

Keterlibatan *Audiens* Dalam Narasi Visual Video Musik Berbasis *Virtual Reality*

Anggi Almira Rahma

Desain Komunikasi Visual, Universitas Mercu Buana, Jakarta Barat, Indonesia

Email: anggi.almira@mercubuana.ac.id

* Penulis Korespondensi: E-mail: anggi.almira@mercubuana.ac.id

Abstrak: *Virtual Reality* saat ini sudah menjadi media yang cukup *mainstream* di luar negeri. Banyak desainer, musisi, ataupun seniman lainnya yang menggunakan media ini untuk menunjukkan karyanya. Tujuannya adalah tidak hanya untuk memberikan sentuhan inovasi dan teknologi pada karyanya, namun juga untuk melibatkan audiens secara aktif dalam karyanya. Keterlibatan audiens dalam narasi visual video musik berbasis VR merupakan objek penelitian ini. Metode yang digunakan untuk menyampaikan narasi visual yang dikemas dalam media VR akan sangat berbeda dengan media layar. Media VR tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan namun juga melibatkan audiens secara utuh ke dalam dunia maya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas bagaimana cara melibatkan audiens dalam sebuah cerita agar dapat mengikuti dan memahami alur yang ingin disampaikan dengan menggunakan media VR. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Adapun studi kasus yang digunakan yaitu *video* musik dengan judul "The Hills" karya dari penyanyi The Weeknd dan Eminem. Penelitian objek dilakukan dengan analisis konten visual *video* dan cara penyampaian pesan melalui media VR. Analisis pembahasan dilakukan dengan pendekatan teori narasi visual. Hasil dari penelitian ini berupa penjelasan deskriptif bagaimana pengguna terlibat secara aktif dalam dunia virtual dengan konten video musik. Konten VR video musik masih jarang diproduksi dan dipublikasikan sehingga penelitiannya pun sangat terbatas. Hal itu membuat penelitian ini menjadi menarik dan patut untuk didiskusikan lebih lanjut.

Kata Kunci: Narasi Visual; Video Musik; *Virtual Reality*

Abstract: *Virtual Reality* has now become a fairly mainstream media abroad. Many designers, musicians or other artists use this medium to show their work. The goal is not only to give a touch of innovation and technology to his work, but also to actively involve the audience in his work. Audience involvement in VR-based music video visual narratives is the object of this research. The method used to convey visual narratives packaged in VR media will be very different from screen media. VR media not only functions to convey messages but also engages the audience as a whole into the virtual world. The purpose of this study is to discuss how to involve the audience in a story so that they can follow and understand the flow that is to be conveyed using VR media. This study uses a qualitative method with a case study approach. The case study used is the music video entitled "The Hills" by singers The Weeknd and Eminem. Object research is carried out by analyzing the visual content of the video and the way messages are conveyed through VR media. Discussion analysis was carried out using a visual narrative theory approach. The results of this study are in the form of descriptive explanations of how users are actively involved in the virtual world with music video content. VR music video content is still rarely produced and published, so the research is very limited. This makes this research interesting and worthy of further discussion.

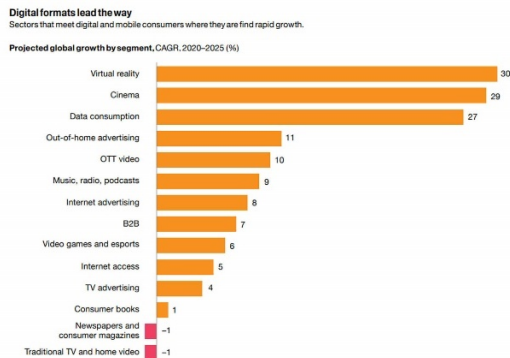
Keywords: Music video; *Virtual Reality*; Visual Narrative

PENDAHULUAN

Virtual Reality atau VR adalah salah satu teknologi yang seolah-olah dapat memindahkan manusia ke dunia maya. VR merupakan media teknologi yang berkembang dan menyebar ke seluruh dunia dengan sangat cepat. Berdasarkan data yang diberikan oleh PricewaterhouseCoopers (PwC), pertumbuhan teknologi VR sangat pesat hingga tahun 2025 [10]. Namun pertumbuhan pesat tersebut tidak

diimbangi dengan konten VR yang ada di masyarakat, maka industri ini lebih meningkatkan fokusnya pada bidang hiburan teknologinya, namun PwC memproyeksikan bahwa hingga tahun 2025, konten VR akan tetap yang paling cepat pertumbuhannya dalam industri media dan hiburan dibandingkan dengan media lainnya. Sebagai respon dari data dan riset-riset lainnya mengenai perkembangan teknologi dan permintaan konten media VR, maka mulai banyak pelaku industri

kreatif dan hiburan memanfaatkan momentum ini. Saat ini sudah sangat banyak konten VR yang dapat diakses di *YouTube*. Selain konten video, konten VR juga mencakup *game* dan edukasi yang dapat ditemukan di *media Stream*, *Google Play*, atau *App Store*. Meskipun konten VR sudah cukup banyak, namun *video* musik dengan teknologi VR belum massif dikembangkan. *Video* musik pertama yang menggunakan teknologi VR dan dipublikasikan ke *platform YouTube* adalah milik penyanyi Bjork asal Islandia dengan judul “Stonemilker” pada tahun 2015.



Gambar 1. Data Pertumbuhan Teknologi Oleh PwC [10]

Setelah *video* musik tersebut berhasil mengguncang industri musik saat itu, mulai bermunculan *video* musik dengan teknologi VR di tahun-tahun berikutnya. Salah satu *video* musik berbasis VR yang menarik dibahas adalah *video* musik milik The Weeknd bersama dengan Eminem yang berjudul “The Hills”. Hal tersebut menjadi menarik karena pada umumnya *video* musik dibuat mengikuti durasi lagu namun lain halnya dengan *video* musik “The Hills”. *Video* musik tersebut tidak menampilkan lagu secara utuh, melainkan hanya bagian *reff* dan berdurasi 1 menit 51 detik. Selain durasinya yang cukup singkat, *video* musik tersebut juga memiliki cara penyampaian cerita yang sangat khas dalam *media* VR.

Narasi visual atau penyampaian cerita melalui visual di setiap media pasti memiliki caranya masing-masing. Begitupun dengan media VR. *Virtual Reality* sebagai salah satu media digital yang dapat memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk menjelajah dunia virtual secara 360⁰ memiliki cara tersendiri untuk menyampaikan cerita. VR melibatkan kontrol indera penglihatan dan pendengaran untuk menciptakan pengalaman yang imersif dan menempatkan *audiens* di lingkungan virtual yang menyerupai kenyataan [9]. Apa yang harus *audiens* lihat, bagaimana mengarahkan pandangan *audiens* ke titik tertentu, dan bagaimana *audiens* mau mengikuti arahan dari *video* tersebut menjadi hal-hal penting dan menarik untuk didiskusikan. Jika *audiens* tidak mau mengikuti arahan yang telah dibuat atau *audiens* tidak tahu apa yang harus dilihat dalam dunia virtual, maka pesan atau cerita yang ingin disampaikan tidak dapat diterima secara utuh oleh *audiens*.

Penyampaian cerita dengan metode yang tepat menggunakan media VR tidak hanya membuat *audiens*

mengerti dengan cerita namun juga merasa larut (*immerse*) ke dalam dunia virtual tersebut. Pada studi kasus ini, *video* musik “The Hills” menggunakan pergerakan kamera untuk mengarahkan *audiens* ke titik yang ingin dituju pencerita. Selain itu terdapat juga elemen-elemen lainnya seperti kembang api dan ledakan yang secara tidak langsung menjadi target utama untuk dilihat *audiens* dalam VR. Berdasarkan hal tersebut, melalui perspektif akademis menangkap sesuatu yang menarik untuk didiskusikan, bahwa studi kasus tersebut dapat memberikan metode ataupun pendekatan kreatif dalam menyampaikan narasi visual. Fokus diskusi diarahkan pada satu pertanyaan untuk menemukan hasil yang relevan, yakni bagaimana cara melibatkan *audiens* dalam sebuah cerita agar dapat mengikuti dan memahami alur yang ingin disampaikan dengan menggunakan media VR.

Penelitian sejenis yang terkait dengan narasi visual dalam video musik berbasis VR sebelumnya pernah dibuat oleh [11] yang berjudul “Examining 360⁰ Storytelling in Immersive Music Video” dan [5] yang berjudul “Visual Narrative and Virtual Reality”. Penelitian [11] fokus pada tingkat kedalaman persepsi *audiens* dengan menggunakan media VR dan konten video musik. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh [5] fokus pada keterlibatan pengguna dalam video 360⁰ yang disebut *Benogo Project*. Pada *project* tersebut, [5] meneliti tentang bagaimana *audiens* dapat terlibat dalam gambar, bagaimana VR dapat meningkatkan keterlibatan, dan bagaimana cerita mempertahankan keterlibatan.

Berdasarkan penjabaran dari penelitian terdahulu, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan sesuatu yang original dan berbeda dari penelitian yang sudah ada sebelumnya. Pada riset ini, penulis mencoba menggali dan bereksplorasi dengan media teknologi VR dalam bidang ilmu Desain Komunikasi Visual. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif yang pendekatannya dilakukan melalui studi kasus salah satu *video* musik (The Hills oleh The Weeknd feat. Eminem). Penulis mencoba melihat bagaimana keterlibatan *audiens* dan narasi visual dalam video musik berbasis VR tersebut. Dari beberapa tinjauan tersebut, penulis akan melakukan penelitian untuk mengembangkan ilmu desain komunikasi visual dalam teknologi multimedia serta menggunakan referensi pada topik yang sejajar/sejenis ini.

Dengan menimbang latar belakang di atas, maka dirumuskan beberapa masalah dan pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana bentuk narasi visual berbasis VR dalam *video* musik “The Hills”? (1) dan bagaimana bentuk keterlibatan *audiens* dalam *video* musik berbasis VR yang berjudul “The Hills”? (2). Agar penelitian lebih fokus dan terarah, maka ditentukan batasan-batasan penelitian, yaitu menganalisis konten narasi visual yang terdapat dalam *video* musik “The Hills” dan bentuk keterlibatan *audiens* ketika merasakan pengalaman VR dalam *video* musik tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk

mengungkap bentuk narasi visual dan keterlibatan audiens dalam *video* musik berbasis VR yang berjudul “The Hills”.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan penelusuran dan pandangan dari beberapa literatur sebagai upaya pertimbangan metode penelitian. Metodologi kualitatif merupakan pendekatan yang relevan dalam kasus penelitian ini. Pada penelitian kualitatif dikenal dengan beberapa jenis metode. Jenis metode yang digunakan adalah Studi kasus dengan meriset satu objek penelitian (*video* musik “The Hills”). Metode studi kasus berdasarkan pendekatan tersebut diharapkan mencapai tahap pemaknaan yang lebih mendalam mengenai keterlibatan audiens dalam narasi visual *video* musik berbasis VR. Penulis memilih metode kualitatif dalam penelitian ini dikarenakan hasil penelitian yang ingin dicapai berupa data deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur dan referensi. Pengumpulan data dalam penelitian ini lebih menekankan pada data empiris yang terjadi di lapangan. Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi.

Analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan melalui tiga tahapan yaitu: tahap pengidentifikasian, tahap pengolahan, tahap penafsiran [2]. Pada tahap pertama dilakukan identifikasi data dengan mengumpulkan data verbal dan visual yang diperoleh melalui studi pustaka, observasi, wawancara dan audio & visual. Segala data yang ditemukan di lapangan dikelompokkan ke dalam berbagai folder sesuai dengan jenisnya. Data-data serta folder-folder yang telah dibuat diberi judul untuk membantu proses pencariannya ketika dibutuhkan.

Pada tahap kedua dilakukan klasifikasi serta pengolahan data. Proses klasifikasi data dilakukan dengan menggunakan sistem koding. Tahap ini dimulai dengan memilih atau mengelompokkan data penelitian yang telah diidentifikasi sesuai dengan jenis dan sifat data, setelah itu diadakan seleksi data. Seleksi data dilakukan dengan menyisihkan data yang kurang relevan dan berkontribusi atas kebutuhan data pada pokok bahasan.

Tahapan selanjutnya melakukan uji validitas terhadap data-data yang ditemukan. Pada penelitian ini, validitas data diuji dengan menggunakan teknik triangulasi. Jenis triangulasi yang digunakan yaitu triangulasi metode/teknik pengumpulan data dan triangulasi sumber. Triangulasi metode dilakukan dengan melihat kesesuaian data dari tiga jenis teknik pengumpulan data, yaitu dari observasi, wawancara, dan dokumen. Selain itu, triangulasi sumber dilakukan dengan melihat kesesuaian informasi yang disampaikan oleh narasumber yang diwawancarai.

Tahap terakhir dilakukan analisis data sesuai dengan teori-teori yang sudah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini menekankan pada analisis keterlibatan audiens dalam narasi visual *video* musik berbasis *Virtual Reality* (Studi kasus: *video* musik The Weeknd

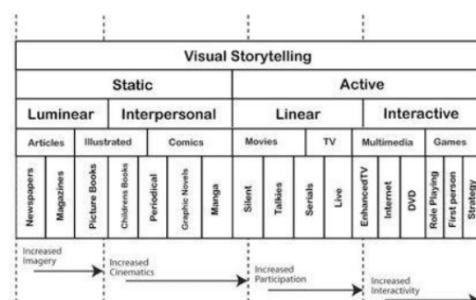
feat. Eminem – The Hills). Dalam hal ini teori narasi visual dan *Virtual Reality* digunakan untuk membedah kasusnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang baru dilakukan oleh penulis. Pada riset ini, penulis mencoba menggali dan bereksplorasi dengan media teknologi VR dalam bidang ilmu Desain Komunikasi Visual. Penulis mencoba melihat bagaimana keterlibatan audiens dan narasi visual dalam *video* musik berbasis VR tersebut. Dari beberapa tinjauan tersebut, penulis melakukan penelitian untuk mengembangkan ilmu desain komunikasi visual dalam teknologi multimedia serta menggunakan referensi pada topik yang sejalar/sejenis ini.

a. Narasi Visual

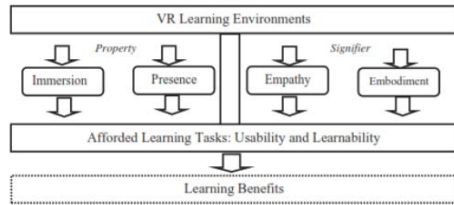
Narasi visual merupakan serangkaian gambar atau bisa juga berbentuk tanda (*signage*) yang menghasilkan sebuah makna dan bertujuan untuk menceritakan sebuah kisah [5]. Narasi visual dalam *video* tentunya akan sangat berbeda dengan yang ada pada media gambar, seperti buku cerita atau komik. Cara penyampaian narasi dalam sebuah *video* atau film akan lebih menggunakan persepsi audiens karena penggunaan elemen-elemen yang dinamis, bukan gambar diam seperti narasi visual dalam komik. Menurut [1], terdapat 2 jenis narasi visual, yaitu narasi visual statis dan aktif. Narasi visual statis mengandung gambar atau teks diam di dalamnya, sementara narasi visual aktif mengandung gambar dan teks yang bergerak, dinamis dan merupakan gabungan dari beberapa media. Berikut bagan penjelasannya.



Gambar 2. Pembagian Jenis Narasi Visual Dalam Buku “Visual Storytelling: The Art and Technique” [1]

Perkembangan teknologi berperan penting dalam keterlibatan audiens. Semakin maju teknologi, maka manusia juga semakin memahami dan dapat memberikan persepsi pada sebuah [4]. Menurut [5], terdapat 2 jenis pengalaman visual, yaitu penerimaan pasif dan persepsi aktif. Saat audiens ada di dalam sebuah ruangan dan melihat ke sekeliling ruangan tanpa melakukan apapun, informasi yang diterima audiens menjadi pasif. Namun ketika audiens tertarik pada sebuah objek dalam ruangan tersebut dan menginginkan informasi lebih mengenai objek itu, maka audiens menjadi aktif terlibat. Jika kita berbicara tentang media apa yang dapat melibatkan audiens secara aktif, maka

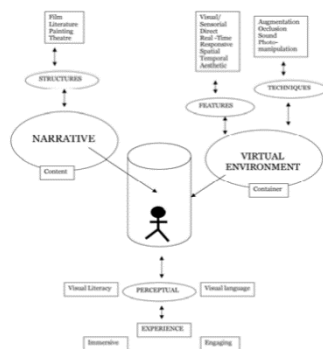
VR merupakan salah satu mediana. Perancangan VR yang dilakukan oleh [7], memperkuat pernyataan dari [5] bahwa pengendalian arah pada VR yang dapat dilakukan oleh audiens juga akan berpengaruh terhadap sinkronisasi lingkungan yang dilihat oleh pengguna [6]. Hal tersebut membuat persepsi pengguna benar-benar larut (*immerse*) dalam lingkungan virtualnya.



Gambar 3. VR Learning Environments [9]

b. Keterlibatan Audiens dalam VR

Melalui teknologi VR, seseorang dapat berinteraksi secara fisik dalam lingkungan virtualnya dengan mengeksplorasi, terlibat, dan terjun secara visual. Pembuat konten harus membuat narasi visual yang dapat mengelabui audiens agar percaya bahwa mereka berada di ruang yang sama dengan apa yang mereka lihat di dunia virtual. Realitas virtual atau VR adalah tentang pengalaman imersif, interaktif, dan kontrol diri atas semua indra penglihatan dan pendengaran secara bersamaan [4]. Namun perlu diperhatikan bahwa konten narasi dan lingkungan virtual dalam VR harus seimbang. Audiens harus mampu mengeksplorasi konten dan menikmati alurnya tanpa terganggu dengan dunia virtual yang diciptakan. Narasi dalam VR bisa memiliki berbagai kemungkinan, karena setiap audiens yang ada pada satu lingkungan virtual mungkin untuk menciptakan cerita yang berbeda tergantung pada pilihan dan arah yang mereka buat dalam VR [3]. Berikut ini merupakan bagan penjelasan tentang keseimbangan antara narasi dan dunia virtual.



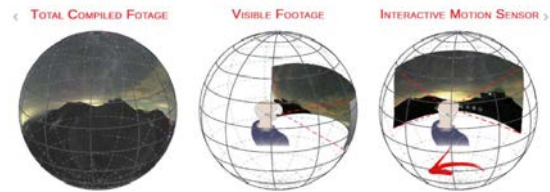
Gambar 4. Pemetaan Hubungan Konten [5]

c. Video Musik sebagai Konten VR

Setelah kita membahas mengenai narasi visual dan keterlibatan audiens di dalam VR, ini adalah saatnya untuk membahas konten narasi visual dalam VR. Banyak hal yang dapat dijadikan konten VR, salah satu yang menarik adalah *video* musik. Pada umumnya audiens melihat *video* musik melalui layar 2D, lalu bagaimana jika *video* musik diadaptasi ke dalam format VR? Penelitian mengenai hal tersebut sudah pernah

dilakukan oleh [11] dalam karya tulis tugas akhirnya yang berjudul “Examining 360° Storytelling in Immersive Music Videos”. Pada karya tulis tersebut, [11] menyatakan bahwa penggunaan *Head Mounted Display* (HMD) dapat menangkap perhatian audiens secara utuh. HMD adalah sebuah perangkat berbentuk *Goggle* yang dapat audiens gunakan untuk melihat konten video 360° atau VR secara menyeluruh tanpa ada distraksi dari dunia nyata.

Dalam membuat narasi visual, khususnya untuk video musik, yang imersif melalui teknologi VR, pembuat konten harus menempatkan diri pada posisi audiens dan memahami pengalaman kognitif, emosional, dan fisik mereka. Pembuat konten perlu menekankan pada metode perancangan yang berpusat pada pengguna (*user centered design*) berdasarkan pengalaman audiens dan menjadikan hal tersebut pedoman dalam membuat cerita [10].



Gambar 5. Skema Audiens dengan Lingkungan Virtual [4]

Pada dasarnya, *video* musik adalah sebuah cerita [8]. Tassarolo (2001) menyatakan bahwa keberhasilan sebuah lagu terletak pada kemampuan integrasi audio dan visual [7]. Hal tersebut sulit untuk dilakukan karena pada umumnya kemampuan visual manusia lebih menonjol daripada pendengaran. Gambar dapat memberikan ‘getaran’ pada musik untuk meningkatkan emosi *audiens*. Posisi kamera dan sudut pandang *audiens* dalam *video* musik berbasis VR menjadi hal yang sangat penting agar narasi visual dapat tersampaikan secara utuh.

Pada *video* musik berbasis VR “The Hills”, *video* diawali dengan sudut pandang kamera diarahkan menghadap The Weeknd. Posisi kamera berada di atas manusia normal yang berarti sudut pandang audiens sebagai orang ketiga, bukan orang pertama (sudut pandang orang pertama biasanya menggunakan *eye level angle*). Suasana virtual yang dibangun adalah lingkungan tengah kota dengan kabut dan asap tebal sehingga membatasi daya pandang *audiens*.



Gambar 6. Awal video musik “The Hills” [14]

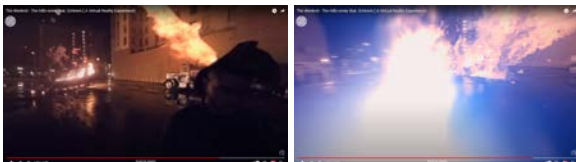
Pada awal permulaan *video*, kamera berjalan mengikuti penyanyi. Tidak ada yang menarik dari narasi visual tersebut. Namun suara ledakan menjadi pemicu *audiens* untuk lebih terlibat dalam *video* musik tersebut. Perhatian *audiens* tertuju pada suara dan visual dari ledakan mobil yang berada di belakang kamera. Suara ledakan secara tidak langsung mengarahkan *audiens* untuk melihat dan mencari ke sekitar lingkungan virtual tentang apa yang sedang terjadi.



Gambar 7. Narasi Visual pada Video Musik “The Hills”[14]

Setelah audio dan visual ledakan mobil mereda, kemudian bermunculan meteor yang mengarahkan *audiens* ke arah langit. Ini merupakan trik yang baik untuk mengarahkan perhatian *audiens* dalam VR. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa *audiens* memiliki kebebasan bernavigasi dalam VR sehingga jika pembuat konten tidak mengarahkan perhatian *audiens* secara terstruktur, penyampaian narasi pun akan terhambat dan daya imersif yang dimiliki media VR dapat menurun.

Pada menit 1:05, arah pandang kamera dipaksa berputar dan berjalan menjauh membelakangi ledakan mobil. Namun api ledakan mobil yang membentuk burung-burung api membuat *audiens* tertarik untuk melihat kembali ke belakang. *Video* ditutup dengan adanya meteor besar yang jatuh dari arah belakang hingga seolah-olah menghantam *audiens*.



Gambar 8. Akhir Video Musik “The Hills” [14]

Pengarahan gerak kamera, elemen visual yang dinamis pada video 360° dan didukung oleh audio yang sesuai dengan visual dari *video* musik yang ditampilkan merupakan cara bernarasi yang menarik dan secara tidak langsung ikut melibatkan *audiens* dalam *video* musik tersebut. Seperti yang sudah dijelaskan di awal bab, *audiens* dikatakan terlibat secara aktif jika *audiens* memiliki ketertarikan untuk melihat dan menggali informasi lebih dalam mengenai objek dalam lingkungannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, penulis menyimpulkan bahwa keterlibatan *audiens* dalam narasi visual melalui media *Virtual Reality* memiliki cara yang unik dan spesifik. Pembuat konten harus menggunakan elemen-elemen yang terdapat pada *video* untuk mengarahkan *audiens* agar dapat

menyampaikan cerita secara urut dan utuh. Media *Virtual Reality* memiliki keunggulan dalam hal keterlibatan *audiens* yaitu memiliki daya imersif yang tinggi dan memungkinkan *audiens* untuk melakukan eksplorasi dunia maya secara utuh. Proses mengarahkan *audiens* melalui *Virtual Reality* tidak hanya melibatkan visual, namun dukungan dari audio juga sangat diperlukan agar *audiens* dapat larut (*immerse*) secara utuh ke dalam narasi visual yang disajikan.

SARAN

Penelitian ini menarik untuk diteliti lebih lanjut untuk melihat respon *audiens* dari keterlibatannya dalam *video* musik ini. Penggunaan *Head Mounted Display* (HMD) juga akan lebih mendukung penelitian ini agar menghasilkan data yang lebih valid mengenai daya imersif teknologi VR jika diperuntukkan dalam konten *video* musik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Caputo, T. C. (2003). *Visual Storytelling: Caputo, T. C. (2003). Visual Storytelling: The Art and Technique*. New York: WatsonGuptill Publications
- [2] Murray, J. H. (2017). *The Future of Narrative in Cyberspace*. Cambridge, Ma, USA: The MIT Press.
- [3] M. Subana, S. (2005). *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia.
- [4] Rahma, A. A. (2020). Perancangan Narasi Visual Simulasi Peran Bakteri dalam Pencernaan Manusia Berbasis Virtual Reality untuk siswa SMP. Bandung: Institut Teknologi Bandung. Diambil kembali dari digilib.itb.ac.id.
- [5] Carroll, F., Smyth, M., & Dryden, L. (2004). Visual-Narrative and Virtual Reality. *IVLA Conference* (pp. 1-9). Pilansberg, South Africa: International Visual Literacy Association.
- [6] Cohn, N., & Magliano, J. P. (2019). Editors' Introduction and Review: Visual Narrative Research: An Emerging Field in Cognitive Science. *Topics in Cognitive Science*, 1–27.
- [7] Rahma, A. A., & Mutiaz, I. R. (2020). Pemanfaatan Media Audio Visual untuk Meningkatkan Keterlibatan *Audiens* dalam Belajar. *DESKOMVIS*, 56-63.
- [8] Tassarolo, M. (2001). The Perception of the Song and Its Video Clip . *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 1-7
- [9] Shin, D.-H. (2017). The role of affordance in the experience of virtual reality learning: Technological and affective affordances in virtual reality. *Telematics and Informatics* , 1826-1836.
- [10] AR, M. (2021, July 21). *Articles: Virtual Reality*. Retrieved from monsterar.net: <https://monsterar.net/2021/07/21/pendapatan-konten-vr/> .Diakses pada 15 Januari 2023

- [11] Juul, L. (2018, June 27). Examining 360° Storytelling in Immersive Music Video. Sweden. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1480710/FULLTEXT01.pdf> . Diakses pada 15 Januari 2023
- [12] Marr, B. (2020, December 18). *Innovation: Enterprise Tech*. Retrieved from forbes.com: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2020/12/18/the-future-of-virtual-reality-vr/?sh=3cb22cd327be> .Diakses pada 15 Januari 2023
- [13] Newton, K., & Soukup, K. (2016, April 6). *The Storyteller's Guide to the Virtual Reality Audience*. Retrieved from medium.com: <https://medium.com/stanford-d-school/the-storyteller-s-guide-to-the-virtual-reality-audience-19e92da57497> .Diakses pada 15 Januari 2023
- [14] Weeknd, T. (2015, October 21). *The Weeknd - The Hills remix feat. Eminem (A Virtual Reality Experience)*. Retrieved from youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=2fhjdtQDcOo> .Diakses pada 15 Januari 2023