

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang Penelitian

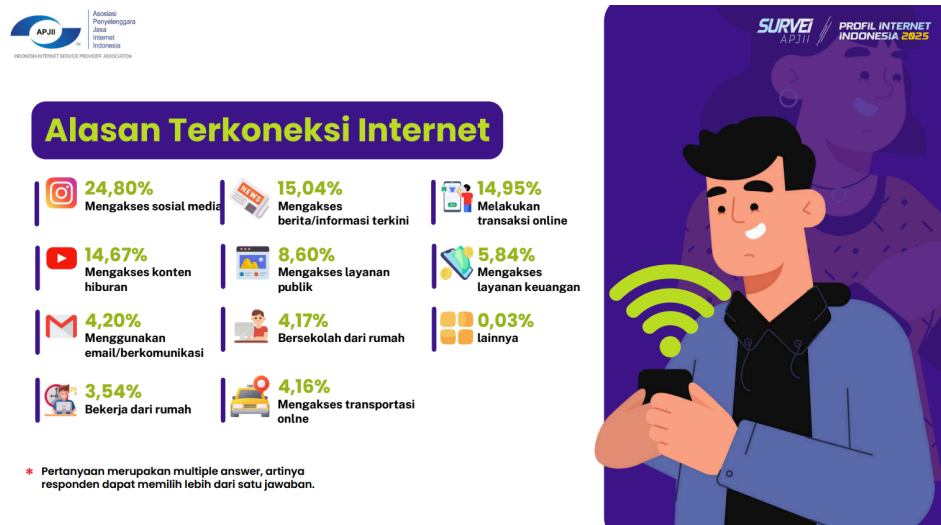
Kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) telah menjadi salah satu inovasi paling transformatif dalam era digital yang menghadirkan kemampuan mesin untuk meniru pola pikir manusia dalam memahami informasi, belajar dari pengalaman, melakukan penalaran, hingga membuat prediksi (Xu *et al.*, 2021). Kemampuan ini menjadi fondasi bagi evolusi teknologi yang semakin canggih, hingga memunculkan generasi baru yang dikenal sebagai *Generative Artificial Intelligence* (Gen AI). Teknologi ini mampu menghasilkan berbagai jenis konten seperti teks, gambar, audio, hingga video sesuai dengan keinginan pengguna (Bougueffa *et al.*, 2024). Konten yang dihasilkan oleh Gen AI mampu menciptakan materi yang menarik dan interaktif yang dapat dimanfaatkan dalam berbagai aplikasi, termasuk media sosial (Xu *et al.*, 2024). Gen AI memberikan kemudahan luar biasa bagi kreator untuk berinovasi, mempercepat proses produksi, dan menghasilkan konten berkualitas tinggi (Li, 2025).

Secara praktis, efektivitas penerapan teknologi AI dalam industri kreatif telah terbukti mampu memangkas waktu produksi. Berdasarkan temuan empiris Chung *et al.* (2025), penggunaan alat bantu Gen AI dinilai sangat krusial dalam menghemat waktu pembuatan konten dan mengurangi biaya produksi. Teknologi ini terbukti mampu mengambil alih tugas-tugas repetitif seperti penyuntingan

dasar, sehingga para kreator dapat meningkatkan produktivitas kerja secara keseluruhan dan berfokus pada eksplorasi ide-ide kreatif baru.

Hal ini sejalan dengan survei Hootsuite Social Trends (2024) yang melaporkan bahwa 61% organisasi menggunakan Gen AI dalam media sosial terutama untuk mengurangi beban kerja staf. Lebih jauh lagi, perkembangan pasar Gen AI di sektor media sosial juga menunjukkan pertumbuhan yang luar biasa. Berdasarkan laporan *Allied Market Research* (2023), nilai pasar *Artificial Intelligence in Social Media* mencapai USD 992,7 juta pada tahun 2021 dan diproyeksikan meningkat menjadi USD 12 miliar pada tahun 2031 dengan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR) sebesar 28,7%. Tren ini menandai perubahan cara pandang dalam ekosistem konten digital, di mana teknologi Gen AI tidak lagi dianggap sebagai ancaman yang akan menggantikan peran kreator manusia, melainkan sebagai partner yang membantu memperluas kemampuan kreatif dan meningkatkan efisiensi produksi. Pandangan kolaboratif ini didukung oleh temuan World Economic Forum (2025) yang menekankan bahwa fungsi Gen AI saat ini lebih bersifat melengkapi dalam mendukung kolaborasi antara manusia dan mesin, bukan sebagai pengganti total.

Perkembangan Gen AI ini memiliki relevansi khusus dalam konteks Indonesia, di mana industri kreator konten digital tengah berkembang pesat. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, tingkat penetrasi internet nasional telah mencapai 80,66%, atau setara dengan 229,4 juta penduduk Indonesia yang sudah terkoneksi dengan internet.



Gambar 1.1 Alasan masyarakat Indonesia terkoneksi internet

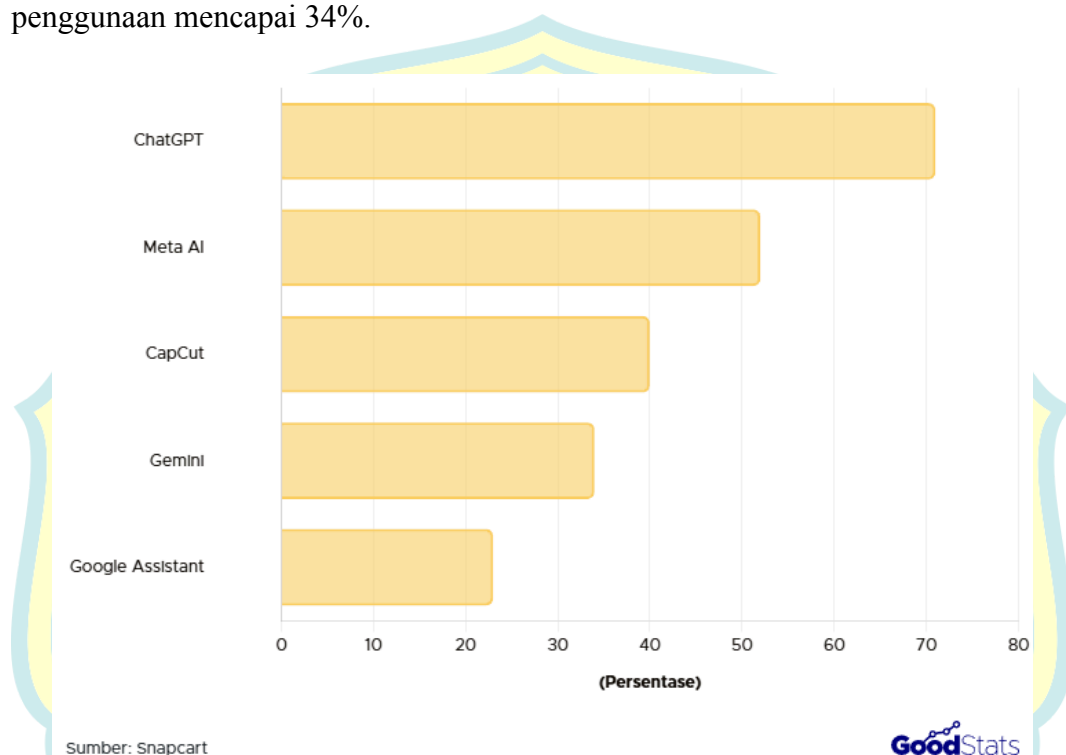
Sumber: <https://survei.apjii.or.id/survei>

Dari ratusan juta pengguna internet tersebut, media sosial menjadi alasan utama masyarakat Indonesia mengakses internet dengan mayoritas pengguna menghabiskan waktu antara 1–3 jam setiap hari (APJII, 2025). Fenomena inilah yang melahirkan industri kreator konten yang kini berkembang sangat cepat. Ketua Komisi I DPR, Meutya Hafid, menyatakan bahwa pasar kreator konten di Indonesia akan terus tumbuh dan memberikan kontribusi besar bagi perekonomian nasional (RRI, 2023). Data dari Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Teuku Riefky Harsya, menyebutkan bahwa dari sekitar 17 juta kreator konten di Indonesia, sekitar 8 juta orang telah menjadikan aktivitas ini sebagai pekerjaan utama. Bahkan, 63% di antaranya memiliki penghasilan di atas Upah Minimum Regional (UMR) (Kumparan, 2025). Oleh karena itu, kehadiran Gen AI sebagai alat bantu produksi konten memiliki potensi besar untuk mendukung produktivitas dan kreativitas para kreator konten Indonesia.

Transformasi digital yang terjadi akibat integrasi Gen AI dan media sosial ini memiliki relevansi khusus bagi generasi muda terutama kalangan mahasiswa yang menjadikan kedua teknologi tersebut sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari mereka (Shahzad *et al.*, 2024). Mahasiswa sebagai bagian dari generasi yang tumbuh di era digital memiliki karakteristik unik dalam berinteraksi dengan teknologi. Mereka cenderung menghabiskan banyak waktu untuk mengonsumsi konten dan berinteraksi secara langsung melalui media sosial yang menjadikan platform digital sebagai ruang utama untuk ekspresi diri dan sosialisasi (Bossen & Kottasz, 2020). Dalam konteks penggunaan Gen AI, mahasiswa menunjukkan tingkat familiaritas yang tinggi di mana sebagian besar dari mereka sudah memiliki pengetahuan sebelumnya tentang alat-alat Gen AI (Ruiz-Rojas *et al.*, 2024). Familiaritas ini memungkinkan mahasiswa untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan pemanfaatan Gen AI dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam produksi konten media sosial.

Di tengah lanskap kompetitif yang dipenuhi berbagai pilihan Gen AI, Google Gemini (sebelumnya Bard) muncul sebagai salah satu opsi utama yang menarik perhatian. Sebagai model Gen AI multimodal terbaru yang dikembangkan oleh Google, Gemini dirancang dengan kemampuan untuk memahami konteks yang kompleks dan menghasilkan berbagai jenis konten secara terintegrasi. Keunggulan Gemini terletak pada kemampuannya untuk memproses berbagai jenis input secara bersamaan dan menghasilkan *output* yang relevan, akurat, serta kontekstual dengan antarmuka yang intuitif dan mudah digunakan sehingga dapat diakses oleh berbagai kalangan pengguna, baik individu untuk keperluan pribadi

maupun profesional untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas kerja (Imran & Almusharraf, 2024). Berdasarkan hasil survei Kata Data (2025), Gemini merupakan salah satu platform Gen AI paling populer di Indonesia dengan tingkat penggunaan mencapai 34%.



Gambar 1.2 5 Platform AI Terpopuler di Indonesia 2025

Sumber: <https://data.goodstats.id/statistic/5-platform-ai-terpopuler-di-indonesia-2025-xyXKW>

Namun, di balik popularitasnya, muncul banyak tanggapan negatif dari pengguna terkait performa Gemini yang dianggap belum optimal. Berbagai ulasan di Google Play Store menunjukkan keluhan serius terkait kualitas output, kinerja sistem, dan pengalaman penggunaan yang mengecewakan. Permasalahan-permasalahan ini memiliki kaitan erat dengan faktor-faktor kunci yang memengaruhi penerimaan teknologi.

Tabel 1.1 Ulasan Pengguna Gemini AI di Play store

Nama	Ulasan
<i>Aditiya Prayoga</i>	Lebih banyak errornya. Pas saya sudah deskripsikan jelas sesuai pedoman Gemininya, tetap aja keluarnya "Gambar anda telah dibuat", tapi gambarnya gak ada sama sekali. Kadang diulang 3 kali baru bisa, jadi limit saya kebuang 3 kali untuk errornya Gemini. Selain itu kualitas hasil gambarnya juga turun, kemarin bisa 5MB, sekarang sekitaran 1MB aja, kalau ada bintang 0, saya kasih bintang 0 saja.
<i>Tulus Widadi</i>	Berapa batas penggunaan token setiap hari untuk versi AI Pro atau AI Plus, batasnya cepat sekali habis. Sering kali salah memberikan perbaikan skrip, koreksi berulang, salah sintaks, belum selesai, batasan sudah habis harus menunggu untuk reset. Setiap perbaikan skrip kerap menimbulkan efek error domino yang tidak berkesudahan. Tidak ada kontrol indikator kuota token terpakai, tidak transparan. Pengguna butuh transparansi penggunaan token, token listrik saja ada indikator meter. Mengecewakan.
<i>Ozella Tannia Maijoire</i>	selama ini tidak pernah mengecewakan dari apk ini tapi belakangan sangat buruk dalam hal unggahan foto selalu tidak sama, dan kadang per lisan nya sangat buruk tidak dapat terdeteksi semua. Dan hari ini juga saya akan mengedit dan apk ini menuliskan ini ke pada saya : I'd be happy to make that image for you in the Gemini app, where you can create more images and get the full experience. saya, kecewa dengan kinerja gemini hari ini, tolong di perbaiki tingkat masalah bug dan yg lain nya.
<i>Youngxi Bkc</i>	JANGAN BERLANGGANAN! KECUALI MAU RUGI. 1. Nano Banana sering error terutama pada hasil gambar (rasio). prompt 9:16, hasilnya selalu 1:1, mengecewakan. 2. Veo3 seringkali hasil video tidak bersuara meskipun perintah nya sangat jelas. 3. veo3 perhari 3 video 1 video 8 detik (RUGI)
<i>Ana Rahimah</i>	Selalu gagal dan gak bisaa mendekripsikan foto yang saya kirim dan minta dengan teks untuk mengedit foto AI, padahal foto yang saya kirim sudah cukup jelas dan detail..tapi Tetap ga bisa Menghasilkan foto AI nya..KECEWA download gk jdi apa2 buang data iya

Nama	Ulasan
Yumi Omiya	gak bisa download full hd, maaf terjadi error terus!!! satu pun gak bisa Kudownload full, jadi blur semua, jelek banget, kecewa banget!!!! jaringan lancar dan kenceng, aplikasi baru pakai udah begini, perizinan juga ok aja, pdhl hasil gambarnya bagus banget, tapi gak bisa didownload full ya percuma

Sumber: *Google Play store* 2025

Keluhan mengenai ketidakakuratan output mencerminkan permasalahan mendasar pada kualitas informasi yang dihasilkan. *Information quality* mencakup akurasi, relevansi output dengan instruksi pengguna, dan konsistensi hasil (DeLone & McLean, 2003). Penelitian menunjukkan bahwa *information quality* merupakan faktor krusial yang memengaruhi kepuasan dan penerimaan teknologi (Aziz *et al.*, 2024). Nookhao & Kiattisin (2023) menemukan bahwa *information quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap behavioral intention. Jika kreator konten merasa *output* yang dihasilkan Gemini tidak dapat diandalkan dan memerlukan verifikasi serta perbaikan manual yang berulang maka nilai kegunaan teknologi tersebut akan dipertanyakan yang pada akhirnya mengurangi niat mereka untuk terus menggunakannya.

Permasalahan terkait sistem yang gagal memunculkan gambar meskipun telah mengikuti pedoman deskripsi yang jelas dan pemborosan kuota limit akibat kegagalan teknis berulang mencerminkan isu pada ekspektasi kinerja pengguna. *Performance expectancy* yang didefinisikan sebagai sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan sistem akan membantunya mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan (Venkatesh *et al.*, 2003) menjadi terancam ketika sistem justru menghambat produktivitas. Candra *et al.* (2025) menjelaskan bahwa

semakin pengguna merasakan manfaat dan realisasi ekspektasi dari teknologi, maka pengguna akan semakin sering menggunakannya. Oleh karena itu, ketika Gemini gagal memberikan performa yang efisien dan tidak memenuhi ekspektasi kinerja pengguna, persepsi kegunaan akan menurun drastis. Kondisi ini bertentangan dengan harapan bahwa Gen AI seharusnya mempercepat proses produksi dan meningkatkan kualitas konten (Li, 2025), bukan justru membuang waktu pengguna untuk mengatasi error teknis.

Kendala teknis yang berulang, seperti tidak adanya indikator transparan mengenai sisa kuota token, proses yang tidak berjalan mulus, kesulitan sistem dalam mendeteksi perintah, dan kompleksitas penggunaan yang tidak sebanding dengan hasil menunjukkan adanya hambatan pada aspek kemudahan penggunaan. *Effort expectancy* yang merujuk pada tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh *et al.*, 2003), menjadi faktor penting yang memengaruhi adopsi teknologi. Candra *et al.* (2025) menyatakan bahwa *effort expectancy* berkaitan dengan sejauh mana teknologi dirasakan mudah digunakan sehingga menumbuhkan minat karena memberikan kenyamanan dan manfaat. Lee *et al.* (2025) juga menegaskan bahwa *effort expectancy* terkait dengan persepsi bahwa teknologi harus sederhana dan membutuhkan upaya minimal. Jika pengguna merasa bahwa penggunaan Gemini harus mengeluarkan upaya yang besar, maka hambatan ini akan memicu resistensi terhadap adopsi teknologi tersebut.

Akumulasi dari pengalaman buruk terkait kualitas informasi yang rendah, kinerja yang tidak efisien dan sulitnya penggunaan sistem berkumpul pada

pembentukan sikap yang negatif terhadap teknologi. *Attitude*, sebagai disposisi evaluatif individu terhadap penggunaan teknologi (Alkhowaiter, 2022), merupakan jembatan psikologis yang menghubungkan persepsi pengguna dengan niat perilaku mereka. Ungkapan kekecewaan ekstrem dari pengguna seperti "JANGAN BERLANGGANAN! KECUALI MAU RUGI" dan keinginan memberikan "bintang 0" adalah bentuk nyata dari sikap negatif. Penelitian menunjukkan bahwa sikap positif terhadap teknologi merupakan prediktor dominan dari niat penggunaan (Rahman *et al.*, 2023; Koteczki & Balassa, 2025). Sebaliknya, ketika pengguna mengembangkan sikap negatif akibat akumulasi kekecewaan, hal ini akan secara langsung menggerus behavioral intention mereka (Alkhowaiter, 2022). Kreator konten tidak hanya akan berhenti menggunakan aplikasi, tetapi juga berpotensi menyebarkan ulasan negatif yang dapat memengaruhi keputusan calon pengguna lain.

Pada akhirnya, ketika pengguna merasa sistem tidak dapat memenuhi kebutuhan mereka, tidak efisien, dan menguras waktu serta sumber daya, maka minat mereka untuk menggunakan teknologi tersebut di masa mendatang akan menurun. *Behavioral intention* sebagai kesediaan dan keinginan individu untuk mengadopsi dan terus menggunakan teknologi (Kumar *et al.*, 2020; Faruq *et al.*, 2023), menjadi terancam ketika faktor-faktor pendukung seperti kualitas informasi, ekspektasi kinerja, kemudahan penggunaan, dan sikap pengguna tidak terpenuhi dengan baik.

Meskipun berbagai penelitian telah mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi berbasis Gen AI, masih terdapat inkonsistensi

temuan yang menunjukkan adanya research gap yang perlu dijawab. Dalam konteks pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*, sebagian besar penelitian seperti yang dilakukan oleh Yakubu *et al.* (2025), Candra *et al.* (2025), dan Chanda *et al.* (2023) menemukan pengaruh positif dan signifikan. Namun, temuan berbeda ditemukan oleh Shiferaw *et al.* (2021) yang meneliti adopsi telemedis di kalangan profesional kesehatan Ethiopia di mana *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Inkonsistensi temuan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi faktor penerimaan teknologi Gen AI dalam konteks yang lebih spesifik. Penelitian ini secara spesifik mengkaji Generative AI untuk pembuatan konten media sosial, yang merupakan konteks penggunaan AI yang masih relatif baru dan berkembang pesat. Sebagian besar penelitian terdahulu mengenai penerimaan AI lebih banyak berfokus pada penggunaan AI *chatbot*, atau AI dalam konteks pendidikan (Yakubu *et al.*, 2025; Poliyortis & Pahos, 2025), sedangkan penelitian ini berfokus pada pemanfaatan Generative AI sebagai alat pendukung proses kreatif dalam menghasilkan konten media sosial. Terlebih lagi, penelitian-penelitian terdahulu belum banyak yang mengintegrasikan variabel *information quality* dalam model UTAUT untuk konteks Gen AI, padahal kualitas output yang dihasilkan oleh AI merupakan aspek krusial yang berkaitan langsung dengan utilitas teknologi bagi kreator konten. Penelitian ini berupaya mengisi gap tersebut dengan mengintegrasikan *information quality* bersama dengan konstruk-konstruk UTAUT dalam satu model komprehensif untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *behavioral*

intention mahasiswa Jakarta dalam menggunakan Google Gemini untuk produksi konten media sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat mahasiswa Jakarta untuk menggunakan Google Gemini dalam produksi konten media sosial. Dengan mengintegrasikan konstruk *performance expectancy*, *effort expectancy*, *information quality*, dan *attitude* dalam satu model penelitian berdasarkan kerangka Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003), studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi *behavioral intention* mahasiswa dalam mengadopsi Gemini dengan mempertimbangkan realitas bahwa terdapat respons negatif terhadap performa platform ini di kalangan pengguna. Pemahaman ini tidak hanya penting secara akademis untuk memperkaya literatur penerimaan teknologi dalam konteks Indonesia, tetapi juga memiliki implikasi praktis bagi institusi pendidikan, pengembang teknologi Google, dan para kreator konten dalam merancang strategi yang tepat untuk memaksimalkan manfaat Gemini dalam ekosistem konten kreator digital Indonesia.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Meskipun potensi *Gen AI* dalam mendukung kreativitas sudah terbukti, penerimaannya di kalangan pengguna masih beragam. Sebagian merasa terbantu, sementara yang lain ragu karena faktor kompleksitas atau keterbatasan pemahaman. Oleh karena itu, permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *attitude*?
2. Apakah *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*?
3. Apakah *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *attitude*?
4. Apakah *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*?
5. Apakah *information quality* berpengaruh signifikan terhadap *attitude*?
6. Apakah *information quality* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*?
7. Apakah *attitude* berpengaruh terhadap signifikan *behavioral intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy* terhadap *attitude*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *effort expectancy* terhadap *attitude*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *information quality* terhadap *attitude*.
6. Untuk mengetahui pengaruh *information quality* terhadap *behavioral intention*.
7. Untuk mengetahui pengaruh *attitude* terhadap *behavioral intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya pemahaman teoritis mengenai penerapan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* dalam konteks adopsi teknologi Gen AI. Hasil penelitian ini dapat memperluas validitas teori UTAUT dengan menguji relevansinya pada teknologi Gen AI, khususnya dalam konteks produksi konten media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik bagi mahasiswa mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan Gen AI untuk produksi konten media sosial. Hasil penelitian dapat membantu mahasiswa mengidentifikasi manfaat dan kemudahan penggunaan Gen AI sehingga mereka dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi ini untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi dalam produksi konten kreatif mereka.

2. Bagi Content Creator

Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi content creator dalam memahami faktor-faktor yang mendorong adopsi Gen AI sebagai alat bantu produksi konten. Pemahaman ini dapat membantu mereka membuat

keputusan yang lebih tepat dalam mengintegrasikan teknologi AI ke dalam proses kreatif mereka untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas konten.



Intelligentia - Dignitas