningkatkan detail animasi visual pada gerakan fisik tangan karakter dengan efek visual dari cat semprot yang digunakan agar terlihat sinkron dan lebih realistis.
- b. Berdasarkan hasil temuan pada karakteristik wajah Eternity dan MAVÉ, kreator AI diharapkan dapat meningkatkan detail pada bagian rahang dan mata saat karakter AI sedang melakukan pergerakan cepat sehingga visualisasi wajah AI tetap terlihat menyatu dan tidak bergeser ketika terjadi perubahan cahaya di sekitar wajahnya.
- c. Berdasarkan hasil temuan pada pandangan mata Eternity dan MAVÉ, kreator AI diharapkan dapat memberikan lebih banyak ekspresi mata dan mempertegas kedipan mata serta fokus gerakan pandangan AI dengan objek di sekitarnya agar terlihat semakin sinkron.
- d. Berdasarkan hasil temuan pada karakteristik mulut, kreator AI diharapkan dapat memberikan lebih banyak data untuk meningkatkan detail gerakan lidah pada berbagai pengucapan kata agar terlihat lebih nyata.
- e. Berdasarkan hasil temuan pada variasi model rambut, kreator AI diharapkan dapat memberikan tekstur pada kulit kepala AI di berbagai gaya rambut untuk meningkatkan tampilan visual yang lebih nyata.
- f. Berdasarkan hasil temuan pada ciri khas koreografi, tim koreografi dari Eternity dan MAVÉ diharapkan dapat berinovasi menciptakan

gaya baru dalam tariannya sebagai salah satu ciri khas grup sehingga dapat menjadi daya tarik untuk selalu diingat oleh penggemar K-Pop.



## DAFTAR PUSTAKA

- 1theK. (2023). *MAVE Pandora*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://www.youtube.com/watch?v=1wGOHbcQKIc>.
- Agung, L., Rosandini, M., Prasetya, S. (2022). Dari Hip Hop ke Pop: Menelisik Estetika dalam Video Klip Bangtan Boys (BTS). *Jurnal Narada*, 9 (ed 1), 53-60.
- Al-faida, N. (2023). *Metodologi Penelitian Gizi*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.
- Allkpop.com. (2022). *Virtual Idols ETERNITY releases 3rd single "Paradise"*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://www.allkpop.com/article/2022/05/virtual-idols-eternity-releases-3rd-single-paradise>.
- Amin, A. I., Darmawan, E., Budiarto, H. (2016). Implementasi CRM (Customer Relationship Management) pada Sistem Informasi Reservasi Fotografi Berbasis Web di Toko Aini Photo Kuningan. *Nuansa Informatika*, 10(2), 1-9.
- Amorita, D. E., Hadi, I. P., Wahjudianata, M. (2018). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Video Musik Blackpink-As If It's Your Last. *Jurnal E-Komunikasi*, 6(2), 1-12.
- Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual*. Jawa Tengah: Zahira Media Publisher.
- Andreas, R. (2020). *Analisis Hiperrealitas dalam Film Spiderman: Far From Home (2019)*. In *Prosiding University Research Colloquium*, 31-38.
- Anggito A., Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Anggraini, R. D. (2023). *Kecerdasan Buatan Berhasil Ciptakan Grup K-pop AI Pertama Bernama Eternity*. Diakses pada 24 Maret 2023 dari <https://mediamazscholar.com/kecerdasan-buatan-berhasil-ciptakan-grup-k-pop-ai-pertama-bernama-eternity/>.
- Annur, C. M. (2023). *Jumlah Pengguna Aktif Youtube di Dunia*. Diakses pada 1 Agustus 2023 dari



<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/31/terus-bertambah-jumlah-pengguna-youtube-di-dunia-capai-268-miliar-orang-per-kuartal-i-2023>.

- Apriansyah, M. R., Sambowo, K. A., Maulana, A. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Video Berbasis Animasi Mata Kuliah Ilmu Bahan Bangunan di Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Pendidikan Teknik Sipil (Jpensil)*, 9(1), 8-18.
- Asfar, A. M. I. T. (2019). Analisis Naratif, Analisis Konten, dan Analisis Semiotik (Penelitian Kualitatif). *ResearchGate*, 1-13.
- Asharudin, R. (2023). Analisis Pemikiran Jean Baudrillard tentang Simulasi dan Realitas dalam Konteks Era Digital. *Gunung Djati Conference Series*, 24, 905-921.
- AsiaQuest Indonesia. (2020). *3 Manfaat AI di Bidang Transportasi*. Diakses pada 1 Agustus 2023 dari <https://aqi.co.id/news/manfaat-ai-di-bidang-transportasi>.
- Asih, R. (2021). *Grup K-pop Eternity Siap Debut, Personelnya Cantik-cantik tapi Bukan Manusia*. Diakses pada 6 Maret 2023 dari <https://www.liputan6.com/showbiz/read/4510589/grup-k-pop-eternity-siap-debut-personelnya-cantik-cantik-tapi-bukan-manusia>.
- Asih, R. (2021). *Grup K-Pop Eternity Siap Debut, Personelnya Cantik-Cantik tapi Bukan Manusia*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://www.liputan6.com/showbiz/read/4510589/grup-k-pop-eternity-siap-debut-personelnya-cantik-cantik-tapi-bukan-manusia>.
- Aulia, S. (2022). *6 Standar Kecantikan Korea Selatan, Paling Ketat Secara Global*. Diakses pada 12 September 2023 dari <https://www.liputan6.com/citizen6/read/4938921/6-standar-kecantikan-korea-selatan-paling-ketat-secara-global?page=5>.
- Belanche, D., dkk. (2021). Examining The Effects of Robots' Physical Appearance, Warmth, and Competence in Frontline Services: The Humanness-Value-Loyalty Model. *Psychology & Marketing*, 38(12), 2357-2376.
- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. *Humaniora*, 2(1), 845-854.

- Bray, S. D., Johnson, S. D., Kleinberg, B. (2023). Testing Human Ability to Detect “Deepfake” Images of Human Faces. *Journal of Cybersecurity*, 9(1). 1-18.
- Bungin, B. (2008). Qualitative Research: Communication, Economics. *Public Policy, and Other Social Studies*. Jakarta: Kencana.
- Chairiyah, U., & Achmad, F. (2022). Pengaruh Komunikasi Visual Desain Grafis Buku Mizan Terhadap Minat Baca Anak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 53-67.
- Damayanti, M. N., Yuwono, E. C. (2013). Avatar, Identitas dalam Cyberspace. *NIRMANA*, 15(1), 13-18.
- Daqiqil, I. (2021). *Machine Learning: Teori, Studi Kasus dan Implementasi Menggunakan Python*. Riau: UR PRESS.
- Daryanto. (2014). *Teori Komunikasi*. Malang: Penerbit Gunung Samudera.
- Dawis, A. M., dkk. (2022). *Artificial Intelligence: Konsep Dasar dan Kajian Praktis*. Makassar: CV Tohar media.
- Devina, P. (2022). *Alasan Kenapa Youtube Menjadi Media Sosial yang Banyak Disukai? Ternyata Ini Sebabnya*. Diakses pada 1 Agustus 2023 dari <https://beritajatim.com/ragam/alasan-kenapa-youtube-menjadi-media-sosial-yang-banyak-disukai-ternyata-ini-sebabnya/>.
- Dewatara, G. W., & Agustin, S. M. (2019). Pemasaran Musik Pada Era Digital Digitalisasi Industri Musik dalam Industri 4.0 di Indonesia. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 1-10.
- Dewi, I.G.A.D.A., dkk. (2020). Makna Kiasan Visual dalam Iklan Kaleng Beralkhol Suntory “Strong Zero”. *Jurnal Pendidikan Bahasa Jepang Undiksha*, 6(3). 294-298.
- Dinmxs. (2023). *MAVE: Pandora MAVE vs Original Choreography* [image]. Diakses pada 23 Maret 2023 dari <https://www.youtube.com/watch?v=ffMXHBecXo0>.
- Doyeong, N. (2022). *Idola Virtual 'Eternity' Merilis Teaser MV Lagu Baru 'DTDTGMGN'*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://www.techm.kr/news/articleView.html?idxno=102535>.

- Dubow, B., Heiting, G. (2021). *Warna Mata: Tahapan Perkembangannya dan Penyebab Perubahannya*. Diakses pada 1 Agustus 2023 dari <https://www.allaboutvision.com/id-id/anatomi-mata/warna-mata/>.
- Dyatmika, T. (2021). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Edkpop.com. (2023). *Dasom*. Diakses pada 30 Maret 2023 dari [https://edkpop.com/en-us/instructor\\_detail?code=DASOM](https://edkpop.com/en-us/instructor_detail?code=DASOM).
- Eliacik, E. (2022). *Artificial Intelligence vs. Human Intelligence: Can A Game-Changing Technology Play The Game?*. Diakses pada 1 Agustus 2023 dari [https://dataconomy-com.translate.goog/2022/04/20/is-artificial-intelligence-better-than-human-intelligence/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=id&\\_x\\_tr\\_hl=id&\\_x\\_tr\\_pto=tc](https://dataconomy-com.translate.goog/2022/04/20/is-artificial-intelligence-better-than-human-intelligence/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc).
- Eliani, J., dkk. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 59-72.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The Qualitative Content Analysis Process. *Journal of advanced nursing*, 62(1), 107-115.
- Fajriah, N., dkk. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat* (Vol. 5). Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerja sama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).
- Febriyanti, S. N. (2023). *Anak Muda, Youtube, dan Digital Labour: Kajian Audiens di Era Post-Televisi*. Jakarta: PRENADA
- Fitriyani, R.A., Putri, L.T., & Adawiyah, R. (2021). Tren Teknologi Artificial Intelligence Pengganti Model Iklan di Masa Depan. *Jurnal Sosial-Politika*, 2(2), 118–129.
- Gantiano, H. E. (2017). Analisis Dampak Strategi Komunikasi Non Verbal. *Dharma Duta*, 17(2). 80-95.
- Ghazali, A. S., dkk. (2018). Effects of Robot Facial Characteristics and Gender in Persuasive Human-Robot Interaction. *Frontiers in Robotics and AI*, 5(73), 1-16.
- Gordon, J., dkk. (2020). Kajian Visual Video Musik BTS Menggunakan Teori Semiotika. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(16), 13.

- Greysenly. (2023). *Karakter AI: Keunikan dan Potensinya*. Diakses pada 1 Agustus 2023 dari <https://idmetafora.com/news/read/3601/Karakter-AI-Keunikan-dan-Potensinya.html>
- Gustiani, A. (2023). *Peran AI dalam Produksi Visual*. Diakses pada 11 Juni 2023 dari <https://portalpublikasi.id/2023/05/13/peran-ai-dalam-produksi-visual/>.
- Guzman, A. L. & Lewis, S. C. (2020). Artificial Intelligence and Communication: A Human - Machine Communication Research Agenda. *New Media & Society*, 22(1). 70-86.
- Haidar, A. (2022). *Sisi Lain Artis Korea Selatan yang Wajib Anda Ketahui, Nomor 3 Mengejutkan Tak Sesuai Harapan*. Diakses pada 7 September 2023 dari <https://www.inews.id/lifestyle/seleb/sisi-lain-artis-korea-selatan-yang-wajib-anda-ketahui>.
- Hajar, I. (2018). Youtube sebagai Sarana Komunikasi Dakwah di Kota Makassar (Analisis Sosial Media). *Jurnal Al-Khitabah*, 5(2), 79-94.
- Hamidah, S. N. (2023). *Lirik Lagu Pandora dari MAVE dengan Terjemahan Indonesia, Tentang Berani Menunjukkan Potensi Diri*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://banten.tribunnews.com/2023/02/22/lirik-lagu-pandora-dari-mave-dengan-terjemahan-indonesia-tentang-berani-menunjukkan-potensi-diri>.
- Handayani, SWE. (2013). Kinesik. *Jurnal Mimbar Bumi Bengawan*, 6(13). 1-6.
- Handayani, T., Sugiarti. (2017). *Konsep dan Teknik Penelitian Gender*. Malang: UMM Press.
- Hanggoro, H. T. (2023). *Debut dengan Lagu Pandora, Girl Group Virtual MAVE: Siap Tampil di Acara Musik*. Diakses pada 1 Agustus 2023 dari <https://merahputih.com/post/read/debut-dengan-lagu-pandora-girl-group-virtual-mave-siap-tampil-di-acara-musik>.
- Harsanto, P. W. (2019). *Retorika Visual Fotografis dalam Iklan Koran*. Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius.
- Haryati, R. P. (2023). *Kenalan dengan MAVE, Ini Fakta Girl Grup Virtual yang Debut dengan Lagu Pandora*. Diakses pada 24 Maret 2023 dari

- [https://www.hallyuvibe.com/profil/pr-6767340135/kenalan-dengan-mave-  
ini-fakta-girl-grup-virtual-yang-debut-degan-lagu-pandora?page=1](https://www.hallyuvibe.com/profil/pr-6767340135/kenalan-dengan-mave-<br/>ini-fakta-girl-grup-virtual-yang-debut-degan-lagu-pandora?page=1).
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Jawa Barat: CV Jejak Anggota IKAPI.
- Hasriyanti, N. (2023). *Arsitektur Lanskap*. Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Hastutik, R. N. (2022). *Kapan Generasi K-Pop Ketiga Dimulai dan Bagaimana Perkembangannya?*. Diakses pada tanggal 2 Agustus 2023 dari <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5142734/kapan-generasi-k-pop-ketiga-dimulai-dan-bagaimana-perkembangannya>.
- Hati, I. P. (2023). *Kenalan dengan MAVE, Girl Group Virtual Besutan Metaverse Entertainment*. Diakses pada 6 Maret 2023 dari <https://hypeabis.id/read/21202/kenalan-dengan-mave-girl-group-virtual-besutan-metaverse-entertainment>.
- Hereyah, Y. (2011). Media Massa: Pencipta Industri Budaya Pencerahan Yang Menipu Massa Studi Simulacra Dan Hiperrealitas Film AVATAR. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 95-104.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Hermawan, S., Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Hohenstein, J., dkk. (2023). Artificial Intelligence in Communication Impacts Language and Social Relationships. *Scientific Reports*, 13(1), 5487.
- Husaini, M. (2019). Konsep Simulasi dan Hiperealitas Jean Baudrillard. *ResearchGate*.
- Iskandar, D. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pati: Maghza Pustaka.
- Ismail, A., dkk. (2021). A New Deep Learning – Based Methodology for Video Deepfake Detection Using XGBoost. *Sensors*, 21(16), 1-15.
- Jamaaluddin & Sulistyowati, I. (2021). *Buku Ajar Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence)*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.

- Jaya, H., dkk. (2018). *Kecerdasan Buatan*. Makassar: Fakultas MIPA Universitas Negeri Makassar.
- Kardinal, G. T. (2021). Globalization for South Korea's Cultural Industry: The Future of K-Pop in The Untact Era. *Jurnal Asia Pacific Studies*, 5(1), 36-48.
- Karnouskos, S. (2020). Artificial Intelligence in Digital Media: The Era of Deepfakes. *IEEE Transactions on Technology and Society*, 1(3), 138-147.
- Kartikasari, B. (2023). *Lirik Lagu dan Terjemahan Pandora MAVE, Trending di Youtube, Usung Konsep AI*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://jogja.tribunnews.com/2023/01/31/lirik-lagu-dan-terjemahan-pandora-mave-trending-di-youtube-usung-konsep-ai>.
- Karunia, H., Ashri, N., Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104.
- Khairi, A. S., dkk. (2023). Analisis Penggunaan Teknik Editing pada Music Video Stray Kids Thunders. *Jurnal Sains dan Teknologi (JSIT)*, 3(1), 1-6.
- Khairil, M. (2018). Analisis Pemanfaatan New Media Melalui Jaringan Media Sosial. *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*. ISSN No: 2622-7436.
- Kimchang.com. (2023). *South Korea: Legislation on Artificial Intelligence to Make Significant Progress*. Diakses pada 1 Agustus 2023 dari [https://www.kimchang.com/en/insights/detail.kc?sch\\_section=4&idx=26935](https://www.kimchang.com/en/insights/detail.kc?sch_section=4&idx=26935)
- Kompas.com. (2022). *Cara Mendeteksi Konten Deepfake*. Diakses pada 1 Agustus 2023 dari <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/01/27/092600082/cara-mendeteksi-konten-deepfake-?page=all>.
- Korteling, J. H., dkk. (2021). Human-Versus Artificial Intelligence. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 4, 622364.
- Kumaran.com. (2020). *Mengenal Film dengan Genre Cyberpunk*. Diakses pada 1 Agustus 2023 dari <https://kumaran.com/playstoprewatch/mengenal-film-dengan-genre-cyberpunk-1tivbKXJJSz>.

- Kustiawan, W., dkk. (2022). Pengantar Komunikasi Nonverbal. *Journal Analytica Islamica*, 11(1). 1-7.
- Kusuma, D. P. (2020). *Machine Learning Teori, Program, dan Studi Kasus*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Kusumawardani, A. W. (2023). *K-pop Girlband Virtual MAVE: Membuat Gebrakan, Viral*. Diakses pada 6 Maret 2023 dari <https://www.harianterbit.com/selebritas/pr-2747583379/k-pop-girlband-virtual-mave-membuat-gebrakan-viral>.
- Kusumawati, T.I. (2015). Komunikasi Verbal dan Nonverbal. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2). 83-98.
- Laksono, K. T. (2023). *Idol Grup Eternity Bukti Fenomena Teknologi AI dalam Industri Musik Korea K-Pop*. Diakses pada 29 Maret 2023 dari <https://www.ayotekno.id/news/pr-5327263851/idol-grup-eternity-bukti-fenomena-teknologi-ai-dalam-industri-musik-korea-k-pop>.
- Lase, D. (2019). Pendidikan di Era Revolusi Industri 4.0. *SUNDERMANN: Jurnal Ilmiah Teologi, Pendidikan, Sains, Humaniora dan Kebudayaan*, 12(2), 28-43.
- Leavy, P. (2014). *The Oxford Handbook of Qualitative Research*. New York: Oxford University Press.
- Lee, G. & Kim, M. (2021). Deepfake Detection Using the Rate of Change between Frames Based on Computer Vision. *Sensors*, 21(21), 1-11.
- Lee, J. Y., & Hemphill, A. (2022). *K-Pop Masa Depan: Kebangkitan Girl Band Virtual yang Dibuat dengan Kecerdasan Buatan*. Diakses pada 6 Maret 2023 dari <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-63955679>.
- Lester, P. (2019). *Visual Communication: Images with Messages*. (8<sup>th</sup> ed). Texas: Lex Publishing.
- Lintang. (2021). *Kenalan dengan Eternity, Girl Group Korea Selatan yang Punya Member Tak Nyata*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://yoursay.suara.com/news/2021/08/30/133835/kenalan-dengan-eternity-girl-group-korea-selatan-yang-punya-member-tak-nyata>.

- Liputan6.com. (2023). *Potret Member MAVE, Girlgroup AI Korea Selatan yang Curi Perhatian* [image]. Diakses pada 9 Maret 2023 dari <https://www.liputan6.com/photo/read/5196591/potret-member-mave-girlgroup-ai-korea-selatan-yang-curi-perhatian?page=1>.
- Liu, C., Ren, Z., & Liu, S. (2021). Using Design and Graphic Design with Color Research in AI Visual Media to Convey. *Journal of Sensors*, 2021, 1-11.
- Lola, F., Meritsheba, I. (2013). Formal Possibilities dalam Video Musik Boyband dan Girlband Indonesia 2010 Hingga 2012. *Jurnal e-Komunikasi Universitas Kristen Petra*, 1(2), 166-177.
- Lubis, M. F. Y., & Wahyuni, S. (2020). Penerapan Sinematografi pada Film Pilar. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Seni dan Desain*, 1(1), 438-450.
- Luzar, L. C. & Monica, M. (2013). Peranan Komunikasi Visual bagi Identitas Perusahaan. *Humaniora*, 4(1), 528-538.
- Mamik. (2015). *Metode Kualitatif*. Sidoarjo: Penerbit Zifatama Publisher.
- Mave-official.com. (n.d). *Profil MAVE*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://www.mave-official.com/en/profile>.
- MBCkpop. (2023). *MAVE: Pandora Show! MusicCore*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari [https://www.youtube.com/watch?v=nzVtkdTpy\\_g](https://www.youtube.com/watch?v=nzVtkdTpy_g).
- Melia, I. (2022). *7 Serba-serbi Generasi KPop, Apa Bedanya Gen 1, 2, 3, dan 4?*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://www.idntimes.com/korea/kpop/ines-sela-melia-s/serba-serbi-generasi-kpop-c1c2?page=all>.
- Melinda, V. A., Degeng, N. S., Kuswandi, D. (2017). Pengembangan Media Video Pembelajaran IPS Berbasis Virtual Field Trip (VFT) pada Kelas V SDNU Kratonkencong. *JINOTEP (Jurnal Inovasi Dan Teknologi Pembelajaran): Kajian Dan Riset Dalam Teknologi Pembelajaran*, 3(2), 158-164.
- Meta-ent.com. (n.d). *Make New Wave*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://meta-ent.com/meta/mave>.
- Mitra, A., dkk. (2021). A Machine Learning Based Approach for Deepfake Detection in Social Media Through Key Video Frame Extraction. *SN Computer Science*, 2(98), 1-18.



- Murti, D. C. W. (2012). The Role of Visual Rhetoric in the Vegetarian Movement: “Meet Your Meat” Video of Animal Torture on The PETA Website. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2). 123-136.
- Murti, D. C. W., dkk. (2022). Peningkatan Digitalisasi Pariwisata di Wilayah Desa Purwoharjo, Kulom Progo. *Jurnal Atma Inovasia (JAI)*, 2(1). 14-19.
- Murti, D. C. W., Handoko, V. S., dan Wijaya, A. B. M. (2021). *Aplikasi Kelas Alam Mbak Dewi: Digitalisasi Desa dengan Teknologi Kecerdasan Buatan dan Paket Wisata*. Diakses dari <https://e-journal.uajy.ac.id/28548/>.
- Nadie, L. (2018). *Media Massa dan Pasar Modal Strategi Komunikasi bagi Perusahaan Go Public*. Jakarta Selatan: Media Center.
- Nadirah., Pramana, D. A., Zari, N. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Method (Mengelola Penelitian dengan Mendeley dan Nvivo)*. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka.
- Nah, S., dkk. (2020). Communicating Artificial Intelligence (AI): Theory, Research, and Practice. *COMMUNICATION STUDIES* 71(3), 369-372.
- Nanny, dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Aplikasinya*. Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Nanuru, R. F. (2017). *Youtube: Seni Berwawasan Teknologi Modern: Open Science Framework*.
- Nasrullah, R. (2019). *Teori dan Riset Khalayak Media*. Jakarta: Kencana.
- Nguyen, T. T., dkk. (2022). Deep Learning for Deepfakes Creation and Detection: A Survey. *Computer Vision and Image Understanding*, 223, 103525.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2). 177-181.
- Nofer, D., dkk. (2019). Budaya Nomad dalam Pertarungan Wacana Musik Industri Indonesia Studi Kasus: Boy-Girl Band. *Bahasa dan Seni: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Pengajarannya*, 47(2), 115-128.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Jakarta: Prenada Media.

- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana.
- Nurudin, N. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Oktariana, Y. & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Oktavianingtyas, I., Seran, A., Sigit, R. R., (2021). Jean Baudrillard and His Main Thoughts. *PROPAGANDA*, 1(2), 113-121.
- Padmaratri, L. (2022). *Eternity, Girl Band K-Pop Virtual yang Dibentuk dari Kecerdasan Buatan*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://hiburan.harianjogja.com/read/2022/12/16/509/1120553/eternity-girl-band-k-pop-virtual-yang-dibentuk-dari-kecerdasan-buatan>.
- Pakpahan, R. (2021). Analisa Pengaruh Implementasi Artificial Intelligence dalam Kehidupan Manusia. *JISICOM (Journal of Information System, Informatics and Computing)*, 5(2), 506-513.
- Pardede, S. (2021). *Eternity, Girl Band K-Pop Cantik tapi Bukan Manusia* [image]. Diakses pada 9 Maret 2023 dari <https://www.newkairos.co/eternity-girl-band-k-pop-cantik-tapi-bukan-manusia/>.
- Park, J. (2022). Theorizing the Korean Wave| Virtual Technology in Netflix K-Drama: Augmented Reality, Hologram, and Artificial Intelligence. *International Journal of Communication*, 17, 130-148.
- Pramiswara, I. G. A. N. A. (2021). Fotografi sebagai Media Komunikasi Visual dalam Promosi Budaya. *Danapati: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 126-138.
- Prayhogi, I. & Kaulam, S. (2016). Penciptaan Video Musik dengan Materi Performance Art. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, 4(2), 336-342.
- Pulse9. (2021). *Eternity: I'm Real Official M/V* [image]. Diakses pada 22 Maret 2023 dari <https://www.youtube.com/watch?v=XQMg8-Ku3JI>.
- Pulse9. (2022). *Eternity DTDGGMGN MV*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://www.youtube.com/watch?v=EYIdOXjwOOE>.
- Pulse9. (2022). *Eternity Paradise MV*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://www.youtube.com/watch?v=LXnGZA5xHtw>.
- Pulse9. (2022). *Eternity: Paradise MV Behind the Scene* [image]. Diakses pada 22 Maret 2023 dari

- <https://www.youtube.com/watch?v=dnf9F1cHNY&list=PLnjZNYs4tTMYnL07mBUwQxmKhysF5q6Oy>.
- Pulse9.me. (n.d). *Virtual Idol: Eternity*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <http://www.pulse9.net/eternity>.
- Purnama, S. (2010). Elemen Warna dalam Pengembangan Multimedia Pembelajaran Agama Islam. *Al-bidayah: Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 2(1). 113-129.
- Putra, G. L. A. K. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi dalam Media Youtube. *SENADA (Seminar Nasional, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, 2, 259-265.
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Putri, I. (2018). Komunikasi Non Verbal (Makna Kinesik) Pesulap Dalam Pertunjukan Sulap Klasik. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 18(1). 56-73.
- Rafif, A. H. N., Yuanita, R., & Permatasari, T. (2021). Korean Wave: Strategi Pelaku Industri di Korea dalam Menghadapi Tantangan di Tengah Pandemi Covid-19. *Frequency of International Relations (FETRIAN)*, 3(2), 103-133.
- Raharjo, T. W. (2020). *Respon terhadap Merek karena Pengaruh Gangguan Penayangan Iklan di Youtube*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Rahmawati, F. (2023). *Girlgroup MAVE Debut! Idol K-Pop Virtual Pertama Berteknologi AI*. Diakses pada 30 Maret 2023 dari <https://sampaijauh.com/girlgroup-mave-debut-idol-kpop-virtual-pertama-berteknologi-ai-29197>.
- Ranti, S. (2023). *Apa Itu Artificial Intelligence? Definisi, Jenis-jenis, dan Contoh Penerapannya*. Diakses pada 1 Agustus 2023 dari <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/09/17000087/apa-itu-artificial-intelligence-definisi-jenis-jenis-dan-contoh-penerapannya-?page=all>.
- Reynata, A. V. E. (2022). Penerapan Youtube sebagai Media Baru dalam Komunikasi Massa. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(02), 96-101.

- Rezky, M. P., dkk. (2019). Generasi Milenial yang Siap Menghadapi Era Revolusi Digital (Society 5.0 dan Revolusi Industri 4.0) di Bidang Pendidikan melalui Pengembangan Sumber Daya Manusia. In *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS)*, 2(1), 1117-1125.
- Rezky, S. F., dkk. (2022). *Buku Ajar Desain Grafis I*. Sumatera Utara: Penerbit Cattleya Darmaya Fortuna.
- Rohida, L. (2018). Pengaruh Era Revolusi Industri 4.0 terhadap Kompetensi Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 114-136.
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Russell, S. J. & Norvig, P. (2010). *Artificial Intelligence A Modern Approach* (3<sup>rd</sup> ed). New Jersey: Pearson Education.
- Salamah, U. (2016). *Perspektif Teori Postmodern terhadap Problema Sosial Politik Kontemporer*. Malang: Media Nusa Creative.
- Salman, F. M. & Abu-Naser, S. S. (2022). Classification of Real and Fake Human Faces Using Deep Learning. *Internasional Journal of Academic Engineering Research (IJAER)*, 6(3). 1-14.
- Santoso, B., Aziz, A. I. S., Zohrahayaty. (2020). *Machine Learning & Reasoning Fuzzy Logic Algoritma, Manual, Matlab, & Rapid Miner*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Santoso, P., Abijono, H., Anggreini, N. L. (2021). Algoritma Supervised Learning dan Unsupervised Learning dalam Pengolahan Data. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 4(2), 315-318.
- Saptamaji, R. (2022). *AI Art, Tantangan Terbaru untuk Para Desainer dan Seniman Digital*. Diakses pada 11 Juni 2023 dari <https://hybrid.co.id/post/ai-art-tantangan-terbaru-untuk-para-desainer-dan-seniman-digital>.
- Saragih, M. Y. (2018). Media Massa dan Jurnalisme: Kajian Pemaknaan antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 81-92.




- Setiawan, W. (2020). *Deep Learning Menggunakan Convolutional Neural Network: Teori dan Aplikasi*. Malang: Media Nusa Creative.
- Shelavie, T. (2021). *Girl Group Baru akan Segera Debut, Semua Membrnya Dibuat dengan Kecerdasan Buatan*. Diakses pada 2 Agustus 2023 dari <https://www.tribunnews.com/seleb/2021/03/17/girl-group-baru-akan-segera-debut-semua-membrnya-dibuat-dengan-kecerdasan-buatan>.
- Shodiq, L. J. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif (Perspektif bidang Ilmu Sosial)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Siregar, A. S., dkk. (2022). Analisis Use and Gratification dalam Menentukan Strategi Dakwah Virtual. *An Nadwah*, 28(2), 1-12.
- Sitasari, N. W. (2022). Mengenal Analisa Konten dan Analisa Tematik dalam Penelitian Kualitatif. *Forum Ilmiah* 19(1), 77-84.
- Siyoto, S. & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Sofyan, A. F., & Purwanto, A. (2008). *Digital Multimedia*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sore, U. B., & Sobirin. (2017). *Kebijakan Publik*. Makassar: CV SAH MEDIA.
- Subakti, H. (2022). *Artificial Intelligence: Definisi Kecerdasan Buatan*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0 (Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective). *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 22(2), 175-191.
- Sukendro, G. G., dkk. (2022). *Komunikasi Anak Muda dan Perubahan Sosial*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sultan, D. A. & Ibrahim, M. (2022). A Comprehensive Survey on Deepfake Detection Techniques. *Internasional Journal of INTELLIGENT SYSTEMS AND APPLICATIONS IN ENGINEERING (IJISAE)*, 10(3), 189-202.

- Supriyadi, E. I., & Asih, D. B. (2020). Implementasi Artificial Intelligence (AI) di Bidang Administrasi Publik pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal RASI*, 2(2), 12-22.
- Tionardus, M. (2022). *Perbedaan Idol K-Pop Generasi 1,2,3,4*. Diakses pada tanggal 2 Agustus 2023 dari <https://entertainment.kompas.com/read/2022/08/29/145429666/perbedaan-idol-kpop-generasi-1-2-3-4?page=all>.
- Triningtyas, D. A. (2016). *Komunikasi Antar Pribadi*. Jawa Timur: CV. AE Medika Grafika.
- Ummah, A. H. (2021). *Manajemen Industri Media Massa*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Umrati., Wijaya, H. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Utama, A. B. P. & Wibawa, A. P. (2021) Aliran Filsafat dan Progresivisme Teknologi Artificial Intelligence. *Jurnal Inovasi Teknik dan Edukasi Teknologi*, 1(8), 571-583.
- Valenciana, C., Pudjibudojo, J. K. (2022). Korean Wave: Femonema Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 8(2), 205-214.
- Vyas, H. (2020). Deep Fake Creation by Deep Learning. *International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET)*, 7 (7). 960-963.
- Wahyuningsih, S. (2015). *Desain Komunikasi Visual*. Madura: UTM PRESS.
- Wahyuningsih, S. (2019). *Film dan Dakwah*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Wibowo, H. S. (2021). *SEO Youtube untuk Pemula*. Semarang: Tiramedia.
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis dan Komprehensif*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Yektiningsih, D. (2010). *Mengubah Ide Menjadi Duit: Peluang Tanpa Batas pada Industri Kreatif*. Yogyakarta: Medpress.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.





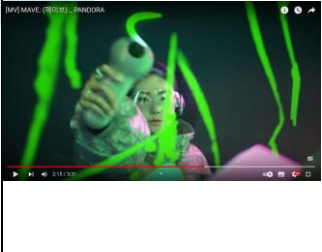


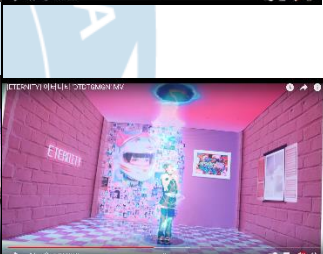
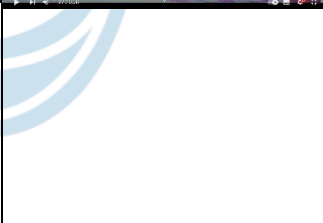




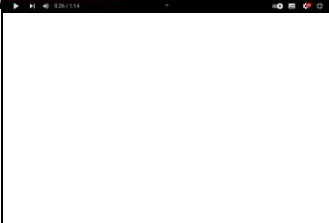

Zhafirah, N. N. (2023). *Idol K-Pop Berbasis AI, Mampukah Menggantikan Peran Manusia?*. Diakses pada 11 Juni 2023 dari <https://kumparan.com/hengkikrisbia/idol-k-pop-berbasis-ai-mampukah-menggantikan-peran-manusia-1zwVBmt9U8Z/full>.



**MATRIX PENELITIAN “ANALISIS PESAN VISUAL PADA VIDEO MUSIK K-POP YANG MENGGUNAKAN KECERDASAN BUATAN (Studi pada *Girlband Eternity dan MAVE*)”**

Kerangka Teori/Konsep	Definisi (Aspek yang ingin diukur)	Pertanyaan/Adegan yang ingin diobservasi	Pandora	DTDTGMGN	Paradise
Pesan Visual	<p>a. Elemen Visual (Lester, 2019, h.16):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Klasifikasi warna</li> <li>2) Arti warna</li> <li>3) Bidang</li> <li>4) Kedalaman (ruang, cahaya, tekstur)</li> <li>5) Gerakan</li> </ol> <p>b. Analisis Visual (Lester, 2019, h. 131):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Produksi</li> <li>2) Identifikasi konten</li> <li>3) Fungsional</li> <li>4) Ekspresi</li> <li>5) Kiasan</li> <li>6) Moral retorik</li> <li>7) Masyarakat atau periode</li> <li>8) Komparatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana penggunaan kombinasi warna primer, sekunder, dan tersier menciptakan harmoni visual yang seimbang atau menyatu pada video musik Eternity dan MAVE?</li> <li>2. Apa dominasi warna yang digunakan pada konsep utama video klip Eternity dan MAVE?</li> <li>3. Apa makna dari penggunaan warna ungu, biru, dan abu-abu</li> </ol>			




Kerangka Teori/Konsep	Definisi (Aspek yang ingin diukur)	Pertanyaan/Adegan yang ingin diobservasi	Pandora	DTDTGMGN	Paradise
	<p>c. Teknik pengambilan gambar (Bonafix, 2011, h. 850):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) <i>Bird eye view</i></li> <li>2) <i>High angle</i></li> <li>3) <i>Low angle</i></li> <li>4) <i>Eye level</i></li> <li>5) <i>Frog eye</i></li> </ol> <p>d. Transisi (Khairi, et al, 2023, h. 3):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) <i>Fade in</i></li> <li>2) <i>Fade out</i></li> </ol>	<p>dalam video musik tersebut?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Apa bentuk yang dihasilkan dari penggunaan bidang geometri dan non-geometris pada video musik Eternity dan MAVE?</li> <li>5. Bagaimana komposisi ruang, pencahayaan, dan tekstur sehingga menciptakan kedalaman visual dan efek 3D dalam video musik Eternity dan MAVE?</li> <li>6. Bagaimana penggunaan efek khusus atau teknik sinematik tertentu dalam video musik Eternity dan</li> </ol>	    	    	    

Kerangka Teori/Konsep	Definisi (Aspek yang ingin diukur)	Pertanyaan/Adean yang ingin diobservasi	Pandora	DTDTGMGN	Paradise
		<p>MAVE yang meningkatkan pengaruh gerakan nyata (<i>real movement</i>)?</p> <p>7. Apa elemen utama yang dominan muncul dan menjadi ciri khas dalam video klip Eternity dan MAVE?</p> <p>8. Bagaimana suatu simbol visual yang muncul pada video musik Eternity dan MAVE memiliki daya tarik dan menghasilkan suatu makna?</p> <p>9. Bagaimana karya visual dalam video musik Eternity dan MAVE mencerminkan budaya pada waktu tertentu</p>			

<b>Kerangka Teori/Konsep</b>	<b>Definisi (Aspek yang ingin diukur)</b>	<b>Pertanyaan/Adegan yang ingin diobservasi</b>	<b>Pandora</b>	<b>DTDTGMGN</b>	<b>Paradise</b>
		<p>sehingga menghasilkan pesan-pesan kepada generasi mendatang?</p> <p>10. Apa teknik pengambilan gambar yang dominan digunakan untuk menyoroti objek utama dalam video klip tersebut?</p> <p>11. Bagaimana penggunaan transisi <i>fade in</i> dan <i>fade out</i> pada setiap perpindahan adegan?</p>			
<p>Hiperrealitas</p>	<p>Hiperrealitas menurut Baudrillard (Andreas, 2020, h. 33):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Simulasi</li> <li>2) Simulakrum</li> </ol>	<p>1. Bagaimana hiperrealitas tercermin pada Eternity dan MAVE sebagai manusia virtual?</p>			

Kerangka Teori/Konsep	Definisi (Aspek yang ingin diukur)	Pertanyaan/Adegan yang ingin diobservasi	Pandora	DTDTGMGN	Paradise
<p><i>Artificial Intelligence dalam Komunikasi</i></p>	<p>Karakteristik avatar (Ghazali, <i>et al.</i>, 2018, h. 2):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Fitur fisik</li> <li>2) Gerakan kepala dan karakteristik wajah</li> <li>3) Gerakan pandangan dan kelopak mata</li> <li>4) Gestur tubuh</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana kondisi fisik avatar berdasarkan bentuk tubuh, warna kulit, warna bibir, dan karakteristik wajah anggota Eternity dan MAVE?</li> <li>2. Apa gaya rambut dominan yang digunakan sebagai ciri khas untuk membedakan masing-masing personel?</li> <li>3. Bagaimana kostum dan penggunaan aksesoris yang dominan digunakan dalam video musik</li> </ol>			

Kerangka Teori/Konsep	Definisi (Aspek yang ingin diukur)	Pertanyaan/Adegan yang ingin diobservasi	Pandora	DTDTGMGN	Paradise
		<p>Eternity dan MAVE?</p> <p>4. Bagaimana sinkronisasi gerakan pandangan dan kelopak mata pada avatar?</p> <p>5. Bagaimana gestur tubuh dan sinkronisasi gerak avatar saat melakukan koreografi?</p>			
Youtube	<p>Fitur utama dalam algoritma Youtube (Wibowo, 2021, h. 8):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) <i>Engagement</i> (komentar, <i>likes</i>, <i>share</i>)</li> <li>2) Metadata (judul video, <i>keywords</i>, deskripsi konten)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana respon penonton tercermin melalui kolom komentar, <i>likes</i>, atau <i>share</i> terkait penerimaan dan apresiasi terhadap video musik Eternity dan</li> </ol>			

Kerangka Teori/Konsep	Definisi (Aspek yang ingin diukur)	Pertanyaan/Adegan yang ingin diobservasi	Pandora	DTDTGMGN	Paradise
		<p>MAVE sebagai grup virtual?</p> <p>2. Apakah ada penggunaan fitur <i>subtitle</i> pada video musik Eternity dan MAVE untuk memudahkan penonton memahami lirik dalam musiknya?</p>			
Video Musik	<p>Dua jenis video musik, yakni <i>performance oriented</i> dan <i>conceptual oriented</i> (Joe Gow dalam Lola &amp; Meritsheba, 2013, h. 170-171).</p>	<p>1. Bagaimana metode <i>the special effect extravaganza</i> pada jenis video musik <i>performance oriented</i> dimunculkan dalam video musik Eternity dan MAVE?</p> <p>2. Bagaimana penggunaan <i>conceptual oriented</i> meliputi penggunaan</p>	 	 	 

Kerangka Teori/Konsep	Definisi (Aspek yang ingin diukur)	Pertanyaan/Adean yang ingin diobservasi	Pandora	DTDTGMGN	Paradise
		<p>properti pada video klip Eternity dan MAVE menggambarkan pesan tertentu sesuai dengan konteks lagu?</p>			
<p><i>Girlband</i></p>	<p>Faktor meningkatnya popularitas <i>girlband</i> K-Pop (Sari &amp; Jamaan (dalam Valenciana &amp; Pudjibudojo, 2022, h. 211):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Konsep grup</li> <li>2) Genre musik</li> <li>3) Daya tarik fisik personil</li> <li>4) Kemampuan vokal dan tari</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana personil grup berinteraksi satu sama lain dalam video musik tersebut?</li> <li>2. Apakah terdapat elemen koreografi atau gerakan khas yang membedakan grup ini dengan grup lainnya?</li> </ol>	