

3. **VEED.IO** cocok sebagai pendukung editing video, tetapi tidak ideal sebagai platform *voice-over* utama.
4. Penggunaan AI *voice-over* terbukti mempercepat workflow produksi, menekan biaya, dan meningkatkan konsistensi identitas suara perusahaan.

Dengan demikian, tujuan penelitian telah tercapai, yaitu menemukan platform AI *voice-over* yang paling efektif untuk mendukung perancangan produksi konten digital di perusahaan.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana analisis teknologi kecerdasan buatan, khususnya AI *voice-over*, dapat digunakan dalam proses perancangan produksi video konten informasi digital di Perusahaan Teknologi Indonesia Group. Tujuan tersebut sekaligus menjadi dasar untuk meninjau bagian mana teknologi ini mampu membantu proses kerja, memperbaiki *voice over*. serta menentukan platform yang tepat untuk digunakan dalam produksi konten digital berbasis AI *voice over*.

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, terdapat beberapa temuan penting yang menjawab rumusan masalah penelitian. Pertama, penggunaan AI *voice-over* terbukti memberikan perbedaan kualitas suara dan beragam hasil pada setiap platform serta menentukan platform yang tepat untuk digunakan dalam produksi konten digital berbasis AI *voice over*. Teknologi ini mampu mampu membuat *voice over* dengan berbagai kustomisasi, stabilitas suara, serta revisi suara yang biasanya memerlukan proses ulang. Temuan ini sejalan dengan konsep produksi digital yang dibahas dalam kajian literatur dan memperlihatkan bahwa integrasi teknologi bersifat cepat, dinamis, dan membutuhkan fleksibilitas tinggi dalam proses revisi.

Kedua, penelitian ini menemukan bahwa AI *voice over* menjadi salah satu pilihan untuk digunakan dalam produksi konten digital. Mulai dari penyusunan naskah, simulasi intonasi, hingga pencocokan karakter suara dengan gaya visual yang beragam, AI memberikan ruang uji coba yang lebih fleksibel. Hal ini membantu tim produksi mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan konsistensi kualitas suara yang dihasilkan. Dengan demikian, AI ini tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis, tetapi juga sebagai bagian dari strategi kreatif dalam perancangan konten.

Meskipun demikian, penelitian ini hanya membahas pada aspek *voice-over* tanpa menyertakan integrasi dengan teknologi AI lainnya seperti penyuntingan otomatis atau speech enhancement. Keterbatasan-keterbatasan ini perlu diperhatikan agar penelitian lanjutan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa analisa AI *voice over* berperan penting dalam pemilihan proses produksi video konten digital. Teknologi ini tidak menggantikan peran manusia, tetapi menjadi perangkat pendukung yang mempercepat kerja, menghemat biaya, dan memberi ruang kreativitas yang lebih luas.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian, beberapa saran dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian mengenai pemanfaatan AI dalam produksi konten digital akan lebih komprehensif apabila melibatkan lebih banyak perusahaan atau unit produksi yang memiliki skala kerja berbeda. Perbandingan tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang kesiapan industri dalam mengadopsi teknologi serupa.

Kedua, penelitian berikutnya dapat menggabungkan metode kuantitatif agar efektivitas penggunaan AI dapat diukur secara lebih objektif, misalnya dengan

menilai penghematan waktu, penurunan biaya, atau tingkat kepuasan pengguna melalui survei dan statistik.

Ketiga, penggunaan AI dalam produksi konten digital sebaiknya diperluas pada aspek lain, seperti otomatisasi penyuntingan suara, *noise reduction*, atau integrasi antara *voice-over* AI dengan teknologi *avatar* atau *virtual presenter*.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn & Bacon.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications

Jurnal Ilmiah

- Chen, Y., & Harada, T. (2023). Scalable digital content production using AI-based speech synthesis. *Journal of Media Innovation*, 8(1), xx–xx.
- Faridatul, N., & Purwanto, A. (2025). Dominasi konten video dalam konsumsi media digital masyarakat Indonesia. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(1),.
- Hasanah, R., & Saragih, D. (2025). Artificial intelligence in media and digital marketing operations: Efficiency and content consistency. *Journal of Digital Media Studies*, 6(2), .
- Martinez, L., & O'Neill, J. (2022). Digital media workflow optimization through AI-driven production tools. *International Journal of Media Technology*, 9(3),.
- Mubarak, H., & Santoso, B. (2023). Pemanfaatan teknologi AI voice-over dalam produksi konten digital kreatif. *Jurnal Industri Kreatif Indonesia*, 5(2), .
- Nirwana, D., Prasetyo, R., & Lestari, Y. (2023). Efisiensi produksi audio visual dalam industri konten digital. *Jurnal Teknologi Multimedia*, 4(1), .