PERSONIFIKASI SEBAGAI STRATEGI VISUAL DALAM TREN KONTEN AI ANIMASI BUAH DI TIKTOK

Atika Fajria Santosa[1)]

[1)]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

atikaas250@gmail.com

ABSTRAK

Tren animasi buah yang dihasilkan oleh AI di TikTok menghadirkan tampilan baru yang dihasilkan melalui kecerdasan buatan generatif, dengan menampilkan buah menjadi sosok menyerupai bayi yang berperilaku seperti manusia. Personifikasi tersebut memadukan ekspresi wajah, gerak tubuh, tekstur hiperrealistis, serta situasi paradoks berupa buah yang memakan buah sejenis. Fenomena ini menggambarkan berkembangnya pemanfaatan kecerdasan buatan generatif dalam menciptakan karakter pada media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan personifikasi pada konten animasi buah berbasis AI di TikTok. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menerapkan metode analisis visual menggunakan *Visual Methodologies* berfokus pada *Site of Image* oleh Gillian Rose sebagai kerangka analisis. Teori antropomorfisme sebagai landasan untuk mengkaji personifikasi objek, serta teori *Baby Schema* oleh Konrad Lorenz guna mengidentifikasi karakter yang membangun kesan menggemaskan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personifikasi dibangun melalui penggabungan karakteristik fisik buah, proporsi menyerupai bayi, dan perilaku manusia yang menghasilkan representasi visual yang unik dan menggemaskan.

Kata Kunci: AI Generatif, Personifikasi, Animasi Buah, TikTok, Analisis Visual

ABSTRACT

The trend of AI-generated fruit animations on TikTok presents a novel aesthetic created through generative artificial intelligence, featuring fruits transformed into baby-like figures that exhibit human behaviors. This personification blends facial expressions, gestures, and hyper-realistic textures with paradoxical scenarios—such as a fruit consuming another of its own kind. The phenomenon illustrates the growing use of generative AI to create characters for social media. This study aims to examine the application of personification in AI-generated fruit animation content on TikTok. Employing a qualitative approach, the research utilizes a visual analysis method based on Gillian Rose's "Visual Methodologies"—specifically focusing on the "site of the image"—as its analytical framework. It draws upon the theory of anthropomorphism to analyze the personification of objects and Konrad Lorenz's "Baby Schema" theory to identify the characteristics that evoke a sense of cuteness. The findings reveal that this personification is achieved by combining the physical traits of the fruit, baby-like proportions, and human behaviors, resulting in a unique and adorable visual representation.

Keywords: *Generative AI, Personification, Fruit Animation, TikTok, Visual Analytics*

PENDAHULUAN

Teknologi digital berkembang pesat dengan inovasi dan kecanggihan yang membawa peluang besar melalui kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) yang kini menyentuh berbagai aspek kehidupan (Oktareza et al., 2024). Pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan di Indonesia mengalami kemajuan

signifikan. Berdasarkan laporan Populix (2023), sebanyak 45% sektor telah mengadopsi teknologi AI dan 52% masyarakat menjadikan ChatGPT sebagai platform AI yang paling umum digunakan. Memasuki tahun 2025, muncul fenomena tren penggunaan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) yang menampilkan video animasi singkat buah yang dipersonifikasikan menjadi karakter yang berperilaku layaknya bayi.

Berdasarkan hasil observasi awal, istilah AI animasi buah dalam studi ini merujuk pada konten yang diciptakan oleh kecerdasan buatan, di mana buah digambarkan sebagai karakter yang menyerupai bayi dan bertindak seperti manusia. konten tersebut umumnya menunjukkan ekspresi wajah, gerakan tubuh, tekstur yang sangat realistis, dan juga paradoks visual di mana buah tersebut terlihat sedang memakan buah sejenis. Personifikasi adalah proses di mana sifat, emosi, atau perilaku manusia diberikan kepada objek non manusia sehingga objek tersebut seolah-seolah hidup dan dapat mewakili karakter tertentu (Putra & Panindias, 2023). Dalam desain visual, antropomorfisme diwujudkan melalui penyesuaian ekspresi dan gerakan yang serupa dengan manusia sambil tetap menjaga karakteristik objek aslinya (Hara & Koda, 2021).

Perkembangan kecerdasan buatan generatif tidak hanya mengubah cara produksi konten digital, tetapi juga menciptakan peluang baru dalam eksplorasi penciptaan karakter digital (Dewi, 2023). Kapasitas AI untuk menciptakan visual yang menyerupai hasil karya manusia memungkinkan terwujudnya bentuk representasi baru yang sebelumnya sulit dicapai dengan metode tradisional (Maiden et al., 2022). Penerapan personifikasi pada konten AI animasi buah menunjukkan bagaimana kecerdasan buatan generatif digunakan untuk menciptakan karakter dengan menggabungkan berbagai ekspresi, gerakan tubuh, tekstur yang realistis, dan karakteristik menyerupai bayi. Fenomena tersebut menjadi menarik untuk dikaji karena menunjukkan berkembangnya pendekatan visual baru dalam pemanfaatan AI generatif pada media sosial.

Berbagai penelitian telah mengeksplorasi penggunaan kecerdasan buatan generatif dalam pengembangan konten digital (Mandala et al., 2026). Akan tetapi, penelitian yang secara khusus mengupas tentang penggunaan personifikasi sebagai strategi visual dalam tren animasi buah berbasis AI di TikTok masih relatif terbatas, terutama dari sudut pandang desain komunikasi visual. Di samping itu, penelitian yang mengkaji keterkaitan antara personifikasi, antropomorfisme, dan fitur visual yang menyerupai bayi dalam konten AI generatif pun masih jarang ditemukan. Sehingga diperlukan penelitian yang dapat mengungkap bagaimana personifikasi diterapkan dalam membangun karakter visual pada konten AI animasi buah.

Dengan dasar latar belakang itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan personifikasi sebagai strategi visual dalam konten AI animasi buah di TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis visual menggunakan *Visual Methodologies* oleh Gillian Rose yang berfokus pada *Site of Image*. Analisis didukung oleh teori antropomorfisme untuk mengkaji penerapan karakteristik manusia pada objek non-manusia serta teori *Baby Schema* oleh Konrad Lorenz untuk mengidentifikasi karakteristik visual.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada analisis visual. Penelitian kualitatif adalah untuk memahami dan menggambarkan fenomena dengan mendalam, berdasarkan konteks yang melatarbelakanginya. Kajian ini mengeksplorasi penggunaan personifikasi sebagai strategi visual dalam konten AI animasi buah di TikTok. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi terhadap konten AI animasi buah yang dipilih secara sengaja sesuai karakteristik penelitian, yang didukung oleh studi literatur yang berkaitan dengan kecerdasan buatan generatif, personifikasi, antropomorfisme, dan *Baby Schema*. Satu video dari akun TikTok @YumBubs dipilih secara purposif sebagai objek penelitian karena memiliki tingkat popularitas dan interaksi yang paling tinggi dibandingkan konten AI animasi buah sejenis yang ditemukan dalam pengamatan.

Analisis data menggunakan kerangka *Visual Methodologies* yang diajukan oleh Gillian Rose (2001). Rose menjelaskan bahwa aspek visual dapat dianalisis melalui tiga modalitas, yaitu *site of production, site of image, dan site of audience*. Penelitian ini lebih menekankan pada *site of image*, karena tujuannya

adalah untuk menganalisis unsur-unsur visual yang ada dalam konten AI animasi buah tanpa mengkaji proses produksinya. Analisis dilakukan berdasarkan tiga modalitas, yang terdiri dari modalitas teknologi, modalitas komposisional, dan modalitas makna visual (Rose, 2001). Modalitas teknologi berfungsi untuk mengidentifikasi ciri visual yang diciptakan oleh kecerdasan buatan generatif. Modalitas komposisional digunakan untuk merinci unsur-unsur visual seperti bentuk karakter, ekspresi wajah, proporsi tubuh, warna, tekstur, pencahayaan, gerakan, serta komposisi visual yang menciptakan personifikasi. Sementara itu, modalitas makna visual berfungsi untuk menginterpretasikan makna visual yang dihasilkan melalui representasi buah sebagai karakter yang menyerupai bayi dalam konteks media sosial.

Hasil analisis kemudian diinterpretasikan menggunakan teori antropomorfisme untuk mengenali penerapan karakteristik manusia pada objek non manusia serta teori *Baby Schema* oleh Konrad Lorenz (1943). Teori *Baby Schema* digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik yang memberikan kesan menggemaskan. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana personifikasi digunakan sebagai taktik dalam konten AI dengan animasi buah di TikTok.

PEMBAHASAN

Objek penelitian

Objek yang diteliti adalah konten animasi buah berbasis AI yang diposting oleh akun TikTok @YumBubs (Gambar 1). Berdasarkan hasil observasi terhadap akun tersebut, @YumBubs adalah akun yang secara khusus membuat dan mengunggah konten berbasis AI dengan menampilkan berbagai karakter makanan dan buah yang diubah menyerupai bayi manusia. Salah satu konten yang menjadi objek penelitian berjudul “Orange Eating ASMR” dengan durasi 10 detik, yang menampilkan karakter jeruk seperti bayi.



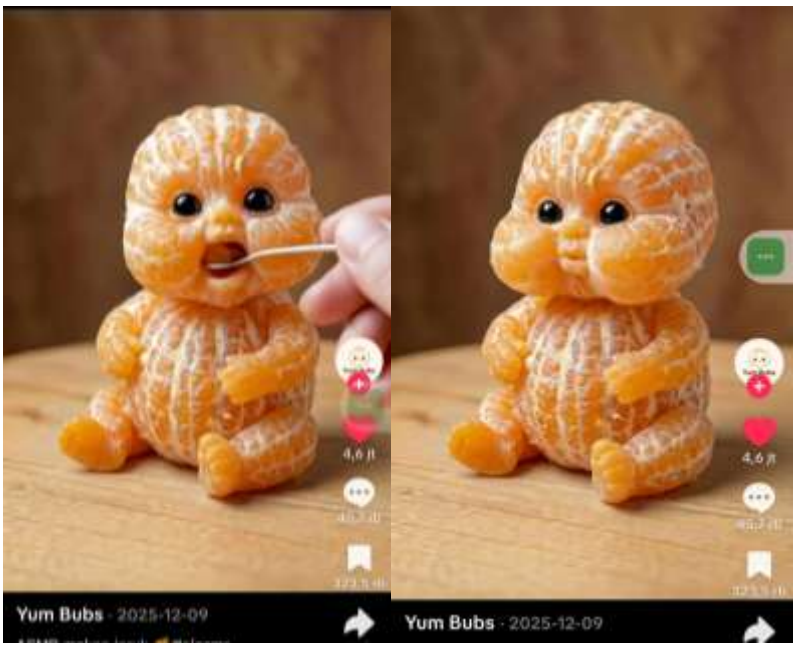
Gambar 1. Konten AI Animasi Buah di Platform TikTok
Sumber: TikTok akun @YumBubs, 2025 https://bit.ly/4y8Na5E

Konten ini dipilih karena menunjukkan popularitas yang sangat tinggi dibandingkan dengan konten lainnya yang serupa, dengan total penayangan mencapai 269,5 juta, 4,6 juta tanda suka, 45,7 ribu komentar, dan 323,5 ribu disimpan saat observasi dilakukan. Tingginya tingkat interaksi ini menunjukkan bahwa konten tersebut mampu menarik perhatian pengguna TikTok dan memiliki jangkauan penyebaran yang luas, sehingga relevan untuk dijadikan studi kasus dalam penelitian ini (Krisdanu et al., 2023). Video ini menggambarkan karakter jeruk yang dipersonifikasikan seperti bayi manusia. Karakter jeruk disuapi potongan jeruk oleh tangan manusia, kemudian memakannya sambil

menghasilkan efek suara *Autonomous Sensory Meridian Response* (ASMR). ASMR adalah pengalaman sensorik unik yang muncul karena rangsangan tertentu, yang dapat berupa stimuli suara, visual, maupun sentuhan (Wang et al., 2026).

Modalitas Teknologi

AI generatif memberikan kemampuan untuk menciptakan karakter baru dengan tingkat realisme yang tinggi melalui penggunaan model generatif yang bisa menghasilkan detail yang menyerupai objek yang ada. Inovasi ini membuka peluang baru untuk eksplorasi dalam desain komunikasi visual karena dapat menghasilkan representasi yang tidak hanya realistis tetapi juga imajinatif (Reza & Kristanto, 2024). Karakter jeruk dalam konten animasi buah AI menunjukkan kualitas yang mirip dengan objek aslinya (Gambar 2).



Gambar 2. Konten AI Animasi Buah di Platform TikTok
Sumber: TikTok akun @YumBubs, 2025 https://bit.ly/4y8Na5E

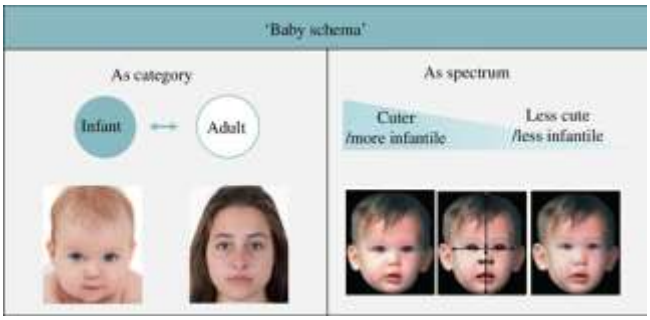
Selain itu, pencahayaan dan bayangan pada karakter itu juga terlihat konsisten, memberikan nuansa tiga dimensi. Karakter tersebut mempertahankan detail ketika digabungkan dengan bentuk tubuh bayi. Kemampuan ini menandakan bahwa teknologi AI generatif dapat menciptakan representasi dengan tingkat realisme yang tinggi (Wardhana, 2021). Visual yang ditampilkan tidak sepenuhnya mencerminkan objek yang ada di dunia nyata, melainkan menciptakan sebuah representasi yang baru dengan menggabungkan ciri-ciri buah dengan struktur tubuh manusia. Situasi ini menghasilkan tampilan yang terlihat realistis walau objek yang ditunjukkan tidak mungkin ada di kehidupan nyata. Dalam kajian budaya visual, keadaan ini sering dianggap sejalan dengan konsep hiperrealitas, yaitu ketika representasi visual dapat menciptakan realitas baru yang terasa kredibel bagi pengamat (Wardhana, 2021).

Video tersebut pula menunjukkan simulasi pencahayaan yang menyerupai cahaya alami. Sinar tampak datang dari sudut kiri atas, menciptakan sorotan pada permukaan jeruk dan bayangan di bagian bawah karakter serta meja. Arah cahaya ini memperkuat cara pengamat melihat kedalaman ruang dan memberi kesan bahwa karakter dalam lingkungan tiga dimensi yang autentik. AI generatif dapat meniru gerakan karakter dengan sangat halus, sehingga menciptakan ilusi seolah objek yang tidak hidup memiliki kehidupan. Fitur ini merupakan kemajuan signifikan dalam teknologi text-to-video, yaitu AI yang mampu menghasilkan rangkaian gambar secara berurutan dengan menjaga konsistensi dalam bentuk dan gerakan, sehingga menghasilkan animasi yang terlihat alami (Reza & Kristanto, 2024).

Modalitas Komposisi

Bentuk adalah salah satu aspek dasar dalam komunikasi visual yang berfungsi untuk membentuk identitas dan memudahkan pengenalan suatu objek (Dondis, 1973). Karakter dalam konten tersebut tetap mempertahankan ciri khas utama dari jeruk. Ciri-ciri ini memungkinkan objek tersebut masih dikenali sebagai buah meskipun sudah mengalami personifikasi menjadi sosok yang mirip dengan bayi. Di sisi lain, AI generatif menggabungkan bentuk alami buah dengan struktur manusia melalui penambahan elemen seperti mata, hidung, mulut, lengan, tangan, kaki, dan proporsi tubuh bayi. Konsep antropomorfisme dalam desain visual terwujud dengan memberikan atribut manusia kepada objek non-manusia, sembari tetap menjaga ciri dari objek aslinya (Hara & Koda, 2021). Selain menciptakan dimensi objek, pencahayaan juga menyoroti detail tekstur jeruk, seperti serat putih, pori-pori, dan gradasi yang tampak alami. Pengaturan cahaya ini membuat karakter tampak memiliki volume yang seperti objek fisik yang dapat disentuh. Cahaya dan bayangan termasuk elemen yang penting untuk membangun bentuk, volume, dan persepsi ruang terhadap objek (Dondis, 1973).

Menurut Lorenz (1943), persepsi menggemaskan dipengaruhi oleh sejumlah karakteristik, seperti kepala relatif besar, bagian kepala lebih dominan dibandingkan tubuh, mata besar, anggota tubuh yang pendek dan tebal, bentuk tubuh yang membulat, tekstur permukaan yang lembut, pipi berisi, dan gerakan yang cenderung kikuk (Gambar 3).



Gambar 3. Karakteristik Baby Schema Menurut Lorenz
Sumber: Diadaptasi dari Yuri Kawaguchi, 2024

Berdasarkan ciri tersebut, konten AI yang menggambarkan buah memanfaatkan sebagian besar elemen Baby Schema. Kepala karakter memiliki ukuran yang lebih besar, mata dibuat lebih besar dan bulat dari ukuran yang biasa, pipi membulat, sementara lengan dan kaki tebal dan pendek, sehingga menciptakan proporsi tubuh yang menyerupai bayi. Disisi lain, AI tetap menjaga karakteristik khas buah melalui penggunaan warna, tekstur, dan bentuk dasar jeruk. Selain karakteristik fisik, elemen Baby Schema juga terlihat dalam gerakan karakter yang sederhana dan terkesan kikuk, seperti proses mengunyah yang lambat dan pergerakan tangan yang terbatas.

Antropomorfisme telah diterapkan dalam banyak jenis seni dan media untuk menggambarkan objek atau karakter non-manusia melalui pemberian bentuk dan sifat yang menyerupai manusia (Sugihartono, 2011). Dalam konsep antropomorfisme, penambahan karakteristik manusia pada objek non-manusia dapat membuat objek tersebut lebih mudah dipahami dan diperlakukan seolah-olah mempunyai pikiran atau emosi seperti manusia (Hara & Koda, 2021). Perilaku menyerupai bayi memberikan konteks yang membantu audiens memahami karakter jeruk sebagai sesuatu yang lebih dari sekadar objek visual, tetapi sebagai sosok yang memerlukan perhatian dan dukungan.

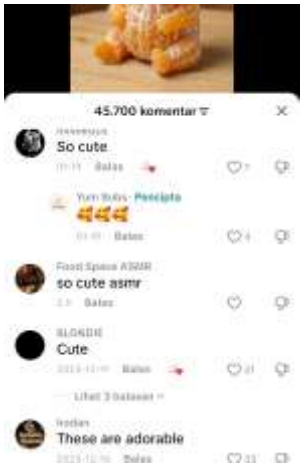
Dalam objek tersebut, hubungan tersebut terlihat ketika karakter jeruk dengan ukuran tubuh mirip bayi diletakkan dalam kondisi sedang diberi makan oleh tangan manusia. Adegan mengunyah setelah menerima makanan memberi reaksi yang cepat dikenali oleh penonton karena bersumber dari pengalaman manusia sehari-hari. Gabungan antara wujud bayi, perilaku, dan interaksi menciptakan karakter yang lebih menarik dan menghasilkan reaksi emosional yang positif.

Modalitas Makna Visual

Pemberian bentuk fisik dengan tingkah laku manusia menjadikan karakter jeruk dianggap sebagai makhluk yang memiliki kehidupan. Penerapan perilaku pada video tersebut menjadikan karakter jeruk memegang peran berbeda dari fungsi alaminya sebagai buah. Karakter tersebut berfungsi sebagai individu yang menerima makanan dari tangan manusia. Penerapan antropomorfisme dalam seni dan media juga memungkinkan objek non manusia diwakili melalui bentuk atau sifat manusia, sehingga dapat mengembangkan karakter dan fungsi tertentu dalam sebuah tampilan visual (Sugihartono, 2011).

Makna visual dibentuk lewat kombinasi antara sifat asli dari buah dengan fitur bayi. Karakter tetap menjaga warna, bentuk dasar, dan tekstur kulit jeruk, sementara aspek tubuh, mata, pipi, anggota badan, serta perilakunya mengadaptasi karakteristik bayi. Penggabungan ini menunjukkan bahwa personifikasi tidak terjadi dengan menghapus identitas dari objek yang asli. Sebaliknya, ciri khas jeruk dipakai sebagai identitas utama, kemudian sifat manusia ditambahkan untuk menciptakan kepribadian karakter. Ini sejalan dengan penerapan antropomorfisme dalam desain visual yang berfokus pada pelestarian karakteristik objek asli sambil menambahkan atribut manusia melalui bentuk, ekspresi, dan gerakan. Dengan demikian, identitas buah masih dapat dikenali meskipun objek telah bergeser fungsinya menjadi karakter. Perpaduan ini kemudian menciptakan efek menggemaskan melalui penerapan karakteristik *Baby Schema*. Ciri-ciri ini juga bisa meningkatkan perhatian serta penilaian terhadap suatu objek yang terlihat lucu (Kawaguchi et al., 2024). Pada karakter jeruk, aspek-aspek ini tidak hanya terpantau pada penampilan fisik, tetapi juga diperkuat oleh tingkah laku yang meniru bayi.

Temuan ini juga sejalan dengan observasi komentar terhadap video, di mana sejumlah orang menggunakan ungkapan seperti "imut", "*adorable*", dan "*so cute*" ketika merespons karakter. Tanggapan tersebut bisa dianggap sebagai data pendukung yang menunjukkan adanya pandangan lucu terhadap karakter, sementara analisis utama penelitian tetap mementingkan aspek visual (Gambar 4).



Gambar 4. Kolom Komentar dalam Konten AI Animasi Buah
Sumber: TikTok akun @YumBubs, 2025 https://bit.ly/4y8Na5E

Selain itu, jeruk secara mendasar adalah objek yang umum dikonsumsi, namun dalam konten tersebut justru digambarkan sebagai entitas yang menerima makanan dan terlibat dalam tindakan makan. Perbedaan ini menunjukkan bagaimana AI generatif mampu mengintegrasikan ciri dari kategori yang berbeda ke dalam satu gambaran. Perpaduan ini menjadi kunci karena penonton tidak hanya mengamati kemampuan AI dalam menghasilkan gambar yang realistis, tetapi juga menemukan situasi yang tidak mungkin terjadi di dunia nyata. Hiperrealisme menjadikan karakter dan lingkungannya tampak meyakinkan. Oleh karena itu, daya tarik dari konten animasi AI buah terbentuk dari kombinasi antara realisme visual dan gambaran yang tidak realistis.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan analisis visual menggunakan *Visual Methodologies* Gillian Rose yang menitikberatkan pada *Site of Image*, personifikasi dalam konten AI yang menggambarkan buah di TikTok dilakukan

melalui penggabungan sifat buah dengan ciri fisik dan perilaku manusia. Dalam aspek teknologi, AI generatif mampu menciptakan tampilan jeruk yang sangat realistis lewat rincian tekstur, pencahayaan, bayangan, dan simulasi gerakan yang menyerupai benda dan makhluk hidup. Dalam aspek komposisi, personifikasi dibangun melalui bentuk tubuh, ekspresi wajah, proporsi tubuh yang menyerupai bayi, serta gerakan manusia. Ciri-ciri ini diperkuat oleh penerapan *Baby Schema*, seperti ukuran kepala yang besar, mata yang lebar, tubuh bulat, anggota tubuh yang kecil, dan gerakan yang cenderung kikuk, sehingga menciptakan kesan menggemaskan. Dalam aspek makna visual, penggabungan identitas buah, ciri-ciri bayi, dan perilaku manusia menghasilkan representasi yang tidak biasa di dunia nyata tetapi tetap dapat dimengerti oleh penonton. Saat jeruk yang mendapatkan suapan dan mengunyah makanan membangun interaksi sosial, sementara hiperrealisme membuat situasi ini tampak meyakinkan. Pengamatan terhadap komentar yang sebagian besar berisi respons seperti "imut", "*adorable*", dan "*so cute*" juga memperkuat persepsi menarik dari karakter tersebut. Dengan demikian, daya tarik visual konten tidak hanya berasal dari kapasitas AI untuk menghasilkan gambaran yang realistis, tetapi juga dari keberhasilannya dalam mengintegrasikan antropomorfisme, ciri-ciri *Baby Schema*, hiperrealisme, serta perilaku manusia, guna menciptakan karakter buah yang unik dan menarik perhatian.

Penelitian yang akan datang dapat mengeksplorasi topik dengan membandingkan berbagai konten AI animasi buah dari akun atau platform yang berbeda untuk mengidentifikasi variasi dalam pola personifikasi. Penelitian selanjutnya juga bisa memperluas analisis pada lokasi audiens demi memahami elemen yang menjadikan konten tersebut menarik dan menghasilkan persepsi yang menggemaskan. Untuk bidang Desain Komunikasi Visual, studi ini dapat berfungsi sebagai acuan awal dalam memahami pemanfaatan AI generatif sebagai alat eksplorasi karakter, terutama melalui penerapan konsep antropomorfisme dan *Baby Schema* dalam pembentukan karakter digital.

REFERENSI

Dewi, A. K. 2023. *Pengembangan Kompetensi Multiliterasi desain berbasis pada penerapan tradisi komunikasi di era Indonesia 4.0.* Jurnal Desain Indonesia. 1(1): 1-6

Dondis, D. A. 1973. *A Primer of Visual Literacy*. Cambridge: MIT Press.

Kawaguchi, Y., & Waller, B. M. 2024. *Lorenz's classic 'baby schema': a useful biological concept?*. The Royal Society Publishing. 291. https://doi.org/10.1098/rspb.2024.0570

Koda, N., & Hara, K. 2021. *Talking animals: A literature review of anthropomorphism in children's books.* Anthrozoös . 34(3): 1-17

Krisdanu, C. A., & Sumantri, K. A. 2023. TikTok sebagai Media Pemasaran Digital di Indonesia. Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi. 7(2): 24-36

Lorenz, K. 1943. *Die angeborenen Formen möglicher Erfahrung*. Zeitschrift für Tierpsychologie, 5, 235–409. https://doi.org/10.1111/j.1439-0310.1943.tb00655.x

Maiden, N., Lockerbie, J., Zachos, K., Wolf, A., & Brown, A. 2022. *Designing new digital tools to augment human creative thinking at work: An application in elite sports coaching.* Expert Systems, 40(3)

Oktareza, D., Noor, A., Saputra, E., & Yulianingrum, A. V. 2024. *Transformasi Digital 4.0; Inovasi yang Menggerakkan Perubahan Global.* CENDEKIA: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora. 2(3): 661-672

Putra, R. R. P. A., & Panindias, A. N. 2023. *Implementasi Prinsip Animasi dalam Gerak Personifikasi Tokoh di Film Animasi Lakontara*. CITRAWIRA: Journal of Advertising and Visual Communication. 4(1): 20-42

Populix. (2023). *Unveiling the Tech Revolution: How Technology Reshapes the Future of Work*. Populix. Tersedia di: https://voi.id/en/technology/288161

Rahmania, C. S. 2026. *Plagiarisme OpenAI terhadap Studio Ghibli dalam Perspektif Undang-Undang Hak Cipta*. Skripsi. Program Studi Hukum. Universitas Bojonegoro.

Reza, Y. A., & Kristanto, H. 2024. *Perkembangan Teknologi AI dalam Desain Grafis: Sebuah Tinjauan Literatur.* Communication & Design Journal. 1(1): 1-9

Rose, G. 2001. *Visual methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials*. London: Sage Publications.

Sugihartono, R. A. 2011. Antropomorfisme dalam Kesenian Indonesia. CAPTURE: Jurnal Seni Media Rekam. 2(2): 30-40

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Bandung: Alfabeta.

Wang, X., Xu, Z., Liu, C., & Deng, S. 2026. *Why ASMR Responders Show Different Emotional Experiences during ASMR Episodes*. Current Psychology, 45, Article 668.

Wardhana, A. A. 2021. *Hiperrealitas dalam Permainan Video Daring: Simulasi, Simulakra, dan Hiperrealitas Garena Free Fire.*

YumBubs. 2025. *Orange eating ASMR*. TikTok. https://vt.tiktok.com/ZS4gWHMQt/