

Recent Influences and Developments in Artificial Intelligence (AI) Technology in Audio and Video Production

Pengaruh dan Perkembangan Terbaru dalam Teknologi Kecerdasan Buatan (AI) dalam Produksi Audio dan Video

By
Mohammad Fadly, S.E, M.M

Abstract

Technological advancements, changes in consumer behavior, technological accessibility, social media, streaming services, and advancements in production technology have all led to exponential growth in digital audio and video production. With media convergence, the distinction between audio and video media becomes unclear. This makes multimedia content more flexible. However, changing business models, copyright issues, and content quality are also affected by this phenomenon. The development of digital audio and video production has experienced significant exponential growth, influenced by technological advancements, changes in consumer behavior, technological accessibility, social media, streaming services, and advances in production technology. Media convergence has blurred the boundaries between audio and video media, creating flexibility in multimedia content. However, this phenomenon also has an impact on changing business models, content quality, and copyright issues. Copyright issues are taking center stage in the industry, especially with the rise of video sharing and streaming platforms. Copyright protection is a major challenge, and the law must constantly adapt to technological advances. The methodological approach carried out in this study is called literature research. The result of the discussion was that alternative business models such as subscribe, crowdfunding, and partnerships became strategies to address copyright issues. By studying media convergence, recommendation algorithms, copyright issues, business models, and user roles can help us to understand and control complex developments in digital audio and video production. To maintain the integrity of this industry, ethical guidelines and responses to technological trends must be created.

Keywords: *Media convergence, Business model, Copyright*

Abstrak

Kemajuan teknologi, perubahan perilaku konsumen, aksesibilitas teknologi, media sosial, layanan streaming, dan kemajuan dalam teknologi produksi semuanya telah menyebabkan pertumbuhan eksponensial dalam produksi audio dan video digital. Dengan konvergensi media, perbedaan antara media audio dan video menjadi tidak jelas. Ini membuat konten multimedia lebih fleksibel. Namun, model bisnis yang berubah, masalah hak cipta, dan kualitas konten juga dipengaruhi oleh fenomena ini. Perkembangan produksi audio dan video digital telah mengalami pertumbuhan eksponensial yang signifikan, dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, perubahan perilaku konsumen, aksesibilitas teknologi, media sosial, layanan streaming, dan kemajuan dalam teknologi produksi. Konvergensi media telah mengaburkan batasan antara media audio dan video, menciptakan fleksibilitas dalam konten multimedia. Namun, fenomena ini juga berdampak pada perubahan model bisnis, kualitas konten, dan isu-isu hak cipta. Isu-isu hak cipta menjadi

pusat perhatian dalam industri ini, terutama dengan munculnya platform berbagi video dan streaming. Perlindungan hak cipta adalah tantangan utama, dan undang-undang harus terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Pendekatan metodologis yang dilakukan dalam penelitian ini disebut dengan literature research. Hasil diskusi adalah bahwa model bisnis alternatif seperti subscribe, crowdfunding, dan kemitraan menjadi strategi untuk mengatasi isu-isu hak cipta. Dengan mempelajari konvergensi media, algoritma rekomendasi, masalah hak cipta, model bisnis, dan peran pengguna dapat membantu kita untuk memahami dan mengendalikan perkembangan kompleks dalam produksi audio dan video digital. Untuk menjaga integritas industri ini, pedoman etika dan respons terhadap tren teknologi harus dibuat.

Kata Kunci: *Konvergensi media, Model bisnis, Hak cipta*

LATAR BELAKANG

Fenomena pertumbuhan eksponensial dalam produksi audio dan video digital terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan dalam perilaku konsumen¹. Banyak faktor yang berkontribusi pada peningkatan pertumbuhan produksi audio dan video digital². Banyak orang sekarang memiliki akses ke teknologi digital karena harganya telah turun dan hampir setiap orang memiliki perangkat seperti smartphone, kamera digital, dan perangkat lunak pengeditan video yang memungkinkan mereka membuat konten audio dan video dengan mudah. Media sosial adalah faktor kedua setelah kemudahan akses, dimana media sosial telah berkembang menjadi platform utama untuk berbagi konten audio dan video, dan ini memungkinkan jutaan orang di seluruh dunia untuk membagikan karya mereka³. Hal ini telah mendorong banyak individu dan organisasi untuk membuat konten berkualitas tinggi untuk platform-platform ini.

Faktor ketiga adalah layanan streaming seperti YouTube, Netflix, Amazon Prime Video, Spotify, dan platform lainnya telah mengubah cara pengguna mengakses konten audio dan video, yang telah menyebabkan permintaan yang meningkat untuk konten digital berkualitas tinggi⁴.

¹ Mantik, H., & Awaludin, M. (2023). Revolusi Industri 4.0: Big Data, Implementasi Pada Berbagai Sektor Industri (Bagian 2). *JSI (Jurnal sistem Informasi) Universitas Suryadarma*, 10(1), 107-120.

² Zellatifanny, C. M. (2020). Trends in disseminating audio on demand content through podcast: An opportunity and challenge in Indonesia. *Pekommas*, 5(2), 117-132.

³ Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik. *Medium*, 8(1), 1-17.

⁴ Nugraha, N., & Rachmawati, I. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Layanan Streaming Disney+ Hotstar Menggunakan Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (utaut 2). *eProceedings of Management*, 8(4).

Selanjutnya adalah Faktor Kemajuan dalam teknologi produksi audio dan video telah membuat produksi lebih murah dan berkualitas tinggi. Perangkat lunak pengeditan yang kuat, perangkat penyimpanan yang besar, dan kamera yang dapat merekam video berkualitas tinggi telah membantu produser membuat konten yang lebih baik.

Tetapi dengan perkembangan yang semakin meningkat terhadap Produksi Audio dan video digital diimbangi juga dengan beberapa hal yang belum sejalan yaitu dibidang Konvergensi media, dimana Podcast dan konten audio lainnya sering disertai dengan elemen video atau grafis untuk membuat pengalaman pengguna lebih baik. Ini membuat perbedaan antara media audio dan video semakin tidak jelas. Kemudian dengan makin banyaknya produksi maka semakin banyak konten tersedia yang tentu saja akan membuat sulit untuk ditemukan dan dikurasi. Ini dapat membingungkan pengguna dengan banyak opsi. Selain itu kualitas konten yang berkembang dengan cepat dapat menjadi kurang berkualitas. Banyak konten mungkin kurang berkualitas, tidak relevan, atau bahkan menyesatkan, dan ini dapat menghasilkan informasi palsu dan konten yang buruk. Belum lagi masalah terkait dengan Hak Cipta yang belum selesai dan tuntas teratasi. Pencurian konten dan pelanggaran hak cipta adalah masalah umum di lingkungan produksi digital yang luas, dan hukum hak cipta seringkali tidak sejalan dengan kemajuan teknologi. Dalam pembahasan ini kita akan diskusikan permasalahan diatas⁵.

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dibawah ini akan mengupas dan membuka diskusi terkait berbagai aspek perkembangan produksi audio dan video digital, serta masalah yang muncul seiring dengan perkembangan tersebut. Penelitian tambahan juga dapat dilakukan untuk menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini dan menemukan solusi untuk masalah yang terkait.

1. Bagaimana konvergensi media dan kualitas konten dipengaruhi oleh pertumbuhan luar biasa dalam produksi audio dan video digital yang disebabkan oleh kemajuan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan elemen seperti aksesibilitas teknologi, media sosial, layanan streaming, serta kemajuan dalam teknologi produksi?

⁵ Raharja, G. G. G. (2020). Penerapan Hukum Terhadap Pelanggaran Hak Cipta Di Bidang Pembajakan Film. *Jurnal Meta-Yuridis*, 3(2).

2. Bagaimana industri produksi audio dan video digital dipengaruhi oleh isu-isu seperti masalah hak cipta, penurunan kualitas konten, dan kesulitan dalam mengurutkan dan menemukan konten yang relevan?

HASIL PEMBAHASAN

A. Bagaimana konvergensi media dan kualitas konten dipengaruhi oleh pertumbuhan luar biasa dalam produksi audio dan video digital

Disebabkan oleh kemajuan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan komponen seperti aksesibilitas teknologi, media sosial, dan layanan streaming, serta kemajuan dalam teknologi produksi, konvergensi media dan kualitas konten sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi produksi. Mengutip dari buku *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi* (2020) karya Catur Nugroho, konvergensi media adalah integrasi media lewat digitalisasi yang dilakukan oleh industri media⁶. Konvergensi media dilakukan untuk menghasilkan serta menerbitkan berbagai konten media melalui alat dan infrastruktur teknologi, untuk dimanfaatkan oleh audiensi yang beragam. Seorang peneliti asal Amerika, Henry Jenkins mengatakan bahwa kata konvergensi digunakan untuk menggambarkan perubahan teknologi industri, budaya, sosial yang datang bersama-sama dari industri sebelumnya yang terpisah dan terkait dengan pekerja terampil

Contoh nyata konvergensi media di Indonesia ialah perusahaan media Kompas. Awalnya Kompas hadir dalam bentuk media cetak, yakni koran. Namun, setelah melakukan konvergensi media, manajemen Kompas meluncurkan portal berita Kompas.com, channel Youtube Kompas TV, serta ePaper Kompas.

Dengan hadirnya media dalam bentuk online, seperti Kompas.com, Tribunnews.com, atau media daring lainnya, pola konsumsi berita masyarakat mulai berubah. Masyarakat bisa mengakses informasi lewat gadget, membagikannya ke orang lain, bahkan berdiskusi soal pemberitaan yang sedang hangat diperbincangkan. Selain itu, adanya konvergensi media juga berarti kompetisi antarmedia juga semakin tinggi. Berbagai perusahaan media harus berlomba

⁶ Diandra Nessia Alisty. 04 Januari 2022.
<https://perpustakaan.bsn.go.id/index.php?p=news&id=1672>

dalam mengabarkan pemberitaan. Mulai dari mengutamakan kecepatan hingga diferensiasi konten.



Gambar 1 Konvergensi media

Sumber: <https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/27/090000369/konvergensi-media--pengertian-dan-dampaknya?page=all#page3>

Terlihat dalam Gambar 1 bahwa, konvergensi media tidak hanya berdampak pada proses jurnalistik serta perusahaan media, namun juga kehidupan masyarakat. Mulai dari pola konsumsi berita hingga pentingnya literasi media saat ini.

Penting untuk diingat bahwa konvergensi media dan kualitas konten dalam produksi audio dan video digital adalah fenomena yang sangat dinamis, dan perlu ada upaya untuk memahami dan mengelola dampak dari hal ini. Produsen dan konsumen memiliki peran penting dalam menentukan tren dan kualitas konten ini, sementara regulasi dan praktik etika juga penting untuk menjaga integritas produksi audio dan video digital. Beberapa cara agar komponen ini dapat mempengaruhi kedua aspek diatas yaitu:

- a. Konvergensi Media. Penggabungan media audio dan video telah dimungkinkan berkat kemajuan dalam teknologi produksi, yang telah menghasilkan format konten yang lebih

fleksibel⁷. Misalnya, podcast sering memiliki konten video atau grafis yang membuat pengalaman multimedia lebih kaya.

- b. Multiplatform Publishing. Konten sekarang sering diposting di berbagai platform media, seperti media sosial, YouTube, layanan streaming, dan situs web⁸. Ini menciptakan integrasi lintas platform yang mengaburkan perbedaan antara media audio dan video.
- c. Kualitas isi. Meskipun lebih banyak konten dibuat, sebagian besar mungkin berkualitas rendah, tidak relevan, atau bahkan menyesatkan. Persaingan yang ketat dapat membuat produsen cenderung memproduksi konten dengan cepat tanpa memperhatikan kualitasnya⁹.
- d. Kreativitas dan Inovasi. Di sisi lain, produsen sekarang memiliki lebih banyak alat untuk membuat konten berkualitas tinggi¹⁰. Dalam proses pembuatan konten, orang memiliki kesempatan untuk mencoba ide-ide baru dan kreatif
- e. Content Multi-Genre. Berbagai genre, mulai dari hiburan hingga edukasi, berita, seni, dan hobi, telah muncul sebagai hasil dari peningkatan produksi audio dan video digital. Jenis konten yang berbeda memengaruhi cara produksi dan konsumsi konten.
- f. Konsumsi Fleksibel¹¹. Cara pengguna mengonsumsi konten digital dengan cara yang lebih fleksibel, seperti menonton melalui media sosial dan layanan streaming, mempengaruhi bagaimana konten dibuat dan disajikan
- g. Respon Real-Time. Kemampuan untuk merespons tren dan perubahan dalam waktu nyata diberikan oleh konten digital, yang dapat memengaruhi kualitas dan jenis konten yang diproduksi.¹²

⁷ Milva Musfira, M. (2023). *KONVERGENSI MEDIA EL JOHN PEKANBARU DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

⁸ Al Azis, M. R., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena self-disclosure dalam penggunaan platform media sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 120-130.

⁹ Natalia, W. K., & Ajibulloh, A. A. (2023). Polemik Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam Pengawasan Media Baru. *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(1), 82-98.

¹⁰ Savitri, A. (2019). *Revolusi industri 4.0: mengubah tantangan menjadi peluang di era disrupsi 4.0*. Penerbit Genesis.

¹¹ Adib, M., Hasiholan, T. P., Adheista, M., & Iqbal, M. (2020). Konvergensi Media Industri Televisi Indonesia Pada Program Acara Indonesian Idol X. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 8(1), 1-11.

¹² Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku konsumen di era digital: Beserta studi kasus*. Universitas Brawijaya Press.

B. Bagaimana industri produksi audio dan video digital dipengaruhi oleh isu-isu seperti masalah hak cipta, penurunan kualitas konten, dan kesulitan dalam mengurutkan dan menemukan konten yang relevan

Dalam beberapa tahun terakhir, industri produksi audio dan video digital telah mengalami transformasi yang signifikan. Permasalahan seperti hak cipta, penurunan kualitas konten, dan kesulitan untuk mengurutkan dan menemukan konten yang relevan telah memengaruhi industri ini. Beberapa masalah yang berdampak kepada industri produksi audio dan video digital diantaranya adalah:

- a. Hak Cipta, Isu utama yang ada di industri ini adalah perlindungan hak cipta. Berbagai situs web berbagi video dan platform streaming, seperti YouTube, Vimeo, dan lainnya, harus mengambil tindakan untuk menyelesaikan masalah pelanggaran hak cipta¹³. Produsen dan pembuat konten seringkali harus memastikan bahwa mereka memiliki hak untuk menggunakan materi tertentu atau mereka akan menghadapi tuntutan hukum. Beberapa Pelanggaran Hak Cipta misalkan mengupload musik, video, foto, atau konten lain yang dilindungi hak cipta ke platform online tanpa izin.
 - Digital Millennium Copyright Act (DMCA) adalah undang-undang yang berlaku di Amerika Serikat yang bertujuan untuk melindungi hak cipta dalam lingkungan digital¹⁴. Berdasarkan undang-undang ini, pemilik hak cipta dapat meminta platform yang menghost konten ilegal untuk mengajukan permintaan penghapusan (*takedown request*)
 - Lisensi dan Hak Penggunaan karya. Produsen dan pembuat konten harus memahami dan mematuhi hak penggunaan jika mereka ingin menggunakan konten yang dilindungi hak cipta. Membeli lisensi, izin khusus, atau bekerja sama dengan pemilik hak cipta untuk mendapatkan hak yang diperlukan¹⁵.

¹³ Erwin, E., Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia.

¹⁴ Noor, N. (2021). COPYRIGHT LAW IN PROTECTING CREATORS' EXCLUSIVE RIGHTS IN THE CREATIVE INDUSTRY: A COMPARATIVE STUDY. *The Lawpreneurship Journal*, 1(2), 200-217.

¹⁵ Ramli, H. A. M., Sh, M. H., & Arb, F. C. B. (2021). *Hak Cipta Disrupsi Digital Ekonomi Kreatif*. Penerbit Alumni.

- Beberapa teknologi pengenalan konten digunakan oleh beberapa platform untuk secara otomatis menemukan dan menghindari konten yang dilindungi hak cipta. Ini membantu mencegah pelanggaran hak cipta sebelumnya.
 - Pengadilan dan Tuntutan Hukum. Jika pelanggaran hak cipta tidak dapat diselesaikan melalui takedown request atau negosiasi, pemilik hak cipta dapat mengambil tindakan hukum melalui pengadilan. Ini bisa berujung pada denda dan sanksi hukum lainnya bagi pelanggar. Perubahan hukum mungkin diperlukan untuk mengatasi masalah baru ini karena masalah hak cipta terus berkembang seiring kemajuan teknologi. Beberapa negara memiliki hukum yang lebih longgar atau lebih ketat tentang hak cipta di dunia digital. Di dunia digital, masalah hak cipta sangat rumit dan terus berubah, dan banyak pihak harus berusaha untuk memahami undang-undang dan peraturan yang berlaku agar hak cipta dilindungi dan konten dapat digunakan secara adil dan sah.
 - Isu hak cipta juga relevan untuk mendorong produsen dan pembuat konten untuk membuat konten asli mereka sendiri, menghindari menggunakan materi yang melanggar hak cipta orang lain.
- b. Problem yang terjadi pada proses penyaringan dan pemilihan konten digital yang paling sesuai dengan minat atau preferensi pemirsa di lingkungan digital. Banyak masyarakat yang menghadapi kesulitan dalam mengurutkan dan menemukan konten yang relevan karena jumlah konten digital yang sangat besar. Ini telah mendorong pengembangan algoritma rekomendasi yang canggih, seperti yang digunakan oleh YouTube, Netflix, dan platform streaming lainnya¹⁶. Namun, algoritma ini juga dapat menyebabkan filter bubble, di mana pemirsa hanya akan terpapar pada konten yang sejalan dengan pandangan mereka, yang dapat membatasi keragaman pandangan. Dan ini adalah masalah yang terkait dengan proses pengembangan algoritma rekomendasi. Di satu sisi, algoritma ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pemirsa dengan menawarkan konten yang lebih sesuai, tetapi jika tidak diatur dengan benar, mereka dapat membatasi keragaman pandangan. Untuk mengatasi masalah ini, beberapa platform dan peneliti mencari cara untuk mengatur algoritma rekomendasi agar lebih transparan dan mempertimbangkan keragaman dalam

¹⁶ Yusmar, A. *Implementasi metode collaborative filtering dengan pendekatan item based untuk rekomendasi rumah makan menggunakan algoritma adjusted cosine similarity* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

rekomendasi konten, sehingga pemirsa dapat memiliki pilihan yang lebih beragam daripada hanya melihat konten yang sama.

- c. Perubahan dalam Model Bisnis, mengacu kepada perubahan dalam cara produsen dan pembuat konten untuk menghasilkan dan menyebarkan karya-karya yang diciptakan sebagai tanggapan terhadap masalah terutama masalah hak cipta. Produsen dan pembuat konten harus mengubah model mereka karena masalah hak cipta. Sementara beberapa pencipta konten bergantung pada sponsor atau iklan, yang lain menggunakan model berlangganan atau penjualan langsung. Ini dapat memengaruhi cara konten didistribusikan dan dibuat. Beberapa hal penting yang berkaitan dengan perubahan yang dilakukan pada model bisnis adalah:

- Sponsor dan Iklan, dimana pemilik konten memasukkan iklan atau mendapatkan sponsor untuk membiayai produksi konten mereka. Sebagian besar konten digital didukung oleh sponsor atau iklan¹⁷. Namun, perubahan dalam peraturan iklan dan persyaratan hak cipta yang ketat dapat berdampak pada model ini.
- Subscription Business Model¹⁸, yaitu untuk memberikan kebebasan kepada pembuat konten dari ketergantungan pada iklan, beberapa produsen konten telah mengadopsi model berlangganan di mana pemirsa membayar biaya berlangganan bulanan atau tahunan untuk mengakses konten eksklusif atau tanpa iklan. Ini memberi mereka cara yang stabil untuk menghasilkan uang.
- Donation based crowdfunding, model bisnis yang memungkinkan bagi kreator untuk lebih mandiri karena beberapa pencipta konten, seperti kreator yang terdaftar di platform Patreon atau Kickstarter, bergantung pada donasi dan crowdfunding dari penggemar untuk mendukung produksi konten mereka. Konsep crowdfunding berakar dari konsep crowdsourcing yang memanfaatkan "kerumunan" orang untuk memberikan umpan balik dan solusi untuk mengembangkan kegiatan suatu perusahaan rintisan. Dalam crowdfunding, tujuannya adalah mengumpulkan dana yang dilakukan dengan menggunakan jaringan media sosial (Twitter, Facebook, LinkedIn dan situs – situs blogging). Istilah crowdfunding bagi banyak kalangan masih menjadi istilah yang

¹⁷ Yunus, U. 3.1 Lingkungan dan Publik. *DIGITAL BRANDING*, 51.

¹⁸ Wicaksono, K. C. B. (2013). Mengukur Efektivitas Social Media Bagi Perusahaan. *Binus Business Review*, 4(1), 551-564.

asing, terutama di Indonesia. Istilah ini baru ramai diberitakan sejak kemunculan situs donation based crowdfunding pertama di Indonesia yakni wujudkan.com, sejak itulah masyarakat mengidentikkan crowdfunding dengan pendanaan industri kreatif. Padahal, donation based crowdfunding lebih luas dari bidang industri kreatif. Donation based crowdfunding merupakan salah satu dari 4 (empat) bentuk crowdfunding yang bisa diterapkan di beberapa bidang, oleh sebab itu memahami istilah ini berarti harus mampu memahami terlebih dahulu tentang istilah crowdfunding. Tujuan utama crowdfunding adalah memberikan alternatif bagi pengusaha untuk memperoleh pendanaan¹⁹.

- Kemitraan dan Kolaborasi, dimana Produsen konten sering bekerja sama dengan merek atau platform lain untuk menghasilkan konten yang dibayar atau didanai bersama. Kerja sama ini dapat menghasilkan peluang tambahan untuk pendapatan.²⁰
 - Perubahan dalam Produksi dan Distribusi. Bagaimana konten dibuat dan didistribusikan juga dapat dipengaruhi oleh perubahan dalam model bisnis. Sebagai contoh, pembuat konten dapat diminta untuk membuat konten yang lebih relevan dan berkelanjutan jika model berlangganan diubah²¹. Dalam dunia digital yang berubah cepat, produsen konten seringkali harus bersikap fleksibel dan kreatif dalam merespons perubahan regulasi dan tantangan hak cipta, sambil mencari model bisnis yang paling sesuai dengan audiens mereka dan kebutuhan mereka. Ini dapat memengaruhi distribusi, pembiayaan, dan konsumsi konten oleh penonton.
- d. Peran Pengguna. Saat ini Pengguna lebih terlibat dalam produksi dan penyebaran konten, terutama di platform media sosial. Mereka seringkali memiliki kemampuan untuk membuat konten mereka sendiri, yang dapat menjadi pesaing bagi konten profesional. Ketika pengguna menggunakan musik atau materi yang dilindungi hak cipta dalam konten mereka, mereka juga dapat menghadapi masalah hak cipta.
- Memproduksi Konten Sendiri, hal ini dimungkinkan karena adanya perkembangan teknologi, perangkat seluler dan aplikasi-aplikasi yang kreatif sehingga memungkinkan

¹⁹ Paul Belleflame, dkk., 2010. Crowdfunding : An Industrial Organization Perspective, dipublikasikan di seminar workshop "Digital Business Models : Understanding Strategies", h. 1 – 2.

²⁰ Wibowo, A. (2022). Transformasi Ekonomi Digital. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-179.

²¹ Savitri, A. (2019). *Revolusi industri 4.0: mengubah tantangan menjadi peluang di era disrupsi 4.0*. Penerbit Genesis.

pengguna untuk membuat konten mereka sendiri dalam bentuk foto, video, tulisan, podcast, dan banyak lagi. Ini telah memberi mereka kekuatan untuk menjadi produsen konten.

- Persaingan dengan Konten Profesional, karena konten yang dibuat oleh pengguna dapat melawan konten profesional, terutama di platform media sosial. Video pendek di TikTok atau video YouTube yang dibuat oleh pengguna seringkali memiliki jutaan pemirsa, menantang konten profesional.
- Hak Cipta Konten Pengguna, yaitu Ketika seorang pengguna menggunakan music, gambar, video atau lainnya yang telah dilindungi hak ciptanya dalam konten mereka. Mereka akan menghadapi masalah hak cipta.
- Lisensi dan Penggunaan yang Sah, karena jika seseorang ingin menggunakan konten yang dilindungi hak cipta untuk tujuan komersial, mereka harus mendapatkan izin atau lisensi yang diperlukan. Ini dapat mencakup pembayaran royalti atau izin untuk penggunaan materi.
- Hak Cipta dalam Publikasi dan sharing konten yang sering dilakukan oleh pengguna, karena ketika mempublikasikan dan berbagi konten di platform seperti misalkan Facebook, Twitter, Instagram dan lainnya akan menyebabkan masalah hukum.

Secara keseluruhan, isu-isu ini memengaruhi cara industri produksi audio dan video digital beroperasi, dan mereka harus terus beradaptasi dengan perubahan-perubahan ini. Hak cipta dan peraturan promosi konten berkualitas,

KESIMPULAN

Berbagai faktor, termasuk kemajuan teknologi, perubahan perilaku konsumen, aksesibilitas teknologi, media sosial, layanan streaming, dan kemajuan dalam teknologi produksi, telah memengaruhi pertumbuhan eksponensial dalam produksi audio dan video digital. Hal ini telah menyebabkan konvergensi media, perubahan dalam kualitas konten, dan munculnya masalah seperti hak cipta, model bisnis, dan peran aktif pengguna dalam produksi dan penyebaran konten. Namun, produsen dan pembuat konten dapat terus berkembang karena model bisnis yang berubah, kreativitas, inovasi, dan respons real-time

Industri produksi audio dan video digital menghadapi masalah besar seperti menjaga hak cipta, meningkatkan kualitas konten, dan menyaring konten yang relevan bagi penonton. Namun, produsen dan pembuat konten dapat terus berkembang karena model bisnis yang berubah, kreativitas, inovasi, dan respons real-time.

SARAN

1. Algoritma rekomendasi dalam platform media sosial dan streaming memengaruhi cara konten dikonsumsi, tetapi juga dapat memicu filter bubble. Keragaman pandangan dan transparansi dalam algoritma rekomendasi menjadi isu penting.
2. Peran pengguna dalam produksi konten juga semakin penting, dengan pengguna yang memproduksi konten mereka sendiri dan bersaing dengan konten profesional. Namun, isu hak cipta dan penggunaan yang sah menjadi perhatian ketika pengguna memanfaatkan materi yang dilindungi hak cipta.
3. Penelitian mendalam tentang konvergensi media, algoritma rekomendasi, isu hak cipta, model bisnis, dan peran pengguna dapat memberikan wawasan yang lebih baik dalam memahami dan mengelola perkembangan kompleks dalam produksi audio dan video digital. Pengembangan pedoman etika dan respons terhadap perubahan tren teknologi juga penting dalam menjaga integritas industri ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adib, M., Hasiholan, T. P., Adheista, M., & Iqbal, M. (2020). Konvergensi Media Industri Televisi Indonesia Pada Program Acara Indonesian Idol X. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 8(1), 1-11.

Al Azis, M. R., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena self-disclosure dalam penggunaan platform media sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 120-130.

Diandra Nessia Alisty. 04 Januari 2022.
<https://perpustakaan.bsn.go.id/index.php?p=news&id=1672>

Erwin, E., Subagja, A. D., Masliardi, A., Hansopaheluwakan, S., Kurniawan, S. D., Darmanto, E. B., & Muksin, N. N. (2023). *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. PT. Green Pustaka Indonesia.

Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku konsumen di era digital: Beserta studi kasus*. Universitas Brawijaya Press.

- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik. *Medium*, 8(1), 1-17.
- Mantik, H., & Awaludin, M. (2023). Revolusi Industri 4.0: Big Data, Implementasi Pada Berbagai Sektor Industri (Bagian 2). *JSI (Jurnal sistem Informasi) Universitas Suryadarma*, 10(1), 107-120.
- Milva Musfira, M. (2023). *KONVERGENSI MEDIA EL JOHN PEKANBARU DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Natalia, W. K., & Ajibulloh, A. A. (2023). Polemik Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam Pengawasan Media Baru. *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(1), 82-98.
- Noor, N. (2021). COPYRIGHT LAW IN PROTECTING CREATORS' EXCLUSIVE RIGHTS IN THE CREATIVE INDUSTRY: A COMPARATIVE STUDY. *The Lawpreneurship Journal*, 1(2), 200-217.
- Nugraha, N., & Rachmawati, I. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Layanan Streaming Disney+ Hotstar Menggunakan Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (utaut 2). *eProceedings of Management*, 8(4).
- Paul Belleflame, dkk., 2010. Crowdfunding : An Industrial Organization Perspective, dipublikasikan di seminar workshop "Digital Business Models : Understanding Strategies", h. 1 – 2.
- Raharja, G. G. G. (2020). Penerapan Hukum Terhadap Pelanggaran Hak Cipta Di Bidang Pembajakan Film. *Jurnal Meta-Yuridis*, 3(2).
- Ramli, H. A. M., Sh, M. H., & Arb, F. C. B. (2021). *Hak Cipta Disrupsi Digital Ekonomi Kreatif*. Penerbit Alumnus.
- Savitri, A. (2019). *Revolusi industri 4.0: mengubah tantangan menjadi peluang di era disrupsi 4.0*. Penerbit Genesis.
- Savitri, A. (2019). *Revolusi industri 4.0: mengubah tantangan menjadi peluang di era disrupsi 4.0*. Penerbit Genesis.
- Wibowo, A. (2022). Transformasi Ekonomi Digital. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-179.
- Wicaksono, K. C. B. (2013). Mengukur Efektivitas Social Media Bagi Perusahaan. *Binus Business Review*, 4(1), 551-564.
- Yunus, U. 3.1 Lingkungan dan Publik. *DIGITAL BRANDING*, 51.
- Zellatifanny, C. M. (2020). Trends in disseminating audio on demand content through podcast: An opportunity and challenge in Indonesia. *Pekommas*, 5(2), 117-132.