

Penggunaan Teknologi *AI Metahuman* Pada Konser Musik Dalam Memberikan Persepsi Makna Kepada Penggemar

Nurshal Imtina Wicaksono¹, Husnita²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia,
nurshalwicax@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom.
husnita@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pada tahun 2024 kemarin, publik dihebohkan dengan kemunculan Nike Ardilla dalam bentuk *AI Metahuman*. Penggunaan teknologi ini tentunya memberikan pertanyaan besar bagi kita mengenai bagaimana penggemar dapat memaknai kehadiran Nike Ardilla dalam bentuk digital ini, serta bagaimana interaksi yang terjalin antara manusia dengan teknologi digital tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha menjawab bagaimana respon penggemar terkait kemunculan Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman*, serta bagaimana interaksi yang terjalin di antara keduanya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam kepada penggemar, pihak keluarga Nike Ardilla, pembuat *Metahuman* Nike Ardilla, dan perancang konser *Synchronize Fest 2024*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pada aspek fungsional, penggunaan *AI Metahuman* berhasil menghidupkan kembali Nike Ardilla sebagai sosok idola, ke atas panggung. Selanjutnya pada aspek relasional, penggemar merasa untuk mendapatkan kedekatan emosional dengan bentuk *Metahuman* Nike Ardilla perlu imajinasi dari penonton agar bisa membayangkan bahwa itu merupakan Nike Ardilla, bukan teknologi. Terakhir pada aspek metafisik, walaupun Nike Ardilla berhasil dimunculkan kembali dalam bentuk teknologi, penggemar tetap menyadari bahwa sekali teknologi tetap teknologi. Tidak bisa menggantikan peran manusia asli. Selain itu juga konser *Synchronize Fest 2024* berhasil memfasilitasi interaksi antara *Metahuman* Nike Ardilla dengan penggemarnya.

Kata Kunci : *Metahuman, Kehadiran, Interaksi, Respon.*

I. PENDAHULUAN

Komunikasi berasal dari kata latin *communicare* yang memiliki arti “membuat sama” dan *communis* yang artinya “sama”. Secara definisi, komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari pengirim pesan, kepada penerima pesan, yang menimbulkan *feedback* atau umpan balik tertentu. Proses komunikasi pada dasarnya merupakan proses penyampaian pikiran ataupun perasaan, yang dapat berupa informasi, gagasan, dan lain sebagainya. Pada dasarnya komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan kepada orang yang banyak. Komunikasi massa merupakan kegiatan pengiriman pesan melalui media massa yang diperuntukkan kepada sejumlah besar orang. Komunikasi massa sendiri memiliki beberapa fungsi, yakni fungsi penafsiran, fungsi pengawasan, fungsi penyebaran nilai, fungsi pertalian, dan fungsi hiburan (Dominick, 2000).

Di dunia digital seperti sekarang ini, manusia berkomunikasi banyak melalui media digital. Hal ini mengacu pada data pengguna media sosial di Indonesia yang tembus di angka 140 juta pengguna, dan jumlah pengguna internet di Indonesia yang ada di angka 212 juta pengguna, per Januari 2025 (DataReportal, 2025). Peran komunikasi digital disini sangatlah penting. Karena media komunikasi digital memungkinkan penggunaannya untuk dapat berinteraksi, berbagi informasi, dan terhubung dengan cepat di seluruh dunia (Alimin dan Islami, 2022). Dengan adanya inovasi-inovasi teknologi yang semakin modern dapat menghasilkan media baru dalam menyebarkan pesan-pesan

komunikasi. Contohnya adalah kemunculan teknologi *Artificial Intelligence (AI)*. Kehadiran *AI* sangat membantu aktivitas manusia. Menurut laporan dari *Schwartz Reisman Institute* yang berjudul *Global Public Opinion on AI*, menunjukkan sebanyak 65% responden di Indonesia menyatakan bahwa kehadiran *AI* menjadikan hidup lebih baik.

Pada tahun 2024, publik Indonesia digemparkan oleh penggunaan teknologi *AI Metahuman* pada konser musik yang digunakan untuk memunculkan kembali legenda musik tanah air, Nike Ardilla. Sebelumnya, teknologi semacam ini telah diterapkan di beberapa konser musik di tanah air. Contohnya pada festival musik reggae *Island Vibes Reggae Party* yang berlangsung selama Juli hingga Agustus 2024 di 10 kota (Republika.co.id). Teknologi *Hologram* berbasis *AI* digunakan dalam pegelaran musik ini untuk memunculkan kembali vokalis grup musik *Steven and Coconut Treez*, Steven Nugraha Kaligis alias Tepeng. Seperti yang kita ketahui, Steven telah wafat pada 2021 lalu akibat penyakit ginjal. Namun siapa sangka, penonton dapat kembali melihat tiruan dirinya tampil di atas panggung dalam bentuk hologram. Munculnya kembali Steven dalam bentuk hologram disambut baik oleh penggemar. Penonton dapat terlarut dengan lagu-lagu yang dibawakan oleh hologram Steven dan juga grup musik *Steven and Coconut Treez* (Lombok Post). Contoh lain adalah pada pagelaran konser *Glenn Fredly 25 Years of Music* dimana sosok legenda Glenn Fredly yang telah wafat pada 2020 silam, kembali ditampilkan kembali menggunakan teknologi hologram (JPNN.com).

Berkembangnya teknologi *AI Metahuman* ini dapat digunakan sebagai penyambung komunikasi yang telah terjalin antara musisi dengan penggemarnya. Terutama bagi musisi-musisi lama yang telah tiada. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dkk (2024) terkait penggunaan hologram untuk memunculkan kembali Glenn Fredly di atas panggung, terdapat pengaruh dari teknologi yang digunakan terhadap interaksi kepada penggemar. Teknologi ini dapat menjadi jembatan antara sang artis dengan penggemarnya, meskipun sang artis telah tiada. Teknologi hologram yang mampu meniru persis bagaimana bentuk serta gerakan secara presisi memberikan ilusi seolah-olah Glenn Fredly benar-benar berada di atas panggung menyapa penggemarnya. Selain itu juga, teknologi hologram yang digunakan bukan hanya memberi sensasi kehadiran Glenn Fredly, tapi juga memungkinkan terjadinya interaksi dengan penggemar melalui gerakan, ekspresi wajah, dan berbicara kepada penggemarnya. Selain itu dijelaskan juga bahwa penggunaan teknologi ini dapat memfasilitasi pengalaman emosional bagi para penggemar. Dengan menampilkan kembali artis-artis legenda yang telah tiada tentunya akan membawa penggemar kembali bernostalgia dan menghidupkan kembali kenangan-kenangan indah penggemar.

Baru-baru ini, teknologi *AI Metahuman* digunakan dalam pagelaran konser *Synchronize Fest 2024* untuk memunculkan kembali salah satu musisi legenda tanah air, Nike Ardilla (detik.com). Sang legenda yang telah wafat tiga puluh tahun silam itu muncul kembali menggemarkan penonton yang hadir dalam rangkaian acara *Synchronize Fest 2024*. Pada malam itu, *Metahuman* Nike Ardilla tampil kembali membawakan lagu-lagu *hits*-nya seperti “Seberkas Sinar” dan juga “Bintang Kehidupan”. Tak hanya tampil membawakan lagu-nya, *Metahuman* Nike Ardilla juga sempat menyapa penonton yang hadir. “Apa kabar *Synchronize Fest*? Terima kasih semua yang sudah hadir disini. *I love you too*, bagaimana lagu selanjutnya? Lagu yang ada bintang-bintangnya. Bintang Kehidupan,” begitulah *Metahuman* Nike Ardilla saat menyapa penonton yang hadir di *Synchronize Fest 2024*. Kemunculan Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman* ini sontak membuat penonton terkagum. Bagaimana tidak, Nike Ardilla yang telah lama wafat muncul kembali dan berinteraksi dengan penggemarnya dengan membawakan lagu-lagu *hits*-nya dan juga kerap kali menyapa penggemarnya.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis tergugah untuk melakukan penelitian terhadap fenomena kemunculan Nike Ardilla dalam bentuk *AI Metahuman*. Penelitian ini nantinya akan menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini akan melihat bagaimana penggemar memaknai kehadiran Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman*. Penulis juga ingin menggali bagaimana pagelaran *Synchronize Fest 2024* dapat menjembatani interaksi antara *Metahuman* Nike Ardilla dengan penggemar yang hadir.

Setelah melakukan analisis terhadap penelitian-penelitian terdahulu terkait fenomena yang berkaitan dengan penelitian ini, maka ditemukan beberapa perbedaan. Pada penelitian (Prasetyo dkk, 2024) yang berjudul “*Analisis Konsep Seni dan Kreativitas dalam Konser Hologram Glenn Fredly: 25 Years of Music*” ditemukan hasil penelitian bahwa penggunaan teknologi hologram tidak hanya sekedar memunculkan musisi ke atas panggung konser, tetapi juga mendorong interaksi dengan penggemarnya. Penggunaan hologram dinilai berhasil menjembatani pertemuan

antara sang musisi yang telah tiada dengan penggemar-penggemarnya. Penonton juga berhasil merasakan kehadiran sang artis di tengah-tengah mereka, walaupun hanya dalam bentuk digital.

Penelitian kedua berjudul *"Holographic ABBA: Examining Fan Responses to ABBA's Virtual Live Concert"*. Penelitian yang dilakukan oleh Justin Matthews dan Angelique Nairn pada 2023 ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon orang-orang di media sosial tentang konser virtual group band ABBA. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya respon publik yang beragam. Beberapa menyoroti kemajuan teknologi yang dapat menggantikan peran manusia. Beberapa menyoroti nilai nostalgia konser tersebut. Ada pula yang menyoroti pengalaman menonton yang berbeda karena menggunakan teknologi dalam menggantikan peran manusia. Namun ada pula yang khawatir konser semacam ini akan menghilangkan nilai keaslian konser karena tidak adanya unsur spontanitas dan interaksi dengan sang musisi.

Selanjutnya pada penelitian (Joao Pedro Cachopo, 2022) yang berjudul *"Callas and Hologram: A Live Concert with a Dead Diva"* menunjukkan hasil penelitian bahwa dimensi visual yakni hologram dan juga rekaman suara saling berkaitan dalam upaya menghadirkan kembali sosok Callas ke atas panggung. Artinya bentuk hologram dari Callas dipadukan dengan rekaman suara agar penonton merasa seperti menonton bentuk aslinya. Pertunjukkan ini juga tetap menonjolkan keunikan dari sang artis meskipun yang tampil hanya bentuk digital. Selanjutnya fenomena konser Callas ini menggambarkan ketertarikan ganda, yakni rasa penasaran terhadap Callas sebagai ikon, dan juga rasa ingin tahu bagaimana teknologi dapat memberikan efek nyata pada konser ini.

II. TINJAUAN LITERATUR

1. Komunikasi Massa

Menurut Bittner (1989), komunikasi massa merupakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang. Komunikasi massa digunakan untuk menyampaikan pesan yang ditujukan kepada penerima pesan yang berjumlah besar. Oleh karena itu, komunikasi dilakukan melalui saluran yang dapat menyalurkan pesan-pesan komunikasi kepada khalayak yang banyak. Sedangkan menurut Vera (2016), komunikasi massa adalah salah satu jenis komunikasi yang menggunakan media yang dapat menjangkau oleh orang banyak yang tersebar di berbagai penjuru dunia.

Helbert Blumer (dalam Mc Quail, 2011), memberikan definisi terkait massa sebagai jenis baru dari bentukan sosial di dalam masyarakat modern, dan membandingkannya dengan bentuk lain, seperti kelompok, kerumunan, dan publik. Pada kelompok kecil, anggota di dalamnya saling mengenal satu sama lain, menyadari keanggotaan mereka, saling berbagi nilai, memiliki struktur hubungan yang stabil, dan saling berinteraksi dalam rangka mencapai tujuan bersama. Sedangkan kerumunan, umumnya memiliki jumlah yang lebih banyak dibandingkan dengan kelompok kecil. Namun kerumunan bersifat sesaat sehingga kemungkinannya kecil akan terbentuk lagi dengan komposisi yang sama. Selain itu, dalam kerumunan juga tidak ada struktur yang pasti. Publik kebanyakan berukuran besar, tersebar luas, dan tahan lama. Publik terbentuk akibat adanya isu atau masalah pada masyarakat, tujuannya adalah untuk membangun opini dan mencapai perubahan politik.

Dalam Vera (2016) disebutkan beberapa ciri-ciri dari komunikasi massa, diantaranya :

1. Komunikator Terlembaga

Tentu kita memahami bahwa komunikasi massa menggunakan media/saluran yang dapat menyalurkan pesan-pesan komunikasi ke sejumlah besar orang. Maka penyampaian pesan harus dilakukan terlembaga. Menurut Wright, pemberi pesan dalam komunikasi massa bergerak dalam organisasi yang kompleks, yang terdiri dari beberapa orang yang memiliki tanggung jawabnya masing-masing.

2. Khalayak Sasaran

Ciri yang selanjutnya dari komunikasi massa adalah khalayaknya yang bersifat luas, heterogen, dan anonim. Khalayak komunikasi massa tersebar dan tidak dibatasi oleh geografis. Selain itu juga, khalayak komunikasi massa terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda dan biasanya tidak mengenal satu sama lain.

3. Isi Pesan
Pesan dalam komunikasi massa bersifat umum. Artinya pesan ditujukan bukan untuk sekelompok orang tertentu. Bahasa yang digunakan juga sebisa mungkin dapat dimengerti oleh semua kalangan.
4. Waktu Penyampaian
Komunikasi massa memiliki waktu penyampaian yang cepat dan dapat menjangkau banyak orang dimanapun mereka berada, dan siapapun mereka.
5. Bersifat Satu Arah
Proses komunikasi yang terjadi di dalam komunikasi massa bersifat satu arah. Jadi komunikan tidak bisa memberikan tanggapan terhadap pesan yang baru ia terima dari komunikator.
6. Mengutamakan Isi Daripada Hubungan
Di dalam proses komunikasi, selalu melibatkan unsur isi pesan dan unsur hubungan. Namun, pada komunikasi massa, unsur isi lebih diutamakan daripada unsur hubungan.
7. *Feedback* yang Tertunda (*Delayed Feedback*)
Umpan balik dalam komunikasi bersifat tertunda. Hal ini dikarenakan sifat komunikasi massa yang satu arah.
8. Stimulasi Alat Indera yang Terbatas
Dalam komunikasi massa, alat indera yang digunakan juga bergantung pada media massa apa yang digunakan.

Masih di dalam Vera (2016), dijelaskan beberapa fungsi dari komunikasi massa menurut para ahli komunikasi, diantaranya adalah :

1. Informasi
Komunikasi massa menyajikan berbagai informasi tentang sebuah peristiwa maupun kejadian yang terjadi di masyarakat, baik itu di dalam, maupun di luar negeri. Informasi yang disediakan pun bermacam-macam. Dapat berupa politik, ekonomi, kesehatan, sosial, dan lain-lain.
2. Pendidikan
Walaupun sumber utama pendidikan masyarakat adalah pendidikan formal seperti sekolah dan perguruan tinggi, namun media massa juga secara tidak langsung memberikan beberapa informasi yang dapat menambah wawasan bagi khalayak. Masyarakat dilatih untuk dapat berpikir kritis dalam menyikapi beberapa informasi politik, ekonomi, sosial budaya, hukum dan lain sebagainya. Selain itu juga, beberapa tayangan di televisi maupun film juga mengandung pesan moral yang dapat digunakan di kehidupan sehari-hari.
3. Hiburan
Fungsi hiburan dalam komunikasi massa ditujukan untuk pengalihan perhatian dan juga dapat meredakan ketegangan sosial yang terjadi. Banyak acara-acara hiburan yang dapat kita jumpai di berbagai media massa.
4. Fungsi Meyakinkan
Fungsi meyakinkan dalam komunikasi massa dapat berupa mengukuhkan sikap, mengubah sikap, menggerakkan, menawarkan etika atau sistem nilai tertentu, dan menganugerahkan status.
5. Fungsi Membius
Fungsi membius berarti ketika media memberikan informasi sesuatu, audiens percaya bahwa suatu tindakan telah diambil. Sebagai akibatnya, audiens tahu bahwa ia telah terbius oleh informasi tersebut.
6. Menciptakan Rasa Kebersamaan
Fungsi komunikasi massa yang selanjutnya adalah kemampuan media massa yang dapat membuat kita merasa menjadi bagian dari suatu kelompok. Misalnya ketika sedang mendatangi konser musik sendirian, ketika kita mulai ikut bernyanyi bersama penonton lainnya kita merasa telah menjadi bagian dari mereka.
7. Integrasi dan Empati
Indonesia merupakan negara yang masyarakatnya terdiri dari berbagai suku dan budaya. Dengan banyaknya informasi yang ditampilkan melalui media massa, audiens semakin terbuka terhadap suku-suku lain di Indonesia. Jika semula seseorang memiliki prasangka buruk terhadap suku lain, maka lambat laun ia akan mulai memahami dan menerima keberagaman suku di Indonesia. Media massa juga dapat memberikan rasa empati kepada masyarakat. Ketika media massa memuat berita mengenai musibah yang terjadi di suatu

daerah, khalayak yang melihat tentu akan tergugah hatinya untuk ikut merasa sedih. Dengan munculnya rasa empati ini dapat membantu jalannya peran sosial di dalam masyarakat.

8. Transmisi Budaya
Melalui fungsi transmisi budaya, komunikasi massa dapat melestarikan dan mewariskan nilai-nilai sosial ke generasi selanjutnya.
9. Pengawasan
Fungsi pengawasan disini dapat dikatakan bahwa media massa sebagai alat untuk *memonitor* kejadian apa yang terjadi di masyarakat. Menurut Dominick (2001), pengawasan atau *surveillance* dibagi menjadi dua, diantaranya :
 - a. *Beware Surveillance* (pengawasan peringatan), yaitu ketika ada pemberitaan mengenai peringatan bencana alam, inflasi, atau adanya serangan militer.
 - b. *Instrumental Surveillance* (pengawasan instrumental), yaitu penyampaian informasi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Seperti naiknya harga kebutuhan pokok, resep masakan, dan lain sebagainya.
10. Meningkatkan Aktivitas Politik
Media massa juga berfungsi sebagai sarana sosialisasi politik. Masyarakat dapat belajar mengenai seluk-beluk politik yang sedang hangat dibicarakan lewat media massa. Seperti pada saat menjelang pemilu, masyarakat dapat mengetahui bagaimana cara mencoblos kandidat, megnetahui visi dan misi dari masing-masing kandidat, dan lain sebagainya.

2. Human-Machine Communication

Seiring berkembangnya teknologi komunikasi, di jaman sekarang ini teknologi bukan hanya berperan sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai komunikator. Menurut Guzman (2018) *Human-Machine Communication* adalah penciptaan makna antara manusia dengan mesin, serta studi terkait pembuatan makna dan aspek-aspek terkaitnya. HMC memiliki fokus pada interaksi manusia dengan teknologi yang dirancang sebagai subjek yang komunikatif. Di dalam HMC, teknologi dikonseptualisasikan sebagai lebih dari sekadar saluran komunikasi, tetapi juga memiliki peran sebagai komunikator.

Artificial Intelligence atau *AI* merupakan salah satu kemajuan teknologi komunikasi. Teknologi ini sudah mulai mirip makhluk hidup asli dan juga komunikatif (Guzman dan Lewis, 2020). *AI* komunikatif dirancang untuk dapat berfungsi sebagai komunikator dan dapat melakukan aktivitas komunikasi yang sebelumnya dikaitkan dengan manusia. Tanpa disadari orang-orang kini sudah banyak berkomunikasi dengan beberapa *AI* komunikatif, seperti *Siri* dari Apple dan *Alexa* dari Amazon. Pada kejadian seperti di atas, tanpa disadari orang telah memperlakukan teknologi dan manusia sebagai komunikator. Pada Guzman dan Lewis (2020) dijelaskan, terdapat tiga aspek *AI* sebagai komunikator, yaitu :

1. Aspek fungsional
Aspek ini membahas bagaimana teknologi *AI* dirancang sebagai komunikator, dan bagaimana pandangan orang-orang terkait hal ini. Dalam HMC pertanyaan “dengan siapa seseorang berinteraksi?” bergeser menjadi “dengan apa mereka berkomunikasi?”. Apa yang ingin digali dalam aspek ini adalah mempelajari bagaimana orang mengonseptualisasikan *AI* sebagai komunikator, termasuk interpretasi orang terhadap atribut teknologi itu yang mirip manusia dan mesin.
2. Aspek relasional
Melalui komunikasi, orang-orang membangun hubungan satu sama lain dan pada akhirnya membentuk masyarakat. Namun, bagaimana jika interaksi yang terjadi antara manusia dengan mesin? Aspek relasional *AI* sebagai komunikator di sini membahas mengenai bagaimana hubungan yang terjalin antara manusia dengan mesin. Bagaimana hubungan emosional yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan mesin.
3. Aspek Metafisik
Aspek ini membahas tentang keberadaan *AI* sebagai komunikator. Dalam penelitian ini, hal ini berkaitan dengan bagaimana teknologi *AI* *Metahuman* dapat menghadirkan kembali sosok Nike Ardilla di tengah-tengah penonton dan kemudian berinteraksi dengan mereka.

3. Teknologi AI Metahuman

Artificial Intelligence atau yang biasa disingkat AI berasal dari Bahasa Inggris yakni kata “*Artificial*” yang berarti buatan, dan juga “*Intelligence*” yang artinya kecerdasan. Apabila kita artikan secara bahasa, maka *Artificial Intelligence* berarti kecerdasan buatan. Menurut Sivasubramanian (2021) *Artificial Intelligence* adalah suatu bidang komputasi yang fokus utamanya pada transmisi kecerdasan dan pemikiran antropomorfik menjadi mesin yang dapat membantu manusia dalam banyak hal. Sedangkan menurut Lavanya (2021) *Artificial Intelligence* adalah studi ilmu sains dan komputer yang menghasilkan sebuah mesin pemrograman cerdas. Ide dari pembuatan AI ini berdasarkan pada kecerdasan manusia, tanpa keterbatasan yang dapat diamati secara biologis.

Artificial Intelligence memiliki banyak cabang. Diantaranya adalah *Metahuman*. Dilansir dari Jawa Pos, *Metahuman* adalah sebuah teknologi AI yang dikembangkan untuk membuat karakter manusia digital dengan tingkat keragaman yang sangat tinggi dengan manusia aslinya. Teknologi AI ini menggunakan teknik pemindaian dari aplikasi animasi untuk menghasilkan karakter digital yang sangat hidup dengan kemiripan nyaris sempurna. Teknologi AI *Metahuman* telah digunakan di beberapa bidang, seperti dalam video game, dan baru-baru ini teknologi AI *Metahuman* juga digunakan di dalam pagelaran konser. Penggunaan AI *Metahuman* di dalam konser adalah untuk memunculkan kembali musisi-musisi lama yang telah tiada.

4. Event

Getz di dalam Wijaya (2020) menjelaskan bahwa *event* adalah suatu peristiwa yang terjadinya hanya sesekali diluar aktivitas manusia pada umumnya. Sedangkan menurut Tjiptono di dalam Adawiyah (2020) *event* adalah sebuah acara atau peristiwa yang diselenggarakan untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu kepada audien sasaran.

Dalam Wijaya (2020), terdapat empat klasifikasi *event*, diantaranya :

1. *Mega Event*

Sesuai dengan namanya, *Mega* berarti sangat besar. Oleh karena itu, *event* ini memiliki skala yang sangat besar, yang paling besar dari keempat kategori *event*. Contohnya adalah Piala Dunia. Piala Dunia merupakan *event* yang sangat mendunia. Karena tak hanya para pecinta sepakbola yang menantikannya, tetapi euforianya juga dapat dirasakan oleh semua lapisan masyarakat.

2. *Hallmark Event*

Hallmark Event ialah suatu *event* yang ditujukan untuk meningkatkan reputasi destinasi tertentu di kancah internasional. Contohnya adalah pagelaran *MotoGP Mandalika* yang diselenggarakan di Pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat. Diselenggarakannya pagelaran *MotoGP* di Pulau Lombok itu sekaligus mempromosikan destinasi-destinasi wisata yang ada di Pulau Lombok ke kancah internasional.

3. *Major Event*

Major Event adalah *event* yang mampu untuk menarik wisatawan lokal, baik dari jumlah pengunjung, media, serta dapat menjadi pemasukan bagi perekonomian lokal. Contoh *event* ini adalah *Synchronize Fest, Jakarta Marathon*, dan lain sebagainya.

4. *Minor Event*

Minor Event adalah *event* yang berskala kecil, yang dihadiri oleh orang-orang tertentu saja. Contohnya adalah pesta ulang tahun, pernikahan, pertandingan olahraga antar desa, dan lain sebagainya.

Event juga dibagi berdasarkan tipe kegiatannya, diantaranya :

1. *Public Event*

Public event merupakan *event* yang dapat dinikmati oleh khalayak umum. Didalamnya terdiri atas festival, *event* penjualan, *event* pendidikan, *event* olahraga, *event* seni dan hiburan, dan *event* bisnis.

2. *Private Event*

Berbeda dengan *public event*, *private event* merupakan *event* yang dihadiri oleh orang-orang tertentu saja. Seperti pesta ulang tahun, pesta pernikahan, reuni akbar, dan lain sebagainya.

5. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2017), metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendalami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya, secara keseluruhan, yang kemudian dideskripsikan menggunakan kata-kata, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif berdasar kepada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti dengan rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran umum dan rumit. Pendekatan yang digunakan merupakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena, baik itu bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas dan keterkaitan antar kegiatan (Sukmadinata, 2011). Dengan menggunakan pendekatan deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan bagaimana penggemar memaknai kehadiran Nike Ardilla dalam bentuk *AI Metahuman*. Selain itu juga peneliti berusaha menjawab bagaimana konser dapat memfasilitasi interaksi antara *Metahuman* dengan penggemar. Penelitian ini menggunakan metode wawancara semi terstruktur, yaitu teknik wawancara yang pada awalnya peneliti menggunakan pertanyaan yang sudah disiapkan, kemudian jawaban dari narasumber diperdalam dengan mengajukan pertanyaan lebih lanjut. Objek penelitian ini merupakan respon penggemar terkait kemunculan Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman*. Sedangkan subjek penelitian ini terdiri atas penggemar Nike Ardilla yang tergabung dalam *Nike Ardilla Fans Club (NAFC)*, pihak keluarga Nike Ardilla, pihak kreator *Metahuman*, dan pihak perancang konser.

6. HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1 Hasil Wawancara

1. Aspek Fungsional

Kemunculan kembali Nike Ardilla pada panggung *Synchronize Fest 2024* tentu saja memberikan babak baru bagi penggemarnya untuk dapat bertemu lagi dengan sang idola. Namun, kemunculan Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman* ini tentu saja memberikan pertanyaan besar, apakah penggunaan teknologi *Metahuman* ini benar-benar dapat menghidupkan kembali Nike Ardilla sebagai seorang legenda, seperti apa yang penggemar selama ini rasakan.

Kemunculan Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman* mendapat berbagai respon dari penggemar. Pak Romi memberikan pernyataan bahwa kemunculan Nike dalam bentuk *Metahuman* ini dapat juga sebagai ajang mengobati rasa rindu.

“Sebenarnya, apapun yang menyangkut Nike, kita sebagai fans pasti akan excited. Entah itu lagu-lagu baru, video klip lama yang muncul lagi, dan lainnya gitu. Pasti kita sebagai fans akan tertarik banget. Apalagi ini ya. Metahuman, konser Metahuman itu kan merupakan sesuatu yang baru ya. Otomatis ketika Synchronize mengadakan acara ini, kita sebagai fans tentunya berharap sesuatu yang spesial. jadi sebagai suatu hiburan yang baru. Untuk mengobati rasa rindu fans gitu.” (Wawancara Romi, 16 Juli 2025).

Pernyataan Pak Romi di atas menunjukkan bahwa selama ini, penggemar sangat merasa kehilangan sosok Nike Ardilla sebagai idola mereka. Oleh karena itu, ia mengaku sangat-sangat bersemangat. Dari konser ini, pastinya ia juga mengharapkan sesuatu yang spesial. Sesuatu yang dapat membayarkan rasa hausnya selama ini, yang penggemar lain juga sepertinya rasakan. Dengan adanya konser ini, ia berharap sesuatu yang bukan hanya sekedar menampilkan Nike Ardilla, namun juga juga dapat memberikan pengalaman nostalgia bersama idolanya yang telah lama tiada. Hal ini juga sama dengan apa yang diucapkan oleh Teh Siti. Ketika dirinya mendengar informasi terkait konser *Metahuman* Nike Ardilla, ia mengaku merasa sangat *excited* dengan konser ini.

“Bagus. Seperti nonton konser aslinya, cuman ini dalam bentuk Metahuman. Makanya pas pertama denger rencana untuk diselenggarakannya konser ini, jujur excited banget.” (Wawancara Siti, 19 Juni 2025).

Tampilnya Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman* tentu saja membuat publik heboh. Hal ini juga menjadi topik pembicaraan yang hangat pada komunitas penggemar. Menurut pengamatan Teh Siti, pada komunitas penggemar, banyak penggemar yang takjub akan penampilan Nike dalam bentuk digital itu. Banyak dari penggemar yang masih tidak percaya Nike Ardilla yang telah meninggal pada 25 tahun silam, sukses dihadirkan kembali di hadapan kembali di *Synchronize Fest 2024*. Menurutnya juga, kemunculan Nike dalam bentuk *Metahuman* banyak menarik rasa

penasaran dari generasi muda. Karena penonton yang hadir mayoritas merupakan anak-anak muda, maka otomatis hal ini dapat menarik rasa penasaran bagi generasi muda. Sehingga konser ini, tidak hanya dijadikan ajang untuk nostalgia bagi penggemar lama, tetapi juga sebagai pengenalan kepada generasi-generasi baru akan Nike Ardilla.

“Untuk di komunitas, kan ngga semuanya nonton langsung, jadi cuma lihat dari media. Tanggapan mereka sih kebanyakan takjub gitu, pada bilang “kaya real, asli”. Yang banyak malah di generasi muda, yang mereka jadi penasaran ke Nike Ardilla. Karena Synchronize ini kan penontonnya rata rata Gen Z. Jadi otomatis menarik minat dari generasi muda. Walaupun sebelumnya memang sudah ada, sudah banyak juga anak anak muda yang tertarik ke Nike Ardilla, tapi setelah konser ini cukup signifikan dampaknya.” (Wawancara Siti, 19 Juni 2025).

Berbeda dengan Teh Siti, menurut Pak Romi, respon penggemar terhadap kemunculan Nike Ardilla dalam bentuk digital ini juga menuai kritik dari penggemar di komunitas. Karena penggemar yang tergabung di komunitas merupakan penggemar fanatik, maka hal-hal yang dirasa kurang cocok oleh mereka maka akan mendapat kritik dari mereka. Banyak dari penggemar-penggemar ini yang mengkritisi penampilan *Metahuman* Nike pada malam *Synchronize*.

“Di komunitas itu, kebanyakan sih pada mengkritisi itu ya. Karena kan yang namanya fans garis keras, jadi ada beberapa orang itu yang melihatnya kaya kurang gitu. Ngelihat kemarin itu lagu-lagunya Nike dibawain sama anak-anak muda. Mereka mengkritisi itu. Mungkin karena kurang sesuai sama gaya lagunya Nike atau gimana gitu. Terus yang mengkritisi si Metahumannya juga ada. Terus mereka itu juga sempet ada beberapa yang membandingkan sama konsernya Melly Goeslaw. Meskipun pas Melly ini ngga sempurna ya, tapi mereka banyak yang penginnya Nike juga dibikin gitu.” (Wawancara Romi, 16 Juli 2025).

Kehadiran Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman* juga memberikan pertanyaan besar mengenai bagaimana fenomena ini dapat memberikan pengaruh emosional kepada penggemar. Menurut penuturan Pak Romi, tentunya kehadiran Nike dalam bentuk *Metahuman* memberikan pengaruh emosional. Namun, dampak yang paling menonjol yang ia rasakan adalah ketika melihat antusiasme anak-anak muda saat *Metahuman* Nike Ardilla tampil. Sebagai penggemar, tentunya ia merasa bangga ketika melihat idolanya dapat dikenal oleh generasi muda. Hal ini menunjukkan bahwa kejayaan Nike, tidak serta merta redup karena sang musisi telah tiada. Namun, musisi itu dapat terus dikenal jika karya-karyanya dapat dikenal oleh generasi muda yang akan meneruskan di masa mendatang.

“Sebagai fans, pasti ada ya. Tapi yang paling menonjol di saya itu adalah ketika saya melihat anak-anak muda yang menonton itu antusias dengerin Nike. Karena Synchronize ini kan mayoritasnya anak anak muda ya. Termasuk yang bawain, band pengiringnya kan juga dari anak anak muda gitu. Jadi terharu aja gitu. Kan anak anak muda ini kebanyakan besar mereka ngga kejamanan ya. Bahkan pas mereka lahir, Nike aja udah meninggal gitu. Tapi mereka bisa tau lagu lagunya, dan antusias banget.” (Wawancara Romi, 16 Juli 2025).

Bagi Teh Siti, saat ia menonton secara langsung Nike Ardilla tampil dalam bentuk *Metahuman*, ia merasa berhasil memenuhi keinginan masa kecilnya, yang tidak bisa terpenuhi. Pasalnya, dulu ia masih anak-anak yang mana akses untuk menonton konser secara langsung pastinya susah. Baik itu untuk memperoleh informasi konsernya, mendapatkan tiketnya, dan juga izin dari orangtua untuk pergi menonton. Oleh karenanya, konser *Metahuman* Nike Ardilla ini dirasa dapat membayar keinginan penggemar yang tidak dapat tercapai pada masa dahulu.

“Ngga kebayang aja gitu saya bisa nonton secara langsung konsernya. Walaupun dalam bentuk Metahuman ya. Soalnya dari dulu kan cuma bisa liat dari TV ya. Terus saya waktu itu masih kecil juga. Dapet info-info konser gitu kan susah ya. Penyebaran informasinya ngga segampang sekarang. Jadi istilahnya ini tuh bisa memenuhi keinginan masa kecil saya.” (Wawancara Siti, 19 Juni 2025).

Menurut penggemar, kemunculan Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman* juga membangkitkan memori-memori masa lalu penggemar. Teh Siti mengungkapkan bahwa saat ia menyaksikan Nike Ardilla tampil kembali dalam bentuk *Metahuman*, ia teringat pada masa-masa kecil dulu saat awal menggemari Nike Ardilla.

“Ya itu, keinget pas jaman jaman pertama kali ngefans. Pas masih kecil ya waktu itu. Kaya keinget gimana ceritanya saya bisa mulai ngefans sama Nike Ardilla. Terus keinget gimana waktu itu susah payahnya buat beli kasetnya. Jaman dulu beli harga 3250 itu. Itu udah mahal banget ya buat seumur-anak SD. Terus sampe nekat juga

cari tau dimana rumahnya Nike. Nyepeda itu saya dari rumah. Terus sekarang bisa nonton konsernya. Meskipun bukan Nike asli ya, karena kan istilahnya ini teknologi ya. (Wawancara Siti, 19 Juni 2025).

Berbeda dengan Teh Siti, menurut Pak Romi kenangan masa lalu tidak hanya muncul saat melihat konser saja. Namun saat mendengarkan lagu-lagu Nike Ardilla juga bisa membangkitkan kenangan masa lalu.

“Sebenarnya kalo untuk keinget kenangan masa lalu ya, kita dengerin lagunya itu juga udah membangkitkan kenangan-kenangan masa lalu. Jadi misa pas lagi dengerin lagu A, terus keinget jaman dulu gitu, pas lagi ngapain gitu. Nah kalo kemaren, karena di Synchronize itu rata rata kan Gen Z yang dateng. Ketika ngelihat penonton penontonnya ini ikut nyanyi bareng kan saya sebagai fans lama, itu jadi surprise gitu. Kalo fans yang nyanyi gitu kan udah biasa ya. Tapi ketika ada orang diluar komunitas, apalagi generasi anak muda, ikut sing-along, ikut menikmati suasana pada saat itu, saya jadi surprise, takjub gitu. (Wawancara Romi, 16 Juli 2025).

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti mengambil kesimpulan bahwa bentuk-bentuk aspek fungsional yang dirasakan oleh penggemar adalah sebagai berikut.

Tabel 1 Hasil Aspek Fungsional

Teori	Temuan
Aspek Fungsional	• Mengobati rasa rindu • Memberikan pengaruh emosional yaitu memenuhi keinginan yang tidak bisa dicapai • Memberikan pengaruh emosional berupa perasaan haru dan bangga saat melihat antusiasme generasi muda • Membangkitkan kenangan lama

Sumber : Olahan Peneliti, 2025

2. Aspek Relasional

Penampilan *Metahuman* Nike Ardilla pada malam pagelaran *Synchronize Fest 2024* membuat penonton yang hadir takjub. Bentuk digital itu bukan cuma membawakan lagu-lagu *hits* Nike Ardilla, namun juga menyapa dan berinteraksi dengan penonton yang hadir. Sese kali, bentuk *Metahuman* Nike Ardilla menyapa seperti “selamat malam *Synchronize Fest*” dan “*Apa kabar?*”. Interaksi *Metahuman* Nike ini, tentunya memberikan pertanyaan besar. Bagaimana interaksi *Metahuman* ini dapat memberikan kedekatan emosional bagi penggemar dengan *Metahuman* Nike Ardilla.

Untuk dapat menjawab pertanyaan itu, perlu untuk mengetahui terlebih dahulu bagaimana konser ini dapat menjadi ruang interaksi antara *Metahuman* Nike Ardilla dengan penggemarnya. Menurut Pak Romi, konser ini berhasil menjadi jembatan interaksi antara *Metahuman* Nike, dengan penggemar. Dengan adanya beberapa sapaan dari *Metahuman* Nike Ardilla, ia menganggap itu dapat menjadi sarana interaksi antara penggemar dengan idolanya yang telah tiada. Karena tentunya banyak pihak, terutama dari kalangan penggemar yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap *project* ini. Penggemar pastinya menginginkan sesuatu yang spesial, sesuatu yang dapat membayar rasa rindu mereka terhadap idola mereka yang telah tiada. Walaupun pada akhirnya, ia menilai interaksi ini masih kurang memuaskan. Dirinya menilai keterbatasan sumber daya, menjadi hambatan dalam pembuatan *Metahuman* ini. Entah itu sumber daya manusianya, teknologi yang masih terbatas terutama di Indonesia, ataupun biaya pembuatannya. Namun, Pak Romi merasa penampilan kemarin pada *Synchronize Fest 2024* sudah dirasa cukup. Walaupun belum benar-benar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh penggemar.

“Ya merasa. Beberapa interaksi si *Metahumannya* ini kaya nyapa, gitu, itu kan juga bisa menjadi sarana interaksi ya. Karena kemaren ini kan dikemas supaya terlihat seakan akan ini sosok asli Nike. Itu yang ingin dicapai kan. Walaupun interaksinya masih kurang ya. Karena kan pasti ada keterbatasan sumber daya dalam pembuatan *Metahumannya* ini ya. Tapi ya untuk yang kemaren ini saya rasa sudah cukup lah ya. Tapi kalo kita berbicara mengejar kesempurnaan ya, ya itu masih butuh banyak peningkatan dan riset ya.” (Wawancara Romi, 16 Juli 2025).

Sama pendapat dengan Pak Romi, menurut Teh Siti, konser ini juga berhasil dalam menjadi jembatan dalam interaksi antara *Metahuman* Nike dengan penggemarnya. Ia juga sepakat bahwa interaksi *Metahuman* ini masih

memiliki beberapa kekurangan. Teh Siti menilai, bentuk *Metahuman* Nike ini masih terlalu monoton, hanya bisa berdiri di tengah. Hal ini membuat jiwa konser seperti menghilang. Pada konser, penonton tentunya akan merasa puas jika musisi yang tampil dapat berjalan kesana-kemari sambil menyapa penonton yang hadir di setiap sudut panggung. Karena bentuk *Metahuman* Nike Ardilla hanya bisa berdiri di tengah, maka penonton tidak bisa merasakan jiwa konser yang sesungguhnya saat sang musisi dapat menghampiri dan menyapa mereka.

"Iya, walaupun terbatas ya. Kaya yang saya bilang tadi, si Metahumannya kan gabisa kesana kemari. Cuma monoton di tengah. Cuma ya ada lah beberapa interaksinya ke penonton. Termasuk yang nyapa kan? Dia nyapa kaya, "assalamualaikum", "selamat malam", terus "apa kabar", gitu. Cuma ya itu, masih terbatas juga." (Wawancara Siti, 19 Juni 2025).

Lebih lanjut, peneliti ingin mengetahui kekurangan apa yang penggemar rasa dari interaksi yang dilakukan *Metahuman* Nike Ardilla. Bagi Teh Siti, interaksi *Metahuman* ini masih dinilai terbatas, walaupun memberikan kesan merinding bagi dirinya. Bentuk *Metahuman* Nike ini beberapa kali memang menyapa ke arah penonton, namun, bagi Teh Siti, sapaan itu masih kurang. Sapaan yang dilakukan oleh *Metahuman* ini memang sifatnya masih umum, seperti "apa kabar" dan "selamat malam". Penggemar tentunya ingin interaksi yang lebih mendalam secara emosional agar mereka dapat merasakan kedekatan dengan idola mereka ini.

"Kalau untuk interaksi kan jelas terbatas, karena kan pas dia ngomong itu diambil dari konser lamanya ya. Tapi tetep aja merinding. Apalagi pas dia menyapa ke penontonnya itu ya, yang "selamat malam", "apa kabar" gitu kan, pasti kita sebagai fans merinding ya. Tapi ya tetep ada kekurangannya. Kayak dia kan ngga bisa jalan jalan ke kanan kiri. Jadi monoton aja di tengah. Jadi kesan berinteraksinya kurang lah." (Wawancara Siti, 19 Juni 2025)

Sama dengan pernyataan Teh Siti, Pak Romi juga merasa interaksi *Metahuman* Nike masih dinilai kurang. Bahkan beberapa interaksi sapaan dari *Metahuman* Nike Ardilla seperti "selamat malam" dan "apa kabar", dinilai aneh oleh dirinya. Menurutnya, sapaan yang dilontarkan oleh *Metahuman* Nike Ardilla dapat divariasikan lagi menjadi komunikasi yang lebih dalam lagi, bukan hanya sapaan umum yang dilontarkan. Selanjutnya, menurut Pak Romi dengan bentuk *Metahuman* Nike yang hanya bisa monoton berdiri di tengah, maka membuat penguasaan panggungnya juga kurang. Sehingga tidak dapat menghampiri penonton di setiap sudut panggung, yang membuat jiwa pada konser itu pun melemah.

"Sebenarnya kalo dari sisi Nike-nya udah pas ya. Cuma narasinya mungkin bisa divariasin lagi. Kemaren kan cuma sebatas nyapa nyapa gitu kan, "selamat malam" terus "apa kabar", gitu. Karena komunikasi pas nyapanya itu kaya kurang dapet. Menurut saya jatuhnya kaya awkward gitu. Orang kan ngerespon jadi, "apa sih" gitu. Terus dari penguasaan panggungnya gitu kan masih kaku banget ya. Soalnya si Metahuman ini kan nggabisa yang jalan jalan kesana kemari gitu." (Wawancara Romi, 16 Juli 2025).

Selanjutnya, peneliti juga mencari tahu bagaimana interaksi yang dilakukan oleh *Metahuman* Nike Ardilla dapat memberikan kedekatan emosional bagi penggemarnya. Menurut pengakuan Teh Siti, ia merasa terhubung secara emosional dimulai saat *Metahuman* Nike memasuki panggung, hingga turun dari panggung. Ia mengaku merasa terharu, senang, merinding, dan semua perasaan campur aduk menjadi satu.

"Ya pas muncul dari bawah ke atas. Terus dia menyapa ke arah penonton, "assalamualaikum" gitu. Terus pas terakhir, kan dia sempet dadah dadah gitu. Pas ngeliatnya ya merinding, kaya bener bener asli ya. Coba kalo itu beneran, almarhum masih hidup gitu. Kalo masih ada pasti nangis sih. Orang yang kemaren aja saya juga terharu. Karena kan udah lama gitu ya. Terharu karena bisa nonton sekarang, di 2024 kemaren. Campur aduk lah, terharu, senang, merinding tuh." (Wawancara Siti, 19 Juni 2025).

Sedangkan menurut Pak Romi, keterhubungan ini hanya dapat dirasakan kalau penonton benar-benar membayangkan Nike Ardilla ada ditengah-tengah mereka. Karena pada dasarnya, munculnya Nike Ardilla pada konser ini merupakan bentuk digital, maka dalam benak kita akan ada pikiran bahwa itu hanyalah bentuk digital. Menurut Pak Romi, jika penonton benar-benar ini mendapatkan kedekatan dengan sang musisi, maka perlu untuk dapat benar-benar membayangkan Nike Ardilla hadir pada malam itu. Namun, jika pikiran penonton sudah *denial*, bahwa itu hanyalah bentuk teknologi, maka dapat dipastikan ia tidak dapat merasakan kedekatan dengan sang musisi.

“Dari awal penampilan sih. Dari mulai muncul, ya kita membayangkannya kaya lagi nonton langsung. Seakan akan itu Nike Ardilla. Tapi kita harus berimajinasi kalo itu tuh bukan *Metahuman*. Tapi kalo dari awal kita udah “wah ini cuma *Metahuman*”, kalo udah ada pikiran kaya gitu, susah buat kita untuk bisa melihat kalo itu Nike Ardilla. Itu butuh imajinasi kita juga. Makanya ketika gladi, si *Metahuman* ditayangkan di layar besar, itu sedikit mengganggu. Karena keliatan animasi banget gitu. Nah itu mengganggu imajinasi kita kalo “wah ini Nike”. Makanya saat hari H, di layar besar itu ngga ditayangin. Agar ngga merusak imajinasi penonton, dan apa yang mau dituju oleh penyelenggara, yaitu ingin menghadirkan sosok Nike secara real.” (Wawancara Romi, 16 Juli 2025).

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti mengambil kesimpulan bahwa bentuk-bentuk aspek fungsional yang dirasakan oleh penggemar adalah sebagai berikut.

Tabel 2 Hasil Aspek Relasional

Teori	Temuan
Aspek Relasional	- Konser dapat menjadi ruang interaksi antara <i>Metahuman</i> dengan penggemar - Interaksi <i>Metahuman</i> masih dinilai kurang - Kedekatan emosional hanya dapat diperoleh jika penonton benar-benar dapat membayangkan Nike Ardilla hadir di tengah-tengah mereka

Sumber : Olahan Peneliti, 2025.

3. Aspek Metafisik

Terakhir, pertanyaan besar yang muncul dari kemunculan Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman* adalah bagaimana penggemar dapat merasakan Nike Ardilla “dihidupkan” kembali dalam bentuk *Metahuman* dan penggemar dapat merasakan keberadaannya. Aspek metafisik membahas mengenai bagaimana manusia dapat menyadari batasan interaksi mereka dengan teknologi. Pada penelitian ini, maka menggali bagaimana penggemar menyadari batasan interaksi mereka dengan *Metahuman* Nike Ardilla.

Sebelum itu, pertama penulis ingin mencari tahu terlebih dahulu apakah kehadiran Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman* terasa nyata atau tidak bagi penggemarnya. Menurut Teh Siti, ia merasa bahwa bentuk *Metahuman* Nike Ardilla mirip seperti aslinya. Ia menilai, bentuk tampilan *Metahuman* Nike Ardilla sama seperti pada saat ia awal-awal menggemari Nike Ardilla. Ia benar-benar merasakan kehadiran Nike Ardilla pada malam itu. Namun, menurutnya masih terdapat beberapa kekurangan terutama pada bagian interaksi yang hanya bisa diam di tempat. Sehingga kesan interaksinya dinilai masih kurang.

“Iya. Saya jadi ngerasa “ohh ini loh Nike Ardilla yang waktu itu kuliati di TV”. Sama kaya Nike yg dulu pas awal awal ngefans. Jadi ngerasa kaya “kayanya dulu kalo sempet nonton konsernya pas beliau masih hidup, kayanya kaya gini juga”. Tapi masih ada kekurangan juga sih. Kayak enggak bisa langsung menyapa penonton ke depan, ke pinggir, ke samping, cuma dia berdiri aja di tengah panggung aja di gitu. Interaksinya terbatas gitu ya. Karena kan konser ini pake rekaman suara Nike Ardilla pas konser di tahun 90an gitu. Terus disatuin sama additional band-nya yang ngiringin.” (Wawancara Siti, 19 Juni 2025).

Kekurangan ini juga dirasakan oleh Pak Romi. Ia merasa sedikit kecewa dengan bentuk *Metahuman* Nike Ardilla yang dinilai seperti animasi. Karena pada dasarnya *Metahuman* adalah seperti kita membuat karakter digital seseorang, maka di beberapa bagian, bentuk ini akan tetap terlihat seperti animasi. Hal ini yang ia nilai dapat mengganggu imajinasi penonton. Karena penonton dapat melihat bahwa bentuk ini hanyalah animasi (yang mana teknologi), maka imajinasi penonton akan rusak, sehingga tidak bisa membayangkan Nike Ardilla benar-benar hadir di tengah mereka. Pak Romi merasa bahwa walaupun bentuk *Metahuman* ini sudah dibuat semirip mungkin dengan aslinya, tetap tidak bisa membantahkan bahwa ini hanyalah bentuk digital, ini hanyalah sebuah teknologi.

“Sebenarnya, agak sedikit kecewa ya. Karena Metahuman ini kan sebenarnya kita kaya bikin karakter animasi ya. Memang kalau dilihat dari jauh itu terlihat kayak real. Tapi kalo di zoom-in, nanti bakal keliatan banget animasinya. Makanya ketika di hari H itu kan mukanya Nike ngga di zoom-in di layar kan. Di Synchronize itu kan ada layar besar buat nge zoom muka musisinya kan, nah pas Nike itu layarnya ngga dinyalain. Karena kalau di zoom-in akan keliatan kaya animasi. Dari gerak geriknya juga menurut saya masih kurang sih. Karena yang namanya kita sebagai fans kan pasti hapal betul ya Nike itu seperti apa. Kasarnya gimana Nike megang helai rambutnya aja kita hapal gitu.” (Wawancara Romi, 16 Juli 2025).

Selanjutnya, penggunaan teknologi *AI Metahuman* dalam menampilkan musisi-musisi yang telah tiada ke atas panggung juga memberikan potensi baru sebagai ajang reuni bagi penggemar-penggemarnya. Menurut Teh Siti, ia setuju jika konser semacam ini dapat dijadikan ajang reuni bagi penggemar. Karena sebagai penggemar setia, tentunya segala hal tentang Nike, ia pastinya akan *excited*. Bahkan jika ada musisi lain, tapi membawakan lagu-lagu Nike, ia akan antusias. Apalagi dengan konser seperti ini yang menghadirkan Nike (walaupun dalam bentuk digital), pastinya akan sangat antusias lagi, karena perasaan rindu kepada idola yang sudah tidak bisa terbandung.

“Ya, jelas. Karena kan dulu, ngga semua fans bisa ngelihat langsung konsernya. Termasuk saya ya. Jadi kaya “kapan lagi bisa nonton Nike Ardilla”. Karena kan kasarnya, fans itu meskipun yang nyanyiin lagunya itu bukan Nike, ada musisi lain yang nyanyiin lagu Nike gitu, fans itu pasti antusias. Apalagi ini kan, Nike Ardilla yang bawain. Walaupun dalam bentuk teknologi ya. Bahkan fans yang dulu pernah nonton, pernah liat secara langsung. Pasti pengen nonton lagi. Karena kan saking rindunya ya, sama idolanya yang udah lama ngga ada. Jadi bisa mengobati kerinduan lah.” (Wawancara Siti, 19 Juni 2025).

Hal serupa juga disampaikan oleh Pak Romi. Ia juga setuju bahwa konser seperti ini dapat menjadi ajang reuni. Namun menurutnya, perlu riset lebih mendalam sebelum proses pembuatan bentuk digital dari sang musisi. Agar nantinya, hasil yang ditampilkan dapat sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan.

“Bisa bisa aja ya. Sebagai sarana pertemuan kembali itu sangat sangat memungkinkan, dan kedepannya saya itu optimis ya akan ada lagi yang seperti ini. Karena dengan teknologi seperti sekarang ini kan, udah canggih ya. Cuma tinggal bagaimana mengemasnya gitu. Sumber dayanya juga. Karena untuk, istilahnya ya, menghidupkan lagi sosok yang udah ngga ada itu kan harus bener bener riset yang mendalam ya. Ngga cuma tampilan fisiknya aja, tapi gerak gerak, cara bicaranya, skrip dialognya, itu harus dilakukan riset yang mendalam. Jadi nantinya ketika hasil akhirnya ditampilkan ke penggemar, itu bisa bener bener sesuai dengan apa yang diharapkan.” (Wawancara Romi, 16 Juli 2025).

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti mengambil kesimpulan bahwa bentuk-bentuk aspek fungsional yang dirasakan oleh penggemar adalah sebagai berikut.

Tabel 3 Hasil Aspek Metafisik

Teori	Temuan
Aspek Metafisik	- Walaupun kehadiran Nike Ardilla dalam bentuk <i>Metahuman</i> terasa nyata, namun tetap tidak bisa membantah bahwa ini hanyalah bentuk teknologi. - Konser seperti ini dinilai dapat menjadi sarana pertemuan kembali antara penggemar dengan idolanya yang telah tiada.

Sumber : Olahan Peneliti, 2025.

6.2 Pembahasan

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada informan penelitian, menunjukkan hasil bahwa pada aspek fungsional, penggunaan teknologi *AI Metahuman* berhasil mengobati rasa rindu penggemarnya. Seperti yang kita ketahui, Nike Ardilla meninggal saat berada di puncak karirnya. Pastinya saat itu banyak penggemar yang merasa haus akan sosok idolanya, namun idolanya telah tiada. Dengan adanya konser semacam ini, tentu saja dapat menjadi gerbang baru bagi penggemar agar dapat merasakan lagi kehadiran idola mereka yang telah tiada. Hal ini sejalan

dengan penelitian (Prasetyo dkk, 2024) yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi dapat memungkinkan penonton merasakan kembali kehadiran sosok yang telah tiada. Lebih lanjut Prasetyo dkk (2024) juga menjelaskan bahwa konser seperti ini juga dapat memfasilitasi pengalaman emosional yang mendalam bagi penonton. Pada konser *Metahuman* Nike Ardilla, penggemar yang hadir juga dapat merasakan perasaan emosional ketika melihat langsung bentuk *Metahuman* Nike Ardilla di atas panggung. Penggemar merasa keinginan masa kecilnya dulu terpenuhi dengan melihat Nike Ardilla tampil kembali dalam bentuk *Metahuman*. Selain itu juga, antusiasme dari kalangan anak muda juga membuat penggemar merasa terharu karena idolanya dapat dikenal oleh anak-anak muda. Kemunculan Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman* juga membangkitkan kenangan-kenangan masa lalu penggemar. Ada penggemar yang teringat masa kecilnya dulu saat pertama kali ia menjadi penggemar Nike Ardilla. Lebih lanjut ia bercerita bahwa memori yang muncul adalah saat ia dulu bersusah payah untuk bisa mendapatkan kaset *CD* dari Nike Ardilla.

Dari beberapa temuan di atas, pada aspek fungsional dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi *AI Metahuman* dalam menghadirkan kembali Nike Ardilla berhasil menghadirkan sosok Nike Ardilla sesuai dengan apa yang penggemar kenal selama ini, yakni sebagai sosok idola. Hadirnya sosok idola pada konser tersebut berhasil menjadi ajang reuni bagi penggemarnya dan juga sebagai momen nostalgia bersama.

Selanjutnya dalam aspek relasional, penggemar merasa konser ini berhasil memfasilitasi interaksi yang terjadi antara *Metahuman* dengan penggemar. Hal ini sejalan dengan penelitian Yoseppin dkk (2025) yang menyatakan bahwa *AI* dapat memberikan pengalaman berkomunikasi yang mirip dengan manusia. Beberapa interaksi yang terjadi adalah ketika *Metahuman* Nike Ardilla menyapa ke arah penonton, lalu oleh penonton dibalas sapaan tersebut. Namun, interaksi yang dilakukan oleh *Metahuman* Nike Ardilla masih dirasa kurang. Interaksi yang dilakukan *Metahuman* Nike Ardilla berupa sapaan umum seperti “apa kabar” dan “selamat malam”. Tidak ada interaksi yang lebih intens dengan penggemar. Sehingga tidak dapat memberikan pengaruh emosional yang signifikan kepada penggemar. Selain itu, interaksi yang dilakukan oleh *Metahuman* Nike Ardilla dinilai masih teramat kaku. Bahkan sapaan yang dilakukan oleh *Metahuman* Nike Ardilla dinilai aneh oleh penggemar. Temuan berikutnya menunjukkan bahwa agar dapat merasakan kedekatan emosional dengan sang musisi, penonton perlu benar-benar membayangkan bahwa yang hadir pada saat itu merupakan Nike Ardilla, bukan bentuk teknologi. Jika penonton yang hadir sudah beranggapan bahwa itu hanyalah bentuk teknologi, maka ia tidak akan pernah bisa merasakan kedekatan emosional yang terjalin dengan sang musisi.

Dari beberapa temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa pada aspek relasional, meskipun pada penampilannya bentuk *Metahuman* Nike Ardilla sempat berinteraksi dengan penonton, namun tetap tidak bisa memberikan kedekatan emosional yang signifikan jika penonton juga tidak bisa mengimajinasikan Nike Ardilla benar-benar hadir di tengah-tengah mereka. Mungkin jika interaksi ini dapat lebih dikemas agar lebih terasa hidup, maka bisa berbeda lagi hasilnya. Karena penggemar menilai interaksi *Metahuman* Nike masih teramat kaku dan juga memberikan kesan aneh.

Terakhir pada aspek metafisik, penggemar dapat merasakan kehadiran Nike Ardilla. Namun, penggemar juga menyadari bahwa yang hadir malam itu hanyalah sebatas teknologi, bukan Nike Ardilla yang sesungguhnya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun dengan teknologi kita dapat membuat bentuk seseorang yang sudah tiada dengan semirip mungkin, namun tetap tidak bisa menggantikan sosok manusia aslinya. Sejalan dengan pernyataan ini, Turkle (2017) menggarisbawahi bahwa teknologi hanya berperan sebagai pendukung, bukan pengganti komunikasi manusia.

Fenomena penggunaan teknologi *Metahuman* di dalam konser untuk memunculkan musisi yang telah tiada ini erat kaitannya dengan teori *Human-Machine Communication (HMC)* yang dikemukakan oleh Guzman dan Lewis (2020). Teori HMC berfokus pada teknologi yang dikonseptualisasikan sebagai komunikator. Penggunaan teknologi *Metahuman* untuk memunculkan sosok Nike Ardilla di atas panggung, merupakan salah satu pemanfaatan teknologi untuk dijadikan sebagai agen komunikasi, bukan lagi sebagai media untuk berkomunikasi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Pramana dkk, 2023) yang menyatakan bahwa teknologi kini tidak hanya berperan sebagai saluran komunikasi, tetapi juga mampu untuk mengambil peran komunikator.

Penelitian ini menemukan bahwasannya, secara keseluruhan, penggemar memaknai kehadiran Nike Ardilla dalam bentuk *Metahuman* sebagai bentuk reuni atau pertemuan kembali dengan sosok idola yang telah tiada. Namun, sayangnya ajang reuni ini masih belum bisa memberikan kedekatan emosional yang signifikan kepada penggemar. Beberapa kekurangan terutama di bagian tampilan dan interaksi membuat kedekatan emosional yang dirasa menipis

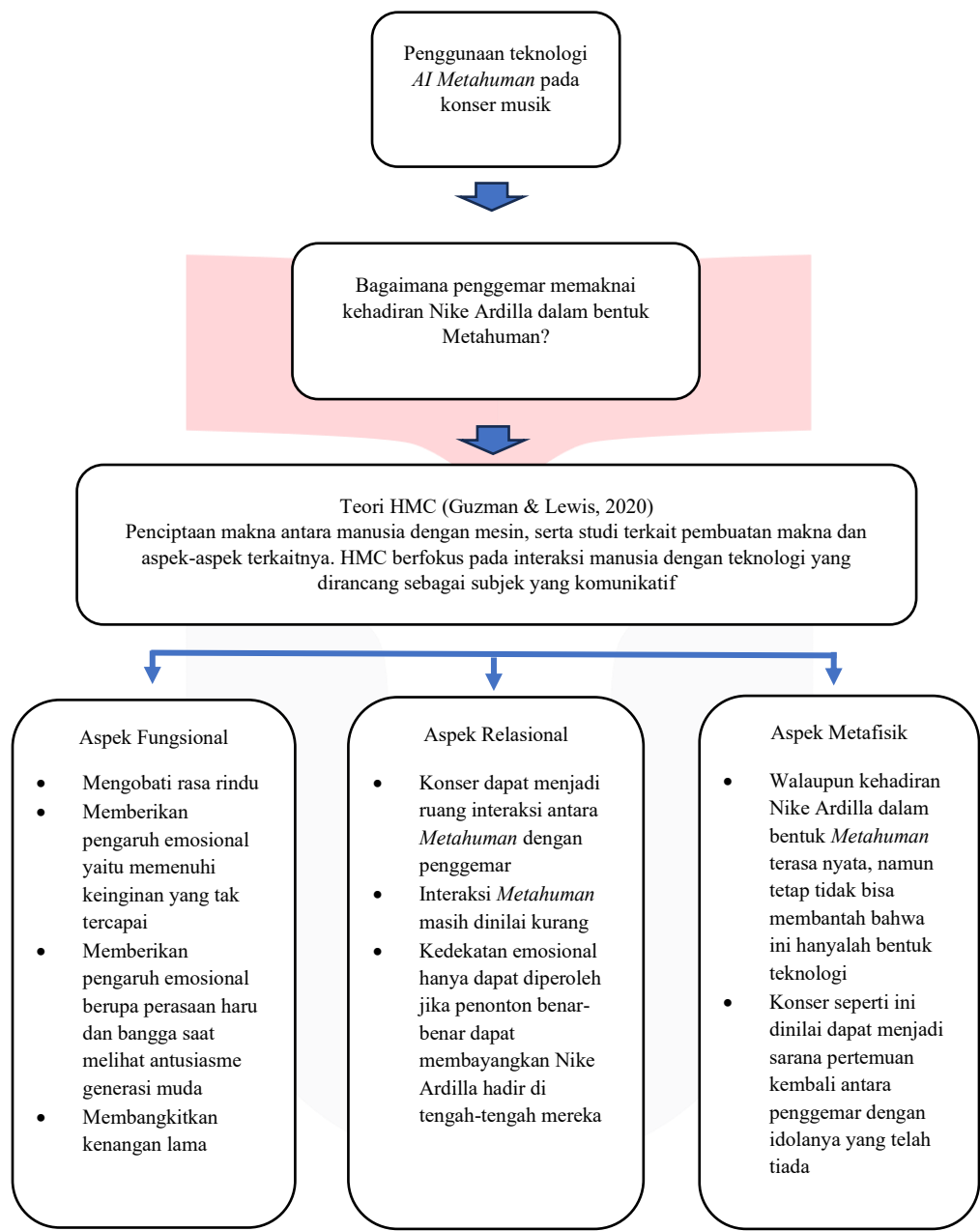
karena rusaknya imajinasi penggemar akan bentuk digital yang tidak sesuai harapan mereka. Selain itu juga, penggemar menyadari bahwa mereka berinteraksi dengan teknologi, bukan sosok manusia asli. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi tetap tidak bisa menggantikan peran manusia asli dalam menjadi komunikator. Karena ada beberapa bagian, yang teknologi tidak bisa gantikan, seperti keaslian dari interaksi manusia itu sendiri.

Penggunaan teknologi *AI Metahuman* dalam menampilkan kembali sosok yang telah tiada memberikan babak baru dalam dunia komunikasi. Fenomena ini seakan-akan menangkis konsep komunikasi lama yang menyatakan bahwa komunikasi hanya terjadi oleh manusia kepada manusia. Fenomena ini juga dapat menjadi gerbang baru di dunia konser untuk dapat dijadikan jembatan interaksi antara penggemar dengan idolanya yang telah tiada. Namun, teknologi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena baik itu interaksi, tampilan, maupun komunikasi yang dapat dilakukannya masih belum bisa menggantikan interaksi dengan manusia asli. Seperti pada hasil wawancara yang telah dilakukan, bentuk Metahuman Nike Ardilla masih terlihat kaku dan dirasa *awkward* atau aneh saat berinteraksi kepada penonton. Perlu adanya evaluasi ke depan bagi kreator-kektor *Metahuman* ataupun teknologi terkait, agar dapat memberikan hasil yang lebih maksimal dan juga sesuai dengan ekspektasi yang telah ditentukan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperbanyak ilmu pengetahuan, terutama mengenai penggunaan teknologi dalam menghidupkan kembali sosok yang telah tiada, pada penelitian ini yakni Nike Ardilla. Dengan menggunakan sudut pandang *Human-Machine Communication*, penelitian ini berusaha menjawab bagaimana penggemar dapat memaknai kehadiran Nike Ardilla dalam bentuk digital ini. Melalui penelitian ini pemanfaatan teknologi untuk memunculkan kembali sosok yang telah tiada tidak hanya dipahami sebagai bentuk hiburan baru pada dunia konser musik. Tetapi juga sebagai sarana reuni atau pertemuan kembali, untuk dapat melepas rasa rindu penggemar yang selama ini merasa kehilangan sosok idolanya. Sehingga kedepannya dapat dijadikan referensi dan juga kajian lebih lanjut mengenai pemanfaatan teknologi ini.



6.3 Bagan Analisis Teori *HMC*



Gambar 1 Bagan Analisis Teori *HMC*
Sumber : Olahan Peneliti, 2025.

6.4 Temuan Penelitian

Tabel 4 Temuan Penelitian

Teori	Temuan
Aspek Fungsional	▪ Mengobati rasa rindu penggemar ▪ Memberikan pengaruh emosional yaitu memenuhi keinginan yang tidak bisa dicapai ▪ Memberikan pengaruh emosional berupa perasaan haru dan bangga melihat antusiasme generasi muda ▪ Membangkitkan kenangan lama
Aspek Relasional	▪ Konser dapat menjadi ruang interaksi antara <i>Metahuman</i> dengan penggemar ▪ Interaksi <i>Metahuman</i> dinilai kurang ▪ Kedekatan emosional hanya dapat diperoleh jika penonton benar-benar dapat membayangkan Nike Ardilla hadir ditengah-tengah mereka.
Aspek Metafisik	▪ Walaupun kehadiran Nike Ardilla dalam bentuk <i>Metahuman</i> terasa nyata, namun tetap tidak bisa membantah bahwa ini hanyalah teknologi ▪ Konser seperti ini dinilai dapat menjadi sarana pertemuan kembali antara penggemar dengan idolanya yang telah tiada

Sumber : Olahan Peneliti, 2025.

7. KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa pada aspek fungsional penggunaan *AI Metahuman* berhasil menghidupkan kembali Nike Ardilla sebagai sosok idola, ke atas panggung. Selanjutnya pada aspek relasional, penggemar merasa kedekatan emosional mereka dengan bentuk *Metahuman* Nike Ardilla masih kurang. Untuk mendapatkan kedekatan emosional yang mendalam, perlu untuk dapat membayangkan bahwa yang tampil adalah Nike Ardilla, bukan bentuk teknologi. Terakhir pada aspek metafisik, penggemar menyadari, walaupun Nike Ardilla berhasil dimunculkan kembali dalam bentuk teknologi, namun menurut mereka teknologi tetaplah teknologi. Teknologi tidak dapat menggantikan peran manusia asli dalam komunikasi.

Selanjutnya, pagelaran konser *Synchronize Fest 2024* juga dinilai berhasil memfasilitasi interaksi antara *Metahuman* Nike Ardilla dengan penggemarnya. Beberapa interaksi yang dilontarkan adalah sapaan dan juga gestur tubuh. Meski begitu, penggemar masih merasa kurang puas dengan interaksi dari *Metahuman* Nike Ardilla. Penggemar menilai interaksi *Metahuman* masih kaku, dan sapaan yang dilontarkan cukup aneh.

7.2 Saran

Berikut merupakan beberapa saran yang dapat digunakan untuk membangun penelitian ini berupa saran akademis dan saran praktis.

1. Saran Akademis

Penulis menyadari penulisan ini masih memiliki banyak kekurangan. Seperti informan yang terbatas dan juga analisis yang kurang mendalam. Oleh karena itu, penulis berharap bagi penelitian selanjutnya dapat mencari lebih banyak informan agar data yang ditemukan semakin melimpah. Penelitian selanjutnya juga perlu untuk melihat lebih jauh bagaimana keterhubungan antara penonton dengan *Metahuman*. Serta perlu juga melihat bagaimana dampak jangka panjang dari interaksi yang berlangsung antara *Metahuman* dengan penonton.

2. Saran Praktis

Bagi perancang konser semacam ini, kedepannya perlu diperhatikan lagi hal-hal terkait interaksi dan juga tampilan. Agar penonton yang melihatnya dapat merasa puas dengan penampilan *Metahuman* di atas panggung. Selain itu juga perancang konser perlu melibatkan banyak pihak dalam pembuatannya. Agar semakin banyak referensi dalam membuat bentuk *Metahuman*, dan juga agar *Metahuman* yang tampil nantinya akan sesuai dengan ekspektasi penggemar.

REFERENSI

- Abdussamad, Zuchri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Adawiyah, Sa'diyah El. 2020. *Manajemen Event*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Alimin, F., & Islami, A. N. 2022. *Teknologi Digital dalam Komunikasi*. OSF Preprints.
- Anggraini, Pingkan. 2024. Nike Ardilla 'Hadir' di Synchronize Fest 2024. Diambil dari : <https://www.detik.com/pop/music/d-7572749/nike-ardilla-hadir-di-synchronize-fest-2024>. (Akses 24 April 2025)
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Bittner, R. 1989. *Mass Communication: An Introduction*. New Jersey: Prentice Hall.
- Boestam, Ambia B dan Azizah Des Derivanti. 2022. *Komunikasi Digital dan Perubahan Sosial*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 6(4), 2829-2834. <http://dx.doi.org/10.58258/jisip.v6i4.4032>
- Cachopo, Joao Pedro. (2022). *Callas and the Hologram: A Live Concert with a Dead Diva*. *Sound Stage Screen*, 2(1), 5-29. <https://doi.org/10.54103/sss18310>
- Cahaya, Nur. 2024. *Hadirkan Hologram Mendiang Steven Coconuttreez, Island Vibes Reggae Party Sukses Hipnotis Penonton*. Diambil dari : https://lombokpost.jawapos.com/newstainment/1504937264/hadirkan-hologram-mendiang-steven-coconuttreez-island-vibes-reggae-party-sukses-hipnotis-penonton#google_vignette. (Akses 25 April 2025)
- DataReportal.com. 2025. *Digital 2025: Indonesia*. Diambil dari : <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>. (Akses 09 Oktober 2025)
- Dominick, Joseph R. 2000. *The Dynamics of Mass Communication*. New York: Random House.
- Guzman, Andrea L., 2018. *Human-Machine Communication: Rethinking Communication, Technology, and Ourselves*. Peter Lang.
- Guzman, Andrea L. & Seth C. Lewis. 2020. *Artificial Intelligence and communication: A Human-Machine Communication research agenda*. *New Media & Society*, 22(1), 1-17. <https://doi.org/10.1177/1461444819858691>
- Hariyanto, Aris. 2024. *Mengenal Teknologi AI Metahuman Dibalik Penampilan Mendiang Nike Ardilla di Synchronize Fest 2024*. Diambil dari : <https://radarsemarang.jawapos.com/tekno/725173417/mengenal-teknologi-ai-metahuman-dibalik-penampilan-mendiang-nike-ardilla-di-synchronize-fest-2024>. (Akses: 15 Januari 2025)

- Hasbiansyah, O. 2008. *Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*, Mediator, 9(1), 163-180. <https://media.neliti.com/media/publications/154253-ID-pendekatan-fenomenologi-pengantar-prakti.pdf>
- Haqu, Rizca. 2024. *Kecerdasan Buatan Sebagai Agen Sosial: ChatGPT dan Manusia Dalam Perspektif Komunikasi di Era Digital*. Seminar Nasional Ilmu-ilmu Sosial, 1193-1214. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/3917/1226/17333>
- Herman, H. 2024. *Perubahan Paradigma Komunikasi di Era Digital: Dampak dan Tantangannya*. *Journal of Mandalika Literature*, 5(2). 151-155. <https://doi.org/10.36312/jml.v5i2.3130>
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga.
- JPNN.com. 2023. *Momen Mengharukan dalam Konser Glenn Fredly: 25 Years of Music*. Diambil dari : <https://www.jpnn.com/news/momen-mengharukan-dalam-konser-glenn-fredly-25-years-of-music>. (Akses 25 April 2025)
- Lavanya, Chekuri. 2021. *Learning Outcomes of Classroom Research*. New Delhi: L Ordine Nuovo Publication.
- Lee, S. K., Park, H., & Kim, S. Y. 2024. *Gender and task effects of human – machine communication on trusting a Korean intelligent virtual assistant*. *Behaviour & Information Technology*, 43(16), 4172–4191. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2024.2306136>
- Lefudin. 2017. *Belajar dan Pembelajaran: Dilengkapi dengan Model Pembelajaran, Strategi Pembelajaran, Pendekatan Pembelajaran dan Metode Pembelajaran*. Yogyakarta: DeePublish.
- Liu, Z., Zhang, W., & Yang, P. 2025. *Can AI chatbots effectively improve EFL learners' learning effects?—A meta-analysis of empirical research from 2022–2024*. *Computer Assisted Language Learning*, 1–27. <https://doi.org/10.1080/09588221.2025.2456512>
- Matthews, Justin & A. Nairn. 2023. *Holographic ABBA: Examining Fan Responses to ABBA's Virtual "Live" Concert*. *Popular Music and Society*, 46(3), 282-303. <https://doi.org/10.1080/03007766.2023.2208048>
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa, Edisi Terjemahan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Prabowo, Dimas. 2024. *Steven and Coconut Treez Hadir di Konser Island Vibes Ajibarang Dengan Teknologi Hologram dan AI*. Diambil dari : <https://radarbanyumas.disway.id/read/112715/steven-and-coconut-treez-hadir-di-konser-island-vibes-ajibarang-dengan-teknologi-hologram-dan-ai>. (Akses 25 April 2025)
- Pramana, dkk. 2023. *Beradaptasi dengan Perubahan Teknologi: Kecerdasan Buatan dan Evolusi Komunikasi Interpersonal*. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 7(2), 214-225. <https://doi.org/10.38043/jids.v6i1.4909>
- Prasetyo, Guntur Eko dkk. 2024. *Analisis Konsep Seni dan Kreativitas dalam Konser Hologram "Glenn Fredly: 25 Years of Music"*. *Journal of Music Science, Technology, and Industry*, 7(2), 157-169. <https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/jomsti/article/view/3052>
- Rostanti, Qommarria. 2024. *Teknologi 'Hidupkan' Almarhum Vokalis Steven & Coconuttreez, Meriahkan Pesta Reggae*. Diambil dari : <https://ameera.republika.co.id/berita/sg3gar425/teknologi-hidupkan-almarhum-vokalis-steven-coconuttreez-meriahkan-pesta-reggae>. (Akses 25 April 2025)
- Schwartz Reisman Institute. 2024. *Global Public Opinion on Artificial Intelligence (GPO-AI)*. Diambil dari : <https://srinstitute.utoronto.ca/public-opinion-ai>. (Akses 09 Oktober 2025)
- Sivasubramanian, M. 2021. *Learning Outcomes of Classroom Research*. New Delhi: L Ordine Nuovo Publication.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syahputri, Addini Z. dkk. 2023. *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*. *TARBIYAH: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160-166. <https://doi.org/10.1342/tarbiyah.v2i1.25>
- Tricahyo, Fandhi & Rahmawati Z. 2025. *Human-Machine Communication Dalam Interaksi Penggunaan AI*. *PROFESSIONAL: Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, 12(1), 83-92. <https://doi.org/10.37676/professional.v12i1.7755>
- Turkle, S. 2017. *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*. Penguin Books.

- Utari, Prahastiwi dan Amelia R. 2024. *Beyond Human Machine Communication: The Artificial Intelligence Phenomenon in the Perspective of Communication Theory*, *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 135-151. <https://doi.org/10.14710/interaksi.13.1.135-151> S
- Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Wijaya, Serly dkk. 2020. *Manajemen Event: Konsep dan Aplikasi*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Yoseppin, G. dkk. 2025. *Fenomena Chatbot AI Sebagai Teman Curhat: Implikasi Pada Hubungan Antarpribadi di Era Digital*. *CALATHU: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 45-53. <https://doi.org/10.37715/calathu.v7i1>
- Yu-li Liu, dkk. 2024. *Chatbots or Humans? Effects of Agent Identity and Information Sensitivity on Users' Privacy Management and Behavioral Intentions: A Comparative Experimental Study between China and the United States*. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 40(19), 5632-5647, <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2238974>

