

Analisis Pengaruh Karakteristik Konten GAI (Generative Artificial Intelligence) dalam Meningkatkan User Engagement terhadap Content Creator: Studi Kasus TikTok = Analysis The Influence of GAI (Generative Artificial Intelligence) Content Characteristics in Increasing User Engagement on Content Creators: TikTok Case Study

Pane, Joya Ruth Amanda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920567813&lokasi=lokal>

Abstrak

Teknologi generatif AI memiliki dampak yang besar dalam industri global. Salah satunya pada industri kreatif, khususnya pada platform media sosial TikTok, di mana content creator dapat memanfaatkan Generative Artificial Intelligence (GAI) untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi secara cepat dan efisien. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh konten GAI terhadap keterlibatan pengguna (user engagement) melalui sikap dan emosi dengan menggabungkan metode mixed-method, termasuk wawancara kualitatif dengan 16 partisipan dan survei kuantitatif dari 423 responden yang dianalisis menggunakan PLS-SEM. Hasilnya menunjukkan bahwa enam karakteristik utama konten GAI—hiburan, efektivitas informasi, kreativitas, kredibilitas, iritasi, dan personalisasi—berperan penting dalam membentuk emosi dan sikap pengguna. Temuan ini mengungkap bahwa karakteristik seperti hiburan, efektivitas informasi, kreativitas, kredibilitas, dan personalisasi secara signifikan memengaruhi keterlibatan pengguna melalui emosi dan sikap mereka. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperluas pemahaman tentang hubungan antara konten GAI dan user engagement di media sosial, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi content creator untuk mengembangkan strategi konten yang lebih menarik dan sesuai dengan preferensi audiens sehingga meningkatkan interaksi dan popularitas mereka di TikTok.

.....Generative Artificial Intelligence (GAI) technology has a transformative impact on various global industries, particularly within the creative sector. On social media platforms like TikTok, content creators harness GAI to produce high-quality content swiftly and efficiently. This study aims to investigate the influence of GAI-generated content on user engagement (UE) by analyzing the roles of user attitude and emotion. Utilizing a mixed-method approach, the research integrates qualitative interviews with 16 participants and a quantitative survey of 423 respondents, analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings highlight six critical characteristics of GAI content—entertainment, information effectiveness, creativity, credibility, irritation, and personalization—that significantly shape user emotions and attitudes. Specifically, characteristics such as entertainment, information effectiveness, creativity, credibility, and personalization are found to enhance user engagement by positively affecting user emotions and attitudes. This study not only expands the understanding of how GAI content influences user engagement on social media but also provides practical guidance for content creators. By focusing on these GAI content attributes, creators can develop more compelling and audience-aligned strategies, thereby increasing their interaction and popularity on TikTok.