

ABSTRAK

Perkembangan *generative* AI visual telah mendisrupsi industri kreasi konten digital. Seiring dengan masifnya adopsi dan tren kreasi konten dengan AI, teknologi ini memberikan peluang sekaligus ancaman pada praktik produksi konten. Generasi Z yang merupakan kalangan pengguna *generative* AI sekaligus produser dan penikmat konten digital terbesar merupakan pihak yang paling terdampak oleh disrupsi ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplor bagaimana penerimaan generasi Z selaku penggiat konten di Yogyakarta terhadap *generative* AI visual content creation, dengan kerangka teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif, melalui wawancara mendalam dengan informan yang termasuk generasi Z dan aktif sebagai konten kreator. Hasil penelitian menunjukkan penerimaan bersifat dinamis dan secara keseluruhan positif. Persepsi kegunaan, terutama dalam efisiensi menjadi pendorong utama adopsi teknologi ini. Namun kemewahan fungsional yang diberikan teknologi ini juga membawa tekanan kompetitif yang muncul dari naiknya ekspektasi akan standar kemampuan konten kreator. Di sisi lain, pertimbangan etis seperti risiko misinformasi, pelanggaran privasi, serta faktor kejelasan regulasi, dan literasi media menjadi pembentuk batasan yang signifikan dalam penerimaan ini. Secara keseluruhan, *generative* AI dipandang sebagai alat kolaboratif yang meredefinisikan peran kreator, dengan etika sebagai pedoman penggunaan. Penelitian ini menyarankan perlunya peningkatan literasi etis dan transparansi penggunaan *generative* AI, serta pengembangan kebijakan atau pedoman penggunaan yang dapat diadopsi oleh kreator maupun platform.

Kata kunci: *Generative* AI, TAM, Kreasi Konten, Generasi Z, Penerimaan, Konten Kreator

ABSTRACT

The development of generative visual AI has disrupted the digital content creation industry. As the adoption of AI-driven content creation grows rapidly, this technology presents both opportunities and risks for production practices. Generation Z, who are not only users of generative AI but also the largest producers and consumers of digital content are among the groups most affected by this disruption. This study aims to explore how Generation Z content creators in Yogyakarta perceive and accept generative AI visual content creation, using the Technology Acceptance Model (TAM) as the theoretical framework. This research employs a qualitative approach through in-depth interviews with Gen Z informants who are actively involved in content creation. The findings reveal that acceptance is dynamic yet generally positive. Perceived usefulness, particularly in terms of efficiency, serves as the primary driver of adoption. However, the functional advantages of this technology also generate competitive pressure as expectations for creators' capabilities increase. Meanwhile, ethical considerations, such as risks of misinformation, privacy violations, regulatory clarity, and media literacy form significant boundaries in shaping acceptance. Overall, generative AI is viewed as a collaborative tool that redefines the role of creators, with ethics serving as a guiding principle for its use. This study recommends strengthening ethical literacy and transparency in the use of generative AI, as well as developing guidelines or policies that can be adopted by creators and platforms alike.

Keywords: Generative AI, TAM, Content Creation, Generation Z, Acceptance, Content Creators.