

KONSEP DUNIA DIGITAL MELALUI METAVERSE DAN KAITANNYA DENGAN PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF

Oleh

Tumiar Berthalina Simatupang, S.I.Kom, M.I.Kom

Abstract

2022 is predicted to be the biggest year for the metaverse, as Meta, Apple, Microsoft and Google are all set to release new hardware products and software services that can sustain new developments in the world of technology today and in the future. The next question for the community is what is meant by this Metaverse? What's the definition? What is its relevance and potential now and in the future? What technologies were directly involved in the development of this Metaverse? How is the Metaverse with the Creative Media Industry, especially the animation industry and the game industry? Methods The research is carried out with a qualitative method. The system used is a descriptive exploration system. The data collection method used is a literature study by looking for reference propositions that are applicable to cases or problems. Metaverse will be realized, because the technology needed to create a metaverse is already available, such as capable mobile device processors and game consoles, adequate internet infrastructure, and the existence of VR headsets and cryptocurrencies. And the most important thing, is that people are getting used to living in the online world because of the pandemic. But besides its growth Metaverse has obstacles in its growth? Are consumers or society all interested in the metaverse? Are there any problems with the law and its protection for users?

Keyword: Metaverse, Game Industry, Creative industry

Abstrak

Tahun 2022 diprediksi akan menjadi tahun terbesarnya untuk metaverse, dikarenakan Meta, Apple, Microsoft dan Google telah bersiap untuk merilis produk perangkat keras dan layanan perangkat lunak yang baru sehingga bisa menopang perkembangan baru di dunia teknologi saat ini dan akan datang. Pertanyaan masyarakat selanjutnya adalah apa yang di maksud dengan Metaverse ini? Definisinya apa? Bagaimana relevansi dan potensinya saat ini dan dimasa depan? Teknologi apa saja yang terlibat langsung dalam pengembangan Metaverse ini? Bagaimana Metaverse dengan Industri Kreatif Media khususnya industri animation dan industri game? Metode Penelitian yang dilakukan adalah dengan metode kualitatif. Sistem yang digunakan adalah sistem eksplorasi deskriptif. Cara pengumpulan data yang dipakai yaitu studi kepustakaan dengan mencari proposisi-proposisi referensi yang aplikatif pada kasus atau permasalahan. Metaverse akan menjadi kenyataan karena tersedianya teknologi yang diperlukan, seperti konsol game dan prosesor untuk perangkat seluler, infrastruktur internet yang memadai, headset realitas virtual, dan mata uang kripto. Dan mungkin yang terpenting, pandemi membuat orang terbiasa hidup online. Namun selain pertumbuhan nya Metaverse mempunyai kendala dalam pertumbuhannya? Apakah para konsumen atau masyarakat semua tertarik dengan *metaverse*? Adakah kendala terkait dengan hukum dan perlindungannya terhadap pengguna?

Kata Kunci: Metaverse, Industri Game, Industri kreatif

A. PENDAHULUAN

Metaverse dan kemajuan teknologi lainnya saat ini tidak dapat dihindari. Sulit untuk tidak memikirkan bagaimana teknologi baru ini akan memengaruhi politik, budaya, dan masyarakat, serta bagaimana kita dapat mempersiapkan diri untuk masa depan tersebut. "Determinisme teknologi" mengacu pada gagasan bahwa kemajuan teknologi membentuk budaya kita, dinamika kekuatan, dan hubungan sosial dengan kita sebagai penumpang belaka. Gagasan atau konsep kemunculan Metaverse ini disebut "determinisme teknologi". Ini mengabaikan fakta bahwa kita berhak menentukan bagaimana hal-hal ini terjadi dalam masyarakat demokratis.

Metaverse menarik karena menghadirkan peluang untuk pasar baru, jenis jejaring sosial baru, elektronik konsumen baru, dan paten baru. Facebook dan perusahaan besar lainnya bertekad untuk merangkul "hal besar berikutnya" sebelum saingan mereka melakukannya.

Tahun terbesar untuk metaverse diharapkan pada tahun 2022 karena perusahaan induk terbesar Facebook, Meta, bersama dengan Apple, Microsoft, serta Google, bersiap bagi meluncurkan layanan perangkat lunak serta produk perangkat keras baru bagi mengimbangi majunya teknologi saat ini serta di masa yang akan datang. Seperti dikutip dari harian Bisnis.com, Jakarta. Pertanyaan selanjutnya yaitu apa yang dimaksudkan dengan Metaverse ini? Definisinya apa? Bagaimana relevansi dan potensinya saat ini dan dimasa depan? Teknologi apa saja yang terlibat langsung dalam pengembangan Metaverse ini? Bagaimana Metaverse dengan Industri Kreatif Media khususnya industri animation dan industri game?

B. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian dilakukan adalah dengan metode kualitatif, yang pada prinsipnya merupakan tinjauan yang berencana untuk memahami trik-trik yang dialami oleh subjek. Banyak karya sastra memberikan definisi penelitian kualitatif dalam dan dari dirinya sendiri. "Setiap penyelidikan yang tidak memakai prosedur statistik disebut "kualitatif" akhir-akhir ini, seolah-olah ini yaitu label kualitas itu sendiri," Ali dan Yusof (2011) mendefinisikan salah satunya. dimana definisi tersebut menekankan bahwa penelitian kualitatif tidak menggunakan metode statistik. Tentu saja, ini untuk mempermudah membedakan metode kuantitatif dari metode kualitatif. karena penggunaan perhitungan dan prosedur analisis statistik diperlukan untuk metode kuantitatif. Metode kualitatif, di sisi lain, paling menekankan pada pengamatan fenomena serta menyelidiki

maknanya yang paling dalam. Kualitas kata dan kalimat yang digunakan dalam penelitian kualitatif memiliki dampak yang signifikan terhadap seberapa baik dapat dianalisis dan dilakukan. Selanjutnya, Basri (2014) mengungkapkan bahwa titik fokus eksplorasi subyektif yaitu pada siklus serta signifikansi hasil. Dalam upaya menguasai suatu kejadian, perilaku, ataupun fenomena, penelitian kualitatif lebih menitikberatkan pada unsur manusia, objek, institusi, serta hubungan ataupun interaksinya (Mohamed, Abdul Majid, & Ahmad, 2010).

Sistem yang digunakan adalah sistem eksplorasi deskriptif. Cara pengumpulan data yang dipakai yaitu studi kepustakaan dengan mencari proposisi-proposisi referensi yang aplikatif pada kasus atau permasalahan. Studi sastra dapat diperoleh dari sumber yang berwarna-warni, jurnal, buku, makalah, makalah, eksplorasi sebelumnya, studi kepustakaan yang terkait dengan Industri Kreatif, terutama sub-sektor animasi dan film.

C. PEMBAHASAN

1. Definisi Metaverse

Definisi yang dijelaskan dan diperkenalkan oleh Mark Zuckerberg ini sebenarnya telah ada sejak tahun 1992. Pencipta istilah Metaverse itu sendiri adalah Neal Stephenson, yang disampaikan didalam novelnya yang berjudul Snow Crash. Istilah itu merujuk pada kehidupan didunia virtual 3D yang dihuni oleh avatar.

Metaverse sendiri merupakan konsep teknologi futuristik. Tak lama setelah CEO Facebook Mark Zuckerberg merubah nama perusahaan induk Facebook menjadi Meta Platforms Inc. (Meta), istilah "metaverse" ramai dibicarakan di media sosial. Metaverse berasal dari kata Yunani "meta," yang artinya "di luar," dan "ayat," yang artinya "alam semesta." Akibatnya, metaverse bisa dianggap sebagai ruang yang dipenuhi materi yang melampaui seluruhnya yang kita lihat di bumi. Sementara itu, Coinmarketcap menyatakan bahwa metaverse yaitu ruang virtual yang dibuat sebagai representasi digital dari sejumlah aspek dunia nyata, termasuk interaksi manusia dan fungsi ekonomi.

Seperti di kutip dari laman CNBC Indonesia, Metaverse diartikan sebagai internet yang diberikan dalam bentuk 3D dimana bisa dimasuki secara lebih real. Dengan memakai headset virtual reality, kacamata augmented reality (AR), aplikasi smartphone, serta perangkat lain, orang dapat bekerja, bertemu, dan bermain di lingkungan Metaverse, yang meniru komunitas virtual yang saling terhubung. Misalkan orang bisa pergi ke suatu konser atau kantor secara virtual,

melaksanakan perjalanan secara online, melihat karya seni serta masih banyak lagi, dan itulah yang terjadi saat pandemi kemarin. Metaverse bisa menjadi suatu sistem baru didalam dunia kerja maupun dunia hiburan bahkan dari sisi manapun.

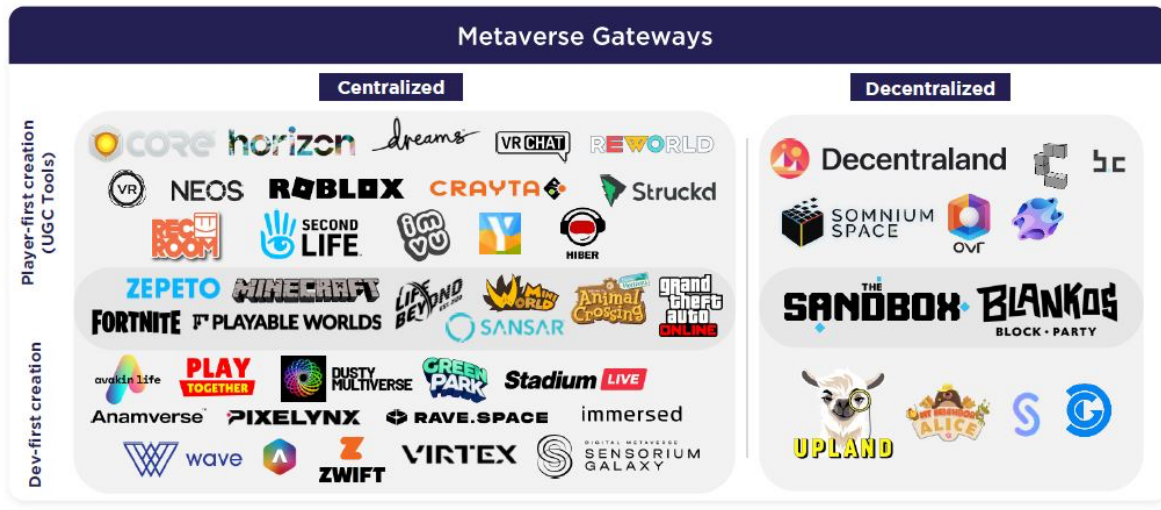
Banyak berbagai perusahaan yang tertarik dengan Metaverse dan menyebabkan banyak definisi dari Metaverse itu sendiri. Masing-masing mempunyai perusahaan seolah-olah definisi yang diciptakannya adalah definisi yang paling ideal. Beberapa definisi yang ada yaitu:

- 1) **Mark Zuckerberg**, Metaverse adalah sebagai perwujudan internet yang bisa dimasuki bukan hanya yang dilihat.
- 2) **Roblox**, Metaverse adalah ruang virtual 3D di alam semesta virtual yang dapat diakses oleh banyaknya orang secara bersamaan.
- 3) **Tim Sweeney**, CEO serta pendiri Epic Games, mengklaim bahwa metaverse yaitu platform media sosial tiga dimensi waktu nyata. Orang akan dapat membuat konten di dunia maya serta berbagi satu sama lain menggunakan media ini. Para pemain juga akan memiliki kesempatan bagi merubah situasi sosial ekonomi dunia maya.
- 4) Menurut CEO Newzoo **Peter Warman**, metaverse adalah tempat di mana individu bisa sekaligus menjadi pemain, penggemar, dan pencipta. Dia mengklaim bahwa ini akan meningkatkan potensi bisnis dan memaksimalkan keterlibatan.
- 5) **Jesse Alton**, anggota organisasi Open Metaverse yang menetapkan standar open source metaverse. Di dunia yang ideal, metaverse tidak akan didasarkan pada satu teknologi yang dikembangkan oleh satu perusahaan, melainkan pada berbagai teknologi yang dikembangkan oleh banyak perusahaan dan dihubungkan satu sama lain.

2. Relevansi Metaverse dan potensinya saat ini dan dimasa depan

Newzoo yaitu perusahaan terdepan didunia yang memiliki basis data lengkap dan mendalam untuk industri gaming dan esports membagi ekosistem Metaverse kedalam beberapa kategori. Dimana yang pertama yaitu Metaverse gateways dimana adalah suatu pintu untuk konsumen supaya masuk ke *metaverse*. Dalam kategori ini terbagi lagi menjadi 2 kelompok, yaitu *centralized* ataupun terpusat serta *decentralized* ataupun tersebar.

Gambar 1. Metaverse Gateways



Dua bagian dari segmen metaverse gateways. | Sumber: Newzoo

- Perusahaan seperti Fortnite, Minecraft, Animal Crossing, Grand Theft Auto Online, Roblox, VRChat, dan lainnya menawarkan gateway terpusat.
- The Sandbox, Decentraland, Somnium Space, dan lain-lain adalah contoh platform gateway terdesentralisasi.

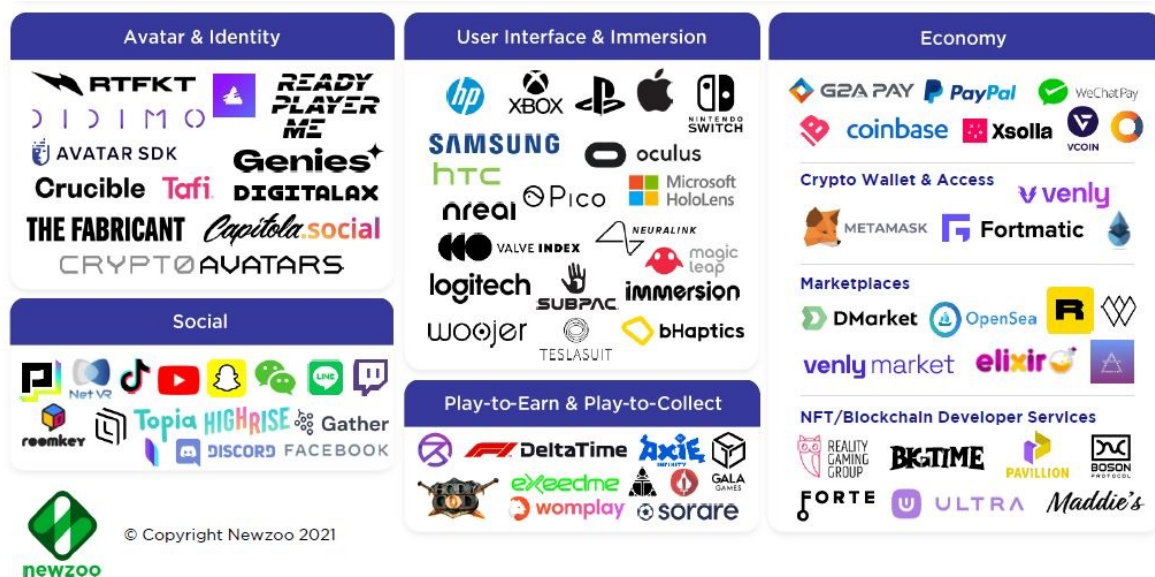
Avatar dan identitas, di sisi lain, adalah bagian dari metaverse. Seperti namanya, bisnis di industri ini biasanya menyediakan layanan pembuatan avatar atau identitas di dunia maya. Perusahaan seperti Avatar SDK, The Fabricant, Tafi, dan lainnya beroperasi di industri ini.

Di luar avatar dan identitas, gateway, dan antarmuka pengguna, pencelupan adalah komponen ketiga. Kategori ini mencakup Samsung, Apple, HP, HTC, Microsoft HoloLens, Xbox, PlayStation, serta Nintendo Switch, di antara perusahaan game dan teknologi lainnya.

Ekonomi adalah aspek keempat. OpenSea, DMarket, dan Elixir adalah contoh bisnis dalam kategori ini yang bertanggung jawab atas semua aspek pembelian dan penjualan serta pembayaran (seperti PayPal dan WeChat Pay). Perusahaan yang berspesialisasi dalam NFT, seperti Forte, Ultra, dan Maddie's, serta penyedia dompet kripto seperti Metamask dan Fortmatic, termasuk dalam kategori ini.

Hal berikutnya adalah sosial, dan itu juga memainkan peran besar dalam metaverse. Sejalan dengan itu, organisasi hiburan virtual seperti Facebook, LINE, Dissension, TikTok, dan lainnya, sangat penting untuk sistem biologis metaverse. Exceedme dan DeltaTime, dua perusahaan yang memproduksi game play-to-earn dan play-to-collect, masing-masing memainkan peran berbeda dalam evolusi metaverse.

Gambar 2 : Perusahaan-perusahaan yang menjadi Ekosistem Metaverse



Sejumlah perusahaan yang menjadi bagian dari ekosistem metaverse. | Sumber: Newzoo

Dibutuhkan infrastruktur yang sangat mumpuni untuk mendukung Metaverse bisa berjalan dengan baik. Cloud dan hosting, visualisasi dan digital twin, infrastruktur terdesentralisasi, kecerdasan buatan, dan segmen adtech dan pemasaran semuanya mendukung infrastruktur metaverse saat ini.

3. Teknologi yang terlibat langsung dalam pengembangan Metaverse

Metaverse awalnya diakses melalui smartphone, yang nantinya akan di akses melalui virtual reality canggih ataupun headset augmented reality. Beberapa perusahaan yang telah siap merilis dan menciptakan perangkat untuk mendukung pertumbuhan Metaverse didunia, yaitu:

1) Meta Facebook

Meta Platform menjadi Facebook untuk mencerminkan fokus baru perusahaan. Meta Facebook berada di depan saingan Teknologi Besar lainnya. Perusahaan hingga ini memproduksi serta menjual perangkat keras VR dan, menurut IDC, akan menguasai 75% pasar pada tahun 2021. CNBC mengatakan bahwa aplikasi realitas virtual Oculus, yang membutuhkan headset Quest 2, yaitu aplikasi yang lebih banyak didownload di Apple App Store AS. Meta berencana untuk menghadirkan headset simulasi yang dihasilkan komputer lain yang disebut Task Cambria. Facebook mengklaim bahwa perangkat tersebut akan menyertakan pelacakan wajah serta mata, yang akan membuatnya paling responsif atas perintah pengguna, serta perangkat keras yang membuatnya lebih bagus bagi menampilkan realitas campuran ataupun memakai kamera di luar headset VR bagi mentransmisikan dunia nyata pada pemirsa.

2) Apple

Technology Development Group Apple telah mengembangkan prototipe selama beberapa tahun. Apple sudah menyiapkan panggung bagi kategori produk baru yang signifikan. Sensor Lidar bisa mengukur seberapa penting suatu objek bagi aplikasi berbasis lokasi di iPhone yang lebih baru. Aplikasi yang memakai sensor iPhone bagi pemetaan serta pelokalan ruangan yang sesuai sekarang dimungkinkan berkat perangkat lunak ARkit yang sudah diinstal sebelumnya di iPad dan iPhone terbaru. Blok pengembangan teknologi ini meletakkan dasar untuk produk baru yang diharapkan menjadi headset Apple mahal yang menggabungkan augmented reality dan virtual reality.

3) Google

Apabila headset serta perangkat metaverse menggantikan ponsel cerdas dengan sistem operasi baru, Google, yang sistem operasi Android-nya adalah perangkat lunak ponsel cerdas lebih populer di dunia, akan menjadi salah satu pemicu terbesar. North, startup yang didanai dengan baik yang mengembangkan kacamata augmented reality ringan yang merupakan penerus spiritual Google Glass pada hal fungsionalitas, diakuisisi oleh Google pada tahun 2020. Sebuah pos yang diposting oleh direktur senior Mark Lucovsky ketika bulan Desember menunjukkan bahwa Google mempunyai tim baru yang bekerja dalam sistem operasi bagi augmented reality.

4) Microsoft

Microsoft yaitu perusahaan teknologi besar pertama yang meluncurkan headset augmented reality HoloLens ketika tahun 2016. Microsoft melakukan investasi signifikan dalam layanan cloud agar bergabung dengan dunia virtual yang rencananya akan tersedia untuk masyarakat umum pada tahun 2022. Perusahaan merilis Mesh pada March, yang memberi pengembang perangkat lunak yang mereka butuhkan untuk membuat aplikasi yang memungkinkan banyak perangkat berbagi realitas digital yang sama. Mesh menggunakan hologram tiga dimensi, mirip dengan cara kerja panggilan video. Saat Microsoft membeli AltspaceVR pada tahun 2017, Microsoft mengatur tahapan untuk langkah ini. Pada tahun 2022, fitur perangkat lunak untuk metaverse ini akan aktif. Untuk sementara, Microsoft mengkoordinasikan Cross section ke dalam aplikasi konferensi videonya.

4. Karakteristik Utama Metaverse

Berikut ini adalah beberapa ciri dasar yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi Metaverse:

- 1) Konsisten, menunjukkan bahwa Metaverse tidak akan pernah berakhir serta tidak akan pernah direset atau dijeda.
- 2) Real-time, di mana pengguna Metaverse dapat merasakan setiap pengalaman dengan segera.
- 3) Fungsi Ekonomi: Ekonomi di Metaverse beroperasi penuh karena penggunaan mata uang asli berbasis blockchain dalam berbagai aktivitas jual beli dan transaksi layanan dan produk.
- 4) Bertindak sebagai koneksi ke dunia nyata. Melalui digitalisasi atau tautan koordinat grafik aktual, teknologi ini menghubungkan dunia maya dengan dunia nyata.
- 5) Ruang yang dapat diakses pengguna. Pengguna adalah kontributor utama konten Metaverse.

Pada Mei 2006, KTT peta jalan Metaverse pertama diadakan. Di puncak itu, empat kemungkinan masa depan Metaverse di dunia game ditata. Untuk lebih spesifik meningkatkan realitas, lifelogging, alam semesta virtual, dan alam semesta cermin.

- 1) Teknologi imersif yang dikenal sebagai augmented reality mampu melacak posisi pengguna secara otomatis. Pengguna dapat menggunakan teknologi ini untuk mendapatkan informasi dengan cepat tentang suatu tempat atau objek.
- 2) Lifelogging adalah aplikasi augmented reality (AR) yang menekankan kemampuan komunikasi, memori, dan observasi pengguna.
- 3) Dunia maya adalah suatu sistem untuk memasukkan aspek sosial serta ekonomi penduduk dunia nyata pada dunia maya. Teknologi Lifelogging memungkinkan pemakai supaya merekam segala hal yang dialami dalam tiga dimensi.
- 4) Dunia cermin adalah teknologi yang seperti Google Earth, akan menampilkan gambar dari Bumi dengan informasi mendetail tentang tempat yang ditampilkan.

Metaverse akan menjadi kenyataan karena tersedianya teknologi yang diperlukan, seperti konsol game dan prosesor untuk perangkat seluler, infrastruktur internet yang memadai, headset realitas virtual, dan mata uang kripto. Dan mungkin yang terpenting, pandemi membuat orang terbiasa hidup online.

Didalam industri game telah banyak mengalami perubahan, baik karena munculnya genre serta model bisnis baru juga karena cara gamers menikmati game juga telah meluas dan melebar. Selain bermain para gamers juga senang untuk menonton gamers lain. *Inilah yang akhirnya memunculkan industri streaming game dan esports.*

Metaverse sendiri telah dianggap sebagai komponen pengembangan industri game. Game akan menjadi platform daripada layanan di masa mendatang. Hal ini menunjukkan bahwa game bukan hanya digunakan sebagai ajang bermain, tetapi juga bagi bersosialisasi dengan teman dan melaksanakan aktivitas non-game yang lainnya.

Beberapa aktivitas non-game telah dimasukkan ke dalam beberapa game saat ini. Epic Games adalah salah satunya, dan pernah mengadakan konser virtual di Fortnite. Sementara itu, Balenciaga, sebuah rumah mode mewah asal Prancis, telah mempersembahkan runway show di Afterworld (The Age of Tomorrow). Pengembang game diharapkan akan semakin memasukkan komponen non-game ke dalam kreasi mereka. Pengembang game akan mendapat manfaat dari ini. karena game yang tidak melibatkan game bisa membuat orang yang tidak bermain game untuk mencobanya. Selain itu, penyertaan elemen non-game dalam sebuah

game mungkin tidak akan mengganggu para gamer. Pasalnya, masih banyak gamer yang menggunakan game sebagai ruang sosial.

Selain berdampak pada game, metaverse juga berdampak pada hal lain, seperti jumlah pemain. Gim ini akan dapat menjangkau 10.000 orang sekaligus. Sementara itu, komunitas akan berperan paling besar dalam membuat konten pada game. Sebab, seperti Roblox, konten buatan pemain akan didukung di metaverse.

Metaverse juga mendorong pengembangan rencana aksi baru. Perusahaan yang membuat game akan dapat memonetisasi metaverse game karena dapat mendorong aktivitas non-game dalam game. Misalnya dengan menjual tiket konser digital atau aktivitas lain yang tidak melibatkan game. Saat ini, juga, banyak organisasi mulai membuat game dengan model play-to-procure, yang memungkinkan pemain menukar kompensasi pada game dengan uang tunai yang dapat disertifikasi. Iklan asli juga akan mendapat manfaat dari keberadaan metaverse. Karena adanya pemberitahuan konvensional yang menjengkelkan yang dilakukan di dunia maya akan merepotkan.

Selain game, pertumbuhan sejumlah industri lain, misalnya live streaming, cloud computing, serta virtual reality dan augmented reality, akan meningkatkan kehadiran Metaverse di industri kreatif. Selain itu, kemajuan teknologi dalam perangkat keras, infrastruktur jaringan, visualisasi, serta AI dapat dipercepat oleh kehadiran metaverse. Kemanfaatan yang jelas untuk bisnis adalah Metaverse membuka area bisnis baru. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila banyak bisnis yang tertarik bagi meningkatkan metaverse.

Tetapi selain pertumbuhan nya Metaverse mempunyai kendala dalam pertumbuhannya? Apakah para konsumen atau masyarakat semua tertarik dengan *metaverse*? Adakah kendala terkait dengan hukum dan perlindungannya terhadap pengguna?

D. POTENSI PERMASALAHAN HUKUM

Eksistensi dan pertumbuhan Metaverse sudah dirasakan oleh masyarakat didunia. Namun, sejalan dengan adanya revolusi teknologi ini terdapat pula tindak pelanggaran hukum jenis baru, yang perlu diwaspadai. Juga karena legalitas mengenai Metaverse yang belum jelas. Kita tahu bahwa masa depan ada di Metaverse, di mana kita bisa pergi ke mana saja dengan mengenakan

headset. Kita bisa menyelesaikannya di rumah dan di waktu kita sendiri. Metaverse sekarang dapat menonton apa saja kapan saja dan dari lokasi mana saja.

Mengenai upaya Metaverse, masalah kekayaan intelektual yang tidak secara spesifik khusus metaverse, dan undang-undang yang belum dieksplorasi teknologinya, banyak masalah hukum yang telah atau akan muncul. Klaim tentang konten di Metaverse adalah salah satunya. Elemen apa dari Metaverse ini yang bisa dan tidak bisa dimasukkan? Jaminan Sebagian besar jatuh ke dalam 3 klasifikasi khusus - Hak Cipta, merek dagang serta hak publisitas (eksposur).

1) Hak Cipta

Pemilik karya asli akan dilindungi dari pihak ketiga yang menyalin karya tersebut dengan undang-undang hak cipta. Secara teori, pembelaan yang dikenal sebagai "penggunaan wajar" dapat menjaga beberapa penyalinan sesuai berbagai faktor tertentu yang diuraikan pada UU; namun, dalam praktiknya, seluruhnya bermuara pada apa yang dianggap "adil" oleh hakim ataupun juri tertentu. Terkadang, mengandalkan pertahanan pemakaian wajar tidak terlalu nyaman. Perusahaan metaverse tidak boleh dimintai pertanggungjawaban atas pelanggaran hak cipta jika satu pengguna memasukkan konten yang disalin ke dalam metaverse tanpa izin.

2) Merek Dagang

Undang-undang merek dagang mencegah pemakaian merek dagang yang tidak sah dengan cara yang mengarahkan konsumen yang wajar agar yakin bahwa pemilik merek dagang mendukung atau mensponsori barang atau menjadi sumber barang. Jika Metaverse mengizinkan kita menggunakan merek terkenal, lalu bagaimana? Apabila metaverse memungkinkan pemakai supaya berinteraksi dengan barang, paling penting apabila pemakai wajib membayar uang virtual ataupun nyata bagi memakai produk tersebut, merek akan mendapatkan lebih banyak daya tarik. Dalam hal ini, hasilnya harus sebanding dengan penjualan mobil mainan Ferrari, yang memerlukan lisensi dari Ferrari. Apa yang akan terjadi jika satu pengguna mengimpor item bermerek dagang ke metaverse, yang dapat dilihat oleh pengguna lain? Masalahnya di sini adalah begitu perusahaan metaverse mengetahui bahwa pengguna menggunakan item bermerek dagang yang diimpor, ia perlu memastikan apakah pemakaian item oleh pengguna di metaverse itu sendiri merupakan pelanggaran merek dagang, yang bukan pertanyaan yang mudah untuk dijawab.

3) Hak Publisitas

Asumsi bahwa ada kasus *prima facie* ketika seseorang menggunakan nama, rupa, atau suara orang lain (di sini disebut sebagai "persona") untuk alasan apa pun adalah cara langsung untuk mengkonseptualisasikan hak atas publisitas. Karena pembelaan dalam kasus hukum bervariasi dari satu negara bagian ke negara bagian lainnya, mungkin bergantung pada negara bagian mana gugatan diajukan, apakah perusahaan metaverse dapat menggunakan persona selebriti dalam pengalaman. Persona sekurang-kurangnya harus dibuat "transformatif", karena hal itu akan memenuhi baik perlindungan negara atas karya ekspresif secara keseluruhan maupun perlindungan negara atas karya transformatif saja. Jika pengguna individu mengimpor persona pihak ketiga ke dalam metaverse, masalah akan muncul terkait potensi tanggung jawab perusahaan, seperti yang mereka lakukan dengan penyebab tindakan lainnya.

Selain kasus hak cipta, pengguna akan mengajukan klaim terhadap bisnis Metaverse. Cedera pribadi, misalnya, dapat terjadi akibat penggunaan perangkat yang dipasang di kepala (HMD) yang menghalangi pandangan pengguna terhadap lingkungan sebenarnya. Mereka mungkin tersandung dan jatuh dari tangga atau melalui jendela jika mereka mencoba berjalan di sekitar rumah. Di dalam Metaverse cenderung asli sedemikian rupa sehingga 30% klien tidak dapat melihat faktor lingkungan mereka, hanya melihat apa yang ada di dalam Metaverse. Serangan jantung dapat terjadi akibat hal ini. Selain itu, jika visual tidak sinkron dengan gerakan tubuh, juga dapat menyebabkan mual dan muntah yang parah. Beberapa individu mungkin mengembangkan kecanduan metaverse, dan yang lain mungkin mengalami trauma akibat peristiwa metaverse. Bisnis Metaverse dan semua pemasok konten, perangkat lunak, dan perangkat keras tidak diragukan lagi akan menjadi sasaran tuntutan hukum yang menuduh kelalaian dan kewajiban produk.

Di luar kerugian fisik, ada juga klaim atas kerusakan yang disebabkan oleh peretasan kartu kredit atau informasi pribadi yang tidak dapat dihindari, serta biaya tindakan kelas standar karena melanggar undang-undang privasi atau penambahan data. Karena beberapa perusahaan metaverse akan memindai dimensi wajah dan tubuh pengguna, menggunakan pelacakan mata untuk menentukan apa yang ingin mereka lihat, dan kemudian menjual informasi tersebut kepada pengiklan, klaim privasi akan sangat besar. Oleh karena itu, untuk

membatasi kemungkinan risiko klaim oleh klien, penting bagi organisasi metaverse untuk memiliki ketentuan administrasi yang membatasi secara menyeluruh untuk klien yang mencakup masalah ini, termasuk diskresi wajib dan pengabaian aktivitas kelas. Pengguna harus membuka dan menerima persyaratan layanan agar mengikat secara hukum, menurut hukum kasus kontrak online.

E. KESIMPULAN

1. Metaverse akan menjadi kenyataan karena tersedianya teknologi yang diperlukan, seperti konsol game dan prosesor untuk perangkat seluler, infrastruktur internet yang memadai, headset realitas virtual, dan mata uang kripto. Namun, yang paling penting adalah orang menyesuaikan diri untuk hidup online sebagai akibat dari pandemi.
2. Selain itu, Metaverse mendorong pengembangan model bisnis baru. Perusahaan yang membuat game akan dapat memonetisasi metaverse game karena dapat mendorong aktivitas non-game dalam game. Misalnya dengan menjual tiket konser digital atau aktivitas lain yang tidak melibatkan game. Saat ini, juga, banyak organisasi mulai membuat game dengan model play-to-procure, yang memungkinkan pemain menukar kompensasi dalam game dengan uang tunai yang dapat disertifikasi. Iklan asli juga akan mendapat manfaat dari keberadaan metaverse. Karena adanya pemberitahuan konvensional yang menjengkelkan yang dilakukan di dunia maya akan merepotkan.
3. Di ranah usaha imajinatif, kehadiran Metaverse selain game juga akan didukung oleh perkembangan berbagai bisnis lain seperti live streaming, cloud, dan VR/AR. Selain itu, kemajuan teknologi dalam perangkat keras, infrastruktur jaringan, visualisasi, dan AI dapat dipercepat oleh keberadaan metaverse. Keuntungan yang jelas untuk bisnis adalah Metaverse membuka area bisnis baru. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak bisnis yang tertarik untuk mengembangkan metaverse.

Ketertarikan penggunaan Metaverse cukup tinggi dan penggunaan Metaverse bisa ditumbuhkan ke berbagai sisi kehidupan bukan hanya kepada hal-hal yang sederhana. Mayoritas pengguna lebih tertarik menggunakan metaverse untuk aktivitas rutin seperti berkumpul bersama teman dan keluarga daripada aktivitas imajinatif seperti mengadakan flash mob di dunia maya dengan jumlah orang yang banyak. Eksistensi dan pertumbuhan

Metaverse sudah dirasakan oleh masyarakat didunia. Namun, sejalan dengan adanya revolusi teknologi ini terdapat pula tindak pelanggaran hukum jenis baru, yang perlu diwaspadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, S. M, Yusuf, M. M, James F. NFT & Metaverse : Blockchain, dunia Virtual & Regulasi. Penerbit Perkumpulan Kajian Hukum terdesentralisasi Indonesian Legal Study for Crypto Asset and Blockchain.
- Stephenson, N (2000). Snow Crash. Paperback. ISBN-13:9780553380958
- Apa itu metaverse, mari mengenalnya lebih dalam. Dikutip dari <https://jujungnet.id/blog/apa-itu-metaverse-mari-mengenalnya-lebih-dalam>.
- Law in the metaverse. Dikutip dari <https://www.forbes.com/sites/schuylermoore/2021/12/22/law-in-the-metaverse>
- Mengenal Metaverse, Konsep Dunia Digital Masa Depan yang Canggih. Fahri Zulfikar – detikEdu. Dikutip dari <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5877242/mengenal-metaverse-konsep-dunia-digital-masa-depan-yang-canggih>
- Wow 2022 bakal jadi tahun terbesar untuk metaverse, google hingga apple siap bersaing. Dikutip dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220102/620/1484339/wow-2022-bakal-jadi-tahun-terbesar-untuk-metaverse-google-hingga-apple-siap-bersaing>
- Apa itu metaverse. Dikutip dari <https://hybrid.co.id/post/apa-itu-metaverse>