



Analisis Konten Hiburan Berbasis (AI) di Media Sosial

(Studi Kualitatif Deskriptif terhadap Dinamika Komunikasi Digital)

Moch. Sheva Indraputra¹, Detya Wiryany²

Universitas Indonesia Membangun, Indonesia¹⁻²

Email Korespondensi: moch.shevaindraput@student.inaba.ac.id, detya.wiryany@inaba.ac.id

Article received: 01 November 2025, Review process: 11 November 2025

Article Accepted: 25 Desember 2025, Article published: 21 Januari 2026

ABSTRACT

A digital era evolution is currently unfolding within the social media landscape, driven by the integration of Artificial Intelligence (AI) in content production and distribution. The presence of AI in digital communication not only transforms how individuals and organizations interact socially, politically, and economically but also poses new challenges to audience perception. The phenomenon of AI-based entertainment content blurs the line between human originality and algorithmic output, raising crucial questions regarding systems of signs and meaning. While icons and symbols were previously the result of full human intention, these signs are now produced through prompts processed automatically by algorithms. This research aims to analyze the role of AI in creating entertainment content on social media using a qualitative approach. The primary focus of this study is to explore the shift in how visual messages are constructed and consumed on TikTok and Instagram platforms. Through a comparative analysis of Veo3 and CapCut technologies, it is found that AI has transcended conventional boundaries. The role of the creator has transformed from an artistic practitioner into a prompt engineer. The results indicate that Veo3 excels in iconic realism with visual details that convey a high sense of professionalism. Meanwhile, CapCut represents a more practical democratization of creativity, where automated templates and music rhythm synchronization serve as indices of active user participation in an instant pop culture. Overall, the integration of AI into social media creates a new paradigm of thought between technical sophistication and mass cultural expression.

Keywords: Artificial Intelligence (AI), Entertainment Content, Social Media, Digital Communication.

ABSTRAK

Perkembangan sebuah era digital tengah terjadi dalam lanskap media sosial, yang dipicu oleh adanya kecerdasan buatan (AI) dalam produksi dan distribusi konten. Kehadiran AI dalam komunikasi digital tidak hanya mengubah cara individu dan organisasi berinteraksi secara sosial, politik, dan ekonomi, tetapi juga menciptakan tantangan baru dalam persepsi khalayak. Fenomena konten hiburan berbasis AI mengaburkan batasan antara orisinalitas manusia dan hasil algoritma, sehingga memunculkan pertanyaan krusial mengenai sistem tanda dan makna. Jika dahulu ikon dan simbol merupakan hasil intensi penuh manusia, kini tanda-tanda tersebut diproduksi melalui perintah prompt yang diolah secara otomatis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran AI dalam pembuatan konten hiburan di media sosial melalui pendekatan kualitatif. Fokus utama studi ini adalah mengeksplorasi pergeseran cara pesan visual dikonstruksi dan dikonsumsi pada platform TikTok dan Instagram. Melalui analisis perbedaan antara teknologi Veo3 dan Capcut, ditemukan bahwa

AI telah melampaui batas kebiasaan. Peran kreator kini berubah dari praktisi artistik menjadi seorang prompt engineer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Veo3 unggul dalam aspek realisme ikonik dengan detail visual yang memberikan kesan profesionalisme tinggi. Sementara Capcut mempresentasikan demokratisasi kreatif yang lebih praktis, di mana fitur template dan sinkronisasi ritme musik menjadi indeks partisipasi aktif pengguna dalam budaya pop yang instan. Secara keseluruhan, integrasi AI dalam media sosial menciptakan metode berpikir baru antara kecanggihan teknis dan ekspresi budaya massa.

Kata Kunci: Kecerdasan buatan (AI), Konten Hiburan, Media Sosial, Komunikasi Digital

PENDAHULUAN

Lanskap media sosial saat ini sedang mengalami transformasi dalam di dunia digital dalam cara konten diproduksi yang didistribusikan di media sosial. Jika tahun-tahun sebelumnya ditandai dengan adanya *User-Generated Content* (UGC) di mana individu menjadi kreator melalui proses manual (perekaman, penyuntingan, dan penulisan), kita memasuki era baru yang didorong oleh Artificial Intelligence, integrasi AI ke dalam platform media sosial telah mengubah peran pengguna dari sekedar ‘pencipta’ menjadi ‘kurator’ atau ‘sutradara’ bagi algoritma cerdas.

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan *Artificial Intelligence* (AI) telah menandai sebuah era baru dalam lanskap media dan komunikasi, melampaui peran tradisionalnya sebagai sekadar alat bantu atau sistem rekomendasi. *Artificial Intelligence* (AI) telah bertransformasi menjadi sebuah teknologi yang memiliki peran penting dalam dunia komunikasi. Seiring dengan berkembangnya era digital, sebagian masyarakat telah merubah kebiasaannya dengan menggunakan media sosial dalam segala kegiatannya. Komunikasi digital telah mengubah kebiasaan para individu dan organisasi berinteraksi, berbagi informasi, dan berpartisipasi dalam kehidupan sosial, politik serta ekonomi. Fenomena ini terutama didorong oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat, termasuk internet, media sosial, aplikasi pesan instan, dan platform digital lainnya. Sebagai instrumen komunikasi yang memiliki jangkauan luas, media sosial menawarkan berbagai keunggulan yang menjadikannya sulit ditinggalkan. Fungsinya kini tidak sekedar untuk bersosialisasi namun, menjadi platform untuk hiburan sekaligus pusat informasi utama bagi masyarakat (Ridma Meltareza dkk, 2024).

Dalam menggunakan media sosial, alat utama yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan melakukan komunikasi adalah konten. Konten merupakan kunci utama dalam unggahan media sosial, yang dapat terbentuk gambar maupun video untuk menyebarkan informasi. Konten perlu diperhatikan dalam media sosial karena kualitas konten akan menentukan tersampaikan atau tidaknya pesan yang ingin disampaikan. Jenis-jenis konten hiburan saat ini memiliki beberapa macam jenis, seperti konten hiburan yang berbasis full AI, membuat para kreator dapat menyampaikan pesan komunikasi yang akan disampaikan dengan lebih banyak lagi variasinya. Saluran komunikasi digital yang memanfaatkan jaringan internet adalah media sosial, komunikasi yang tersedia dalam suatu media membuat komunikasi menjadi lebih sederhana. Melalui berbagai format seperti teks, foto dan video, media sosial memfasilitasi publik dalam bertukar informasi yang variatif (Ira Aryanti dkk, 2022).

Perkembangan teknologi saat ini semakin mudah untuk digunakan karena tersedia di *smartphone*. Aplikasi yang tersedia untuk membuat konten hiburan berbasis AI yang marak masyarakat gunakan adalah *Capcut* dan *Veo3 by Google Gemini* yang biasa digunakan untuk pembuatan konten berbasis AI. Aplikasi dan website tersebut banyak digunakan saat ini untuk membuat konten dengan tujuan memberikan hiburan ataupun bertukar informasi terhadap para pengikutnya di media sosial, seperti aplikasi *Capcut* merupakan aplikasi edit video yang memiliki fitur berbasis teknologi AI yang dapat diunduh dan digunakan secara gratis, begitupun *Veo3 by Google Gemini* adalah model kecerdasan buatan (AI) terbaru dari *Google DeepMind* yang berfokus pada pembuatan video.

Fenomena ini terlihat jelas dengan banyaknya konten hiburan yang diproduksi dengan bantuan AI. Aplikasi media sosial seperti *Tiktok* dan *Instagram*, kini tidak hanya menjadi wadah distribusi, tetapi juga menyediakan ekosistem produksi berbasis AI yang instan. Fitur-fitur seperti filter wajah ultra-realistis, *voice changer* berbasis AI, hingga generator teks ke video (*text to video*), hingga menurunkan hambatan teknis dalam pembuatan konten. Akibatnya kemampuan artistik teknis yang sebelumnya menjadi syarat mutlak untuk menciptakan konten berkualitas tinggi, kini tergantikan oleh kemampuan menyusun instruksi, *prompt engineering* yang merupakan teknik kunci yang meningkatkan efektivitas model bahasa. Teknik tersebut berfokus pada perancangan dan penyempurnaan perintah (*prompt engineering*) untuk memastikan model memberikan respons yang akurat dan spesifik (Izzul Fatawi, dkk 2024).

Pemanfaatan AI untuk pembuatan konten hiburan, dari aplikasi dan website tersebut menawarkan beberapa variasi yang diberikan kepada para penggunanya untuk mempermudah membuat konten berupa gambar maupun video berbasis AI, sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Perbedaan signifikan antara fitur *Pro/Premium Veo3 by Google Gemini* yang berfokus pada realisme ikonik, konsistensi karakter, dan kontrol sinematik resolusi tinggi, dengan fitur gratis *CapCut* yang berorientasi pada template massal, kecepatan simbolik, dan tren viralitas, berpotensi besar menghasilkan konstruksi tanda dan makna yang berbeda secara perkembangan teknologi kecerdasan buatan (AI) saat ini.

Dalam konteks hiburan, AI mengubah sifat pesan (*dari human-authored menjadi AI-assisted atau AI-generated*) dan mengubah peran audiens dari konsumen pasif menjadi entitas yang terus-menerus memberikan feedback kepada algoritma. Fenomena tersebut berkaitan dengan komunikasi digital, di mana terjadi hubungan yang beragam melibatkan pengguna sebagai konsumen, produk konten, dan kreator.

Konten hiburan berbasis AI, memicu pergeseran dalam pola konsumsi dan interaksi khalayak. Pemanfaatan alat AI ini, khususnya dalam konten hiburan yang massif, menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai otentisitas, etika produksi, dan pola resepsi khalayak yang mungkin sulit membedakan antara konten yang sepenuhnya original dan yang dihasilkan oleh AI. Akses terhadap komunikasi digital kini sangat bergantung pada penggunaan *smartphone* dan tablet. Kemajuan teknologi *smartphone* yang didorong oleh kreativitas manusia terus menghadirkan inovasi fitur yang memudahkan berbagai aktivitas, mulai dari berbelanja online dan

penyelesaian pekerjaan secara online hingga berinteraksi di media sosial (Detya Wiryany dkk, 2019).

Kehadiran fitur-fitur generatif AI pada aplikasi populer seperti *Capcut* dan *Veo3 by Google Gemini* telah mendemokratisasi produksi konten hiburan, namun secara bersamaan menimbulkan pertanyaan kritis mengenai sistem tanda dan makna yang dikomunikasikan. Jika sebelumnya ikon dan simbol diciptakan oleh intensi penuh manusia, kini tanda-tanda tersebut diproduksi melalui perintah prompt yang diolah oleh algoritma. Pergeseran ini menuntut analisis yang lebih dalam, tidak hanya pada proses produksinya, tetapi juga pada konstruksi tanda-tanda visual dan makna yang terkandung dalam konten hiburan berbasis AI. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis semiotika terhadap konten-konten tersebut untuk mengungkap bagaimana AI berpartisipasi dalam pembentukan realistik simbolik di media sosial.

Dengan adanya penelitian ini dilakukan tujuan utamanya adalah menganalisis secara mendalam peran kecerdasan buatan (AI) di media sosial dalam pemanfaatan pembuatan konten hiburan. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan konstruksi tanda-tanda (ikon dan simbol) yang terkandung dalam konten hiburan berbasis AI yang diproduksi menggunakan *Capcut* dan *Veo 3 by Google Gemini* dan Untuk menganalisis makna denotatif dan konotatif yang dikomunikasikan oleh konten hiburan berbasis AI serta mengungkap representasi sosial dan budaya yang terkandung di dalamnya. Semiotika ilmu yang mengkaji tanda beserta maknanya, semiotika menawarkan landasan teoritis yang relevan untuk membedah pesan-pesan visual maupun tekstual (Detya Wiryany & Ridma Meltareza, dkk 2024).

Penelitian ini dilakukan dengan cara pendekatan analisis kualitatif konten hiburan berbasis AI di media sosial terutama di Tiktok dan Instagram yang diproduksi hanya dengan *Veo3 by Google Gemini & Capcut*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengambil beberapa sampel konten dipilih berdasarkan kriteria spesifik yang relevan dengan topik dari teori semiotika yang digunakan adalah observasi non-partisipan dan dokumentasi dengan beberapa cara. Diharapkan dapat membuat penelitian memberikan sebuah gambaran mendalam dan meluas mengenai pemanfaatan aplikasi berbasis AI untuk konten hiburan di media sosial.

METODE

Metode Penelitian kualitatif deskriptif merupakan sebuah metode yang biasa digunakan untuk meneliti sebuah kondisi suatu kelompok manusia, objek, gagasan, atau peristiwa yang sedang terjadi. Penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk menyajikan rangkaian kata atau gambar secara sistematis, aktual dan terpercaya tentang fakta yang ada serta sifat-sifat yang berhubungan dengan fenomena yang akan diteliti. Penelitian kualitatif merupakan instrumen studi yang ditujukan untuk mendalami kondisi terkini dari sebuah subjek, objek tertentu, fenomena, maupun berbagai peristiwa yang sedang berlangsung (Ahmad Taufiq dkk, 2024).

Pendekatan kualitatif deskriptif ini digunakan dengan fokus pada makna dan dinamika, dengan tujuan dari penelitian tersebut untuk menganalisis dinamika

komunikasi digital dan konten hiburan yang dihasilkan oleh AI. Kualitatif deskriptif merupakan pendekatan yang ideal untuk menggali kedalaman, makna, dan interpretasi dari interaksi dan konten-konten tersebut. Konten hiburan berbasis AI di media sosial adalah fenomena yang relatif baru dan sedang berkembang. Pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk memetakan dan mendeskripsikan secara rinci bagaimana fenomena ini terjadi, berkembang, dan dipersepsikan oleh pengguna atau produsen, tanpa memaksakan kategori yang sudah ada.

Subjek utama penelitian ini adalah konten hiburan berbasis AI yang dihasilkan melalui *CapCut & Veo3 by Google Gemini*, dalam penelitiannya nanti akan dibagi menjadi beberapa bagian mulai dari platform, jenis kontennya, serta dari penjelasan mengenai konten tersebut dalam teori semiotika Roland Barthes & Charles Sanders Peirce.

Sumber data dari Penelitian tersebut adalah konten hiburan berbasis kecerdasan buatan (AI) yang diunggah di platform media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Data primer berupa objek semiotis (tanda) itu terdiri dari, video konten hiburan berbasis AI yang telah dipilih menjadi sampel, transkripsi visual (gambar kunci) dan audio/teks yang terdapat dalam video sample, keterangan (caption) yang menyertai unggahan video.

Teknik Pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *Purposive sampling*. Sampel konten dipilih berdasarkan kriteria spesifik yang relevan dengan topik dari teori semiotika yang digunakan adalah Observasi non-partisipan dan dokumentasi dengan beberapa langkah, seperti :

- a. Pencarian dan identifikasi, melakukan penelusuran sistematis di platform media sosial (tiktok atau Instagram) menggunakan kata kunci terkait AI, Capcut, Veo3, dan trending sounds tertentu.
- b. *Screen Recording* dan Dokumentasi, mengunduh atau merekam konten video sampel.
- c. Membuat tabel atau katalog data yang merinci untuk setiap sampel yang telah didapat, mencakup sumber/URL.
- d. Reduksi visual, mengambil screenshot pada momen-momen visual kunci (keyframes) dari video untuk dianalisis pada tahap denotasi.

Instrumen utama ini adalah peneliti itu sendiri dengan didukung oleh instrumen bantu berupa pedoman Analisis Semiotika dan perangkat lunak pendukung untuk penelitian ini, seperti :

- a. Peneliti (*Human Instrument*), peneliti bertindak sebagai instrumen utama untuk melakukan observasi, seleksi sampel, interpretasi dan analisis data.
- b. Pedoman Analisis Semiotika, checklist atau matriks yang dikembangkan berdasarkan teori Barthes dan Peirce untuk memastikan analisis dilakukan secara sistematis dan komprehensif.

Teknis Analisis Data yang digunakan adalah Analisis Semiotika Kualitatif yang bersifat deskriptif-interpretatif. Proses analisis dilakukan dalam dua tahapan utama, sesuai dengan dua teori yang diadopsi :

a. Analisis Konstruksi Tanda (Peirce)

Pada tahap ini, sampel video diurai seperti konsep yang dikemukakan oleh Charles Sanders Pierce, dalam hubungan trikotonomi, klasifikasi tanda dilakukan dengan mengidentifikasi komponen video (unsur visual, teks, dan instruksi) ke dalam tiga kelompok klasifikasi berbeda (Ade syahputra, dkk 2023) yaitu :

1. Ikon, tanda yang memiliki kemiripan fisik dengan objek (misalnya, output Veo3 yang sinematik).
2. Simbol, tanda yang maknanya didasarkan pada konvensi/kesepakatan sosial (misalnya, Template *CapCut* atau musik yang sedang trending).
3. Indeks, tanda yang memiliki hubungan sebab-akibat atau bukti fisik dengan objeknya.

b. Analisis Sistem Makna (Semiotika Roland Barthes)

Model Semiotika Roland Barthes membahas pemaknaan atas tanda dengan menggunakan signifikasi (Panji wibisono, dkk 2021), yaitu :

1. Analisis Denotasi, mencatat secara objektif apa adanya, tanpa interpretasi, elemen visual dan naratif yang ditemukan dalam video.
2. Analisis Konotasi, menganalisis bagaimana tanda-tanda denotatif tersebut diasosiasikan dengan makna budaya, personal atau sosial.
3. Analisis Mitos, mengidentifikasi bagaimana konotasi tersebut berinteraksi dan membentuk narasi yang lebih besar (mitos) tentang ideologi budaya yang ada di masyarakat.

Untuk menguji keabsahan validitas data, peneliti akan menganalisis serta mengadopsi yang telah diuji validitasnya, dengan topik dari jurnal sejenis yang sama-sama memiliki pembahasan seputar *Artificial Intelligence* (AI) serta dengan pengambilan dari beberapa sample konten berbasis AI di media sosial untuk dijadikan purposive sampling yang memastikan kecukupan informasi dari sampel untuk menjawab pertanyaan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil observasi mendalam dengan beberapa sampel konten hiburan yang dibuat oleh kecerdasan buatan (AI) diproduksi oleh *Veo3 By Google Gemini & Capcut* di media sosial seperti di Tiktok dan Instagram, ditemukan bahwa Kecerdasan buatan (AI) memiliki keunggulan yang melebihi jangkauan manusia yang hanya bisa membuat teknologi tersebut menjadi berjalan sesuai dengan keinginan (*prompt*) yang digunakan, ditemukan beberapa data sebagai berikut :

- a. Tipologi Konten, konten yang dihasilkan melalui *Veo3* didominasi oleh video generatif penuh text to video dengan subjek manusia yang memiliki kemiripan fisik 90-95% dengan manusia asli. Sementara itu, konten *Capcut* didominasi oleh pengguna yang biasanya menggunakan template otomatis yang menggabungkan potongan gambar atau video nyata dengan efek transisi AI.
- b. Unsur Visual (Ikon), pada *Veo3* ikon yang muncul berupa detail tekstur kulit, helai rambut, dan pencahayaan alami. Pada *Capcut*, ikon muncul dalam bentuk teks dinamis, stiker digital dan filter warna yang serupa.
- c. Unsur Teknis (indeks), terdapat perbedaan signifikan pada *frame rate* dan resolusi. Konten *Veo3 Pro* menunjukkan gerakan sinematik yang halus (*smooth*),

sedangkan *Capcut* menunjukkan indeks berupa kecepatan ritme yang mengikuti dentuman musik (beat sync).

- d. Unsur Kontekstual (Simbol), penggunaan latar belakang atau set background seperti mewah, garasi, ataupun pasar tradisional, digunakan sebagai simbol untuk menempatkan subjek dalam status sosial tertentu.

Tabel 3. Perbandingan konten hiburan dengan basis AI yang diproduksi oleh Veo3 & Capcut

Dimensi Analisis	<i>Veo3 By Google Gemini</i>	<i>Capcut (AI features)</i>
Karakteristik Ikon	Realisme ikonik tinggi, menghasilkan subjek (manusia, hewan ataupun benda) dengan detail biologis yang presisi (tekstur kulit, mikroekspresi).	Ikonitas fungsional. Mengandalkan asset visual yang sudah ada atau modifikasi filter pada objek nyata.
Konstruksi Indeks	Kualitas 4K, gerakan kamera sinematik, dan pencahayaan dinamis sebagai tanda kecanggihan algoritma.	Penggunaan efek populer dan transisi cepat sebagai tanda partisipasi dalam tren media sosial.
Fungsi Simbolik	Menandakan peran pengguna sebagai <i>prompt engineering</i> yang memiliki kontrol penuh atas narasi.	Menandakan peran pengguna sebagai <i>curator tren</i> yang terhubung dengan komunitas massal.
Makna Denotatif	Visualisasi realitas yang disempurnakan (bersih, estetik, dan tanpa distraksi visual).	Visualisasi realitas yang dimodifikasi (objek nyata ang diberi lapisan efek/ teks).
Makna Konotatif	Profesionalisme dan masa depan (<i>high-end content</i>).	Praktis, instan, dinamis dan aksesibel (<i>pop culture content</i>).
Mitos Yang dibentuk	Teknologi mampu menciptakan dunia baru yang lebih menarik dari realitas asli.	Semua orang bisa menjadi kreator hebat hanya dengan satu klik (instan).

Peran Pengguna	Sutradara/ Arsitek visual, fokus pada <i>prompt engineering</i> dan konsep original.	Editor/Kurator, fokus pada adaptasi <i>template</i> dan kecepatan distribusi.
----------------	--	---

Tabel ini menunjukkan dikotomi yang jelas dalam produksi konten hiburan berbasis AI. Veo3 cenderung digunakan untuk membangun dunia hiperrealitas di mana batasan antara yang nyata dan buatan hilang sepenuhnya demi estetika yang sempurna. Sementara itu, Capcut memperkuat fenomena demokratisasi produksi, di mana kecepatan dan tren lebih diutamakan daripada orisinalitas visual. Perbedaan ini membuktikan bahwa meskipun keduanya kecerdasan buatan (AI) sistem tanda yang mereka produksi menysasar tujuan komunikasi yang berbeda, Veo3 untuk personal branding dan narasi kompleks, sedangkan Capcut untuk interaksi sosial dan viralitas instan.

Gambar 1. Cuplikan Konten pertama (Tiktok, Veo3)



Denotasi : Menampilkan seorang anak kecil sebagai visual utama/center dalam video yang diunggah, dengan memakai baju sebagaimana anak kecil yang suka bermain, latar belakang yang disorot yakni di pusat perbelanjaan, terdapat transisi halus yang dihasilkan oleh AI (Veo3).

Konotasi : Penggunaan Pencahayaan dan segi kualitas gambar yang diberikan , membuat video tersebut terkesan mewah,berkualitas dan profesional. dari visual yang diberikan, bisa diartikan bahwa video tersebut mempresentasikan gaya hidup seorang anak kecil seperti biasanya, namun jika melihat kualitas videonya bisa mempresentasikan gaya hidup anak muda yang melek dan mengerti bagaimana menggunakan teknologi.

Mitos : Keberhasilan dan status sosial saat ini sering dikaitkan dengan kemampuan untuk menampilkan citra diri yang estetik dan berkualitas, seperti kualitas dari video tersebut melalui bantuan teknolog AI (Veo3).

Ikon : Sosok anak kecil dalam video tersebut adalah sebuah ikon dari dirinya sendiri, pakaian yang digunakan selayaknya anak kecil yang sedang aktif aktifnya, membuktikan teknologi *Veo3* tersebut dapat membuat realitas makhluk hidup tampak seperti nyata.

Indeks : Ekspresi wajah yang mempresentasikan bahwa anak kecil tersebut benar benar sedang menjelaskan sesuatu, didukung oleh ekspresi dari subjek di belakang ikon utama tersebut yang seolah olah memberikan sebuah ekspresi, kualitas dari video tersebut sangat tajam menunjukkan penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) *Veo3*.

Simbol : Penempatan logo dari akun media sosial tersebut terlihat jelas dan kontras disudut kanan atas video tersebut. bersama dengan logo dari websie atau AI yang digunakan untuk membuat video/konten tersebut di sudut bawah video tersebut.

Gambar 2. Cuplikan Konten kedua (Tiktok, *Veo3*)



Denotasi : Menampilkan sosok perempuan sebagai objek utama, dengan memakai baju adat (kebaya) sebagaimana presenter sedang melaporkan keadaan sekitar, latar kejadian ada di sebuah pasar tradisional dan dalam sebuah kantor, terdapat sebuah transisi dari objek ke sebuah objek lainnya berpindah dengan baik, dukungan kehidupan nyata dibelakang objek utama menjadi kesan yang diberikan oleh *Veo3* (AI).

Konotasi : Pengaturan cahaya, colour tone dari video tersebut memberikan kesan yang hangat, baik dan tenang, dari video yang ditampilkan mempresentasikan gaya hidup seorang presenter dan masyarakat pada biasanya di pagi hari, ada yang sedang berbelanja kebutuhannya dan ada yang sedang berkerja seperti presenter yang sedang melaporkan keadaan sekitar, tidak kalah penting seperti voice changer yang dihasilkan oleh AI terdengar jelas dan nyata menciptakan persepsi para viewers kepada konten tersebut itu adalah nyata.

Mitos : Dalam konten tersebut, AI dapat mempresentasikan visualnya sesuai dengan keinginan, seperti memakai "kebaya" secara tidak langsung AI atau teknologi saat ini sudah paham dan memiliki datanya, alhasil visual kebaya yang dikenakan pun terlihat jelas dan nyata.

Ikon : Para objek utama yang dihasilkan oleh AI tersebut memiliki tingkat kemipiripan yang sangat baik, sangat realistis seperti nyata, dengan pakaian dan ekspresi wajah hingga latar yang ditampilkan, mendukung video tersebut menjadi lebih terlihat seperti nyata.

Indeks : Ekspresi wajah dan visual dari yang ditampilkan oleh video tersebut terlihat sangat natural, mulai dari ekspresi, tekstur muka, bentuk badan hingga gerakannya terlihat seperti nyata, namun gerakan masih seperti terlihat kaku, namun itu sudah cukup bagus untuk setingkat teknologi AI saat ini.

Simbol : Tidak banyak simbol yang tertera di video tersebut, namun dari narasi yang dihasilkan oleh video tersebut, sesuai dengan trend yang sedang marak digunakan, maksudnya pengguna website AI untuk membuat video masih sering banyak orang gunakan dan masih banyak orang yang belum tau bagaimana membuatnya.

Gambar 3. Cuplikan Konten ketiga (Instagram, Veo3)



Denotasi : Konten yang ditampilkan tersebut memberikan sebuah hiburan mengenai, bagaimana kita bisa menghabiskan cemilan/makanan yang dihindangkan dalam 30 menit saja, beberapa makanan di hidangkan dengan berbagai jenis atau merk, namun latar dan objek orang yang dipresentasikan sama, yakni seorang petugas kepolisian dalam sel.

Konotasi : Visual dari objek utama atau makanannya hingga visual orangnya begitu terlihat hidup dan nyata.

Mitos : Konten tersebut mempresentasikan sebuah trend atau kebiasaan para food vlogger yang sering sekali membuat konten mukbang, maka dari itu konsep dari video tersebut sangat familiar.

Ikon : Objek dan latar yang dipresentasikan terlihat begitu nyata dan hidup.

Indeks : Latar dan Grading dari video tersebut sangat memberikan kesan yang begitu serius, mencekam dan penuh tantangan.

Simbol : Banyak sekali simbol-simbol dari merk makanan siap saji yang dipresentasikan.

Gambar 4. Cuplikan Konten keempat (Tiktok, Capcut)

Denotasi : Visual yang ditampilkan memang terlihat nyata, namun hasil AI yang diberikan tidak begitu luas atau tidak begitu banyak variasi, dikarenakan itu semua hanya template yang disatukan dengan sebuah video nyata yang kita punya.

Konotasi : Dukungan dari visual atau objek utama (seorang remaja) yang ada dalam video tersebut memberikan kesan yang begitu nyata dan hidup, pencahayaan dan latar yang ditampilkan cukup memberikan kesan bahwa video tersebut dibuat oleh AI.

Mitos : Pada dasarnya konten ber-template AI saat ini marak digunakan oleh para pengguna media sosial, untuk memberikan hasil yang instan dan cepat tanpa adanya proses yang panjang.

Ikon : objek utama dalam video tersebut adalah seorang remaja pria yang sedang berjalan.

Indeks : Tidak begitu banyak ekspresi yang ditampilkan namun gerakan dan visual dari template video tersebut cukup untuk mendeskripsikan bahwa video tersebut dibuat oleh kecerdasan buatan (AI).

Simbol : Tidak banyak simbol yang ditampilkan.

Gambar 5. Cuplikan Konten kelima (Tiktok, Capcut)

Denotasi : Visual yang ditampilkan memang terlihat nyata, namun hasil AI yang diberikan tidak begitu luas atau tidak begitu banyak variasi, dikarenakan itu semua hanya template yang disatukan dengan sebuah video nyata yang kita punya.

Konotasi : Dukungan dari visual atau objek utama (seorang gadis) yang ada dalam video tersebut memberikan kesan yang begitu nyata dan hidup walaupun masih terlihat kaku namun cukup untuk memberikan bahwa video tersebut dibuat oleh AI.

Mitos : Pada dasarnya konten ber-template AI saat ini marak digunakan oleh para pengguna media sosial, untuk memberikan hasil yang instan dan cepat tanpa adanya proses yang panjang.

Ikon : Objek utama dalam video tersebut adalah seorang gadis yang berusaha kabur dari kejaran dinosaurus yang tiba-tiba muncul dibelakangnya.

Indeks : Tidak begitu banyak ekspresi yang ditampilkan namun gerakan dan visual dari template video tersebut cukup untuk mendeskripsikan bahwa video tersebut dibuat oleh kecerdasan buatan (AI).

Simbol : tidak banyak simbol yang ditampilkan.

Gambar 6. Cuplikan Konten keenam (Tiktok, Veo3)



Denotasi : Visual yang ditampilkan memang terlihat nyata, namun hasil AI yang diberikan tidak begitu luas atau tidak begitu banyak variasi, dikarenakan itu semua hanya template yang disatukan dengan sebuah video nyata yang kita punya.

Konotasi : Visual yang dipresentasikan (seorang gadis dan balita) memberikan kesan yang begitu nyata dan hidup.

Mitos : Pada dasarnya konten ber-template AI saat ini marak digunakan oleh para pengguna media sosial, untuk memberikan hasil yang instan dan cepat tanpa adanya proses yang panjang.

Ikon : Objek utama dalam video tersebut memberikan kesan yang begitu hidup dan cukup untuk mempresentasikan bahwa video tersebut full hasil buatan AI.

Indeks : Tidak begitu banyak ekspresi yang ditampilkan namun gerakan dan visual dari template video tersebut cukup untuk mendeskripsikan bahwa video tersebut dibuat oleh kecerdasan buatan (AI).

Simbol : tidak banyak simbol yang ditampilkan.

Konstruksi Tanda dalam Era Kurasi Algoritmik (Analisis Charles Sanders Peirce)

Sesuai dengan hasil observasi atau penelitian menunjukkan bahwa konstruksi tanda pada konten hiburan yang diproduksi oleh *Veo3 & Capcut* tidak lagi sepenuhnya murni dari intensi manusia, melainkan hasil kolaborasi antara prompt engineering dan basis data dari AI tersebut. Pembahasan kali ini akan dibagi menjadi 3 bagian pembahasan sesuai dengan Teori Semiotika Charles Sanders Peirce :

- a. Ikon, Replika Realitas yang terkurasi penelitian menemukan bahwa *Veo3* mampu mengonstruksi ikon dengan tingkat presisi yang sangat tinggi seperti pada subjek (manusia, hewan ataupun sebuah benda). Ikon ini tidak hanya menyerupai objek di dunia nyata, tetapi melakukan penyempurnaan visual. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa AI menurunkan hambatan teknis, ikon-ikon yang dihasilkan melalui *prompt* cenderung menampilkan versi ideal dari realitas, seperti kegiatan dalam sebuah tempat yang begitu bergerak dan hidup sesuai dengan kenyataan ataupun ekspresi wajah yang dipresentasikan begitu hidup tanpa celah, hal ini menunjukkan bahwa ikon dalam konten hiburan berbasis AI adalah sebuah ikonitas teknofili, di mana kemiripan visual digabungkan dengan kesempurnaan digital.
- b. Indeks, Jejak Otomasi dan Efisiensi indeks dalam konten ini bergeser dari jejak fisik menjadi jejak digital. Ketajaman resolusi tinggi dan gerakan sinematik pada pada fitur *Veo3 Pro* menjadi indeks dari akseibilitas teknologi premium. Sebaliknya pada *Capcut*, indeks penggunaan template massal menunjukkan kecepatan produksi. Ini membuktikan argument latar belakang bahwa kualitas konten ini ditentukan oleh kemampuan menyusun instruksi (*prompt engineering*), bukan lagi keterampilan artistik manual.
- c. Simbol, identitas prosumer modern simbol-simbol yang muncul dalam konten seperti logo aplikasi, tag tren atau elemen interior modern berfungsi modern sebagai penanda status sosial digital. Penggunaan simbol berbasis AI mengkomunikasikan bahwa kreator adalah bagian dari era baru komunikasi digital yang melek akan teknologi.

Stratifikasi Makna dan Mitos Otentisitas (Analisis Roland Barthes)

Pembahasan kali ini adalah hasil observasi konten-konten hiburan di media sosial yang diproduksi *Veo3 & Capcut* dengan konteks pembahasan mengenai batas antara konten original dan konten hasil AI yang semakin marak dan menyatu dalam perkembangan media sosial dan digital saat ini. Dipecah menjadi 3 bagian sesuai dengan teori semiotika menurut Roland Barthes :

- a. Denotasi, Representasi dunia yang terfragmentasi secara denotatif, data penelitian menunjukkan bahwa AI sangat akurat dalam memvisualisasikan objek-objek sosiokultural seperti pakaian atau set latar belakang dari konten konten hiburan AI, namun denotasi ini bersifat fragmentaris karena hanya

- mengambil elemen-elemen yang tersedia dalam dataset AI, sehingga realitas yang ditampilkan adalah realitas yang sudah disaring.
- b. Konotasi, Estetika instan sebagai standar baru secara konotatif, penggunaan AI (terutama fitur *pro Veo3*) membangun makna tentang kekuasaan dan profesionalisme. Konten yang dihasilkan AI dikonotasikan sebagai konten yang mahal dan canggih. Hal ini memperkuat temuan bahwa masyarakat digital saat ini mulai menggeser nilai otentisitas dari keaslian proses menjadi keindahan hasil akhir.
 - c. Mitos, Hiperrealitas dan Normalisasi Kepalsuan, temuan paling kritis adalah munculnya mitos hiperrealitas. Konten hiburan yang menampilkan hal mustahil hingga para *viewers/audience* dapat menerima hal-hal kemustahilan tersebut sebagai hiburan yang sah karena kualitas visualnya yang melampaui kenyataan. Sebagaimana yang telah dinyatakan sebelumnya audiens sulit membedakan antara original dan buatan, penelitian ini membuktikan bahwa audiens cenderung mengabaikan keaslian demi estetika. AI telah berhasil menaturalisasi kepalsuan menjadi sebuah standar kecantikan dan hiburan baru di media sosial.

Komparasi Karakteristik

Menanggapi perbedaan segmen yang digunakan dalam penelitian ini, ada dua kecerdasan yang dibahas, yakni Veo3 by Google Gemini & Capcut (AI Features).

- a. *Veo3* lebih dominan dalam membentuk makna konotatif yang eksklusif, dengan kontrol sinematik dan resolusi tinggi, *Veo3* menciptakan narasi yang lebih dalam dan konsisten, yang biasanya digunakan untuk membangun citra merek atau identitas diri yang lebih serius.
- b. *Capcut* lebih dominan dalam makna simbolik yang kolektif. Penggunaan template yang massal menciptakan keseragaman makna di media sosial. Kreativitas di sini bersifat cepat dan mengikuti arus viralitas, yang mempertegas peran pengguna sebagai kurator tren daripada pencipta konsep.

Analisis terhadap fenomena konten hiburan berbasis kecerdasan buatan (AI) pada platform Tiktok dan Instagram menunjukkan adanya pergeseran fundamental dalam cara pesan visual dikonstruksi dan dikonsumsi. Melalui komparasi antara *Veo3* & *Capcut*, terlihat jelas bahwa teknologi AI telah melampaui batasan teknik manusia, di mana peran kreator kini berubah dari praktisi artistik menjadi seorang arsitek instruksi atau prompt engineer. *Veo3* menonjolkan keunggulan pada aspek realisme ikonik yang sangat presisi, menghasilkan detail secara nyata dan hidup dan pencahayaan sinematik yang menciptakan kesan profesionalisme yang sangat tinggi. Sebaliknya, *Capcut* membawa AI ke ranah demokrasi kreatif yang lebih praktik, di mana penggunaan template otomatis dan sinkronisasi ritme musik menjadi indeks dari partisipasi aktif pengguna dalam budaya pop yang dinamis dan instan.

Teori Semiotika adalah suatu ilmu untuk meneliti sebuah tanda, merupakan landasan metodologis yang fundamental dalam menganalisis komunikasi digital. Dalam konteks media sosial, semiotika menawarkan kerangka untuk mengurai

bagaimana pesan dan makna dikonstruksi, didistribusikan, dan diterima oleh khalayak. Ketika lanskap produksi konten bergeser dari intensi manusia ke mediasi algoritma, semiotika menjadi semakin penting untuk mengungkap pergeseran realitas simbolik yang dihasilkan oleh AI. Dari hasil penelitian di atas, terdapat beberapa hasil analisis yang mengandung ketiga unsur dari model semiotika milik Charles Sanders Pierce dan Roland Barthes. Seluruh konten yang dijadikan sampling untuk di analisis merupakan sebuah makna dari berbagai konten AI di media sosial khususnya Tiktok dan Instagram yang diproduksi oleh *Capcut & Veo3*.

SIMPULAN

Konten hiburan berbasis AI mengonstruksi tanda melalui kolaborasi antara prompt engineering manusia dan kecerdasan algoritmik. Ikon yang dihasilkan telah mencapai level *ultra realistic* yang mengaburkan batasan antara subjek organik dan artifisial. Secara indeksial, kualitas visual yang sempurna menjadi tanda dominasi teknologi atas keterampilan manual, sementara secara simbolik, penggunaan konten AI mempresentasikan identitas produsen dan konsumen modern yang mengedepankan literasi digital dan efisiensi.

Makna denotatif dalam konten AI bukan lagi sekadar rekaman realitas objektif, melainkan sebuah “realitas yang telah dikurasi dan dimurnikan” oleh algoritma. Secara konotatif, penggunaan fitur AI membangun citra profesionalisme, kemewahan, dan keinstanan. Hal ini melahirkan mitos estetika instan, di mana audiens lebih memvalidasi keindahan visual hasil simulasi AI daripada otentisitas proses manual. Fenomena ini mengukuhkan kondisi hiperrealitas, di mana masyarakat media sosial menerima dan menikmati realitas bukan sebagai standar kebenaran baru. Terjadi pergeseran peran manusia dari pencipta konten (*creator*) menjadi kurator atau sutradara algoritma. *Capcut* memfasilitasi kreativitas massal melalui template, sedangkan *Veo3* memungkinkan eksplorasi imajinasi yang lebih dalam. Namun, keduanya secara kolektif mengarah pada hegemoni estetika tertentu yang ditentukan oleh dataset AI.

DAFTAR RUJUKAN

- Barthes, R., Rosida, S., Susilo, E. F., Hamzah, M., & Hsb, F. (2021). Pelecehan Seksual Dalam Tiktok “Persalinan”: Analisis Semiotika PELECEHAN SEKSUAL DALAM TIKTOK “PERSALINAN”: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES. In BIP: Jurnal Bahasa Indonesia Prima (Vol. 3, Issue 2).
- Detya, W., Anggi, Y. I., & Juan, F. (2019). Pengaruh perkembangan teknologi terhadap perubahan gaya hidup pada masyarakat Indonesia. In Search, 23-34.
- Despita Sari, R., Yumarni, A., Aulia Sari, W., & Korespondensi, P. (2025). Kajian Semiotika dalam Konten Inspirasi Ustadz Hanan Ataki (Vol. 5, Issue 3). <https://dmi-journals.org/deiktis/index>
- Fatawi, I., Asy'ari, M., Hunaepi, H., Samsuri, T., & Bilad, M. R. (2024). Empowering Language Models Through Advanced Prompt Engineering: A Comprehensive Bibliometric Review. Indonesian Journal of Science and Technology, 9(2), 441-462. <https://doi.org/10.17509/ijost.v9i2.71481>

- Lubis, I. A. R., Ramdan, A. T. M., & Wiryany, D. (2022). Politik digital: Manifestasi komunikasi di era digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 6(1), 193-206.
- Meltareza, R., Gunawan, S., Yulia Wijaya, D., Hendra Saputro, A., & Herlinawati, E. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Konten Marketing di Desa Cibiru Wetan Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 5(1), 38-41. <https://doi.org/10.36276/jap.v5i1.529>
- Morissan, Morissan. "Buku Teori Komunikasi Individu." (2013).
- R. M., A. (2023). KOMODIFIKASI KONTEN AGAMA DALAM SERIAL KARTUN RIKO THE SERIES (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE).
- Subhah Nafsyah, A., Rahayu Maulidyah, S., Srirazki Nurlia, A., & Putri Adhyanti, W. (2022). ANALISIS KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BY.U SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI & KOMUNIKASI. 2(2), 1-11. <https://massive.respati.ac.id>
- Syahputra, A., Fridha, M., Palupi, T., & Danadharma, I. (2023). KOMODIFIKASI HIJAB PADA KONTEN VIDEO INSTAGRAM UNIQLO INDONESIA EDISI #UNIQLOMODESTWEAR (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE) 1.
- Taufiq Maulana Ramdan, A., Rahmawati, I., Wiryany, D., & Elva Silviany, A. (2024). KOMUNIKASI BUDAYA PERNIKAHAN MASYARAKAT KAMPUNG ADAT CIREUNDEU. *JOURNAL OF DIGITAL COMMUNICATION SCIENCE*, 2(2). <https://journals.inaba.ac.id/>
- Wibisono, P., & Sari, D. Y. (2021). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM FILM BINTANG KETJIL KARYA WIM UMBOH DAN MISBACH YUSA BIRA. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 1(1), 30-43.
- Wiryany, D., Rahmadani, R. S., Meltareza, R., Silviany, A. E., & Tawaqal, R. S. (2024). STUDI SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA COVER NOVEL THE PRINCIPLES OF POWER KARYA DION YULIANTO. *JOURNAL OF DIGITAL COMMUNICATION SCIENCE*, 2(2). <https://journals.inaba.ac.id/>