

Perspektif Generasi Z sebagai *Digital Savvy* terhadap Niat untuk Menggunakan AI di Tempat Kerja

Cindy Verlia, Angela Caroline^{1*}, Yoke P. Kornarius², Triningtyas E. P. Gusti³, Agus Gunawan⁴

Program Studi Magister Administrasi Bisnis, Program Studi Sarjana Administrasi Bisnis^{1,2,3}, Program Studi Magister Administrasi Bisnis⁴

Universitas Katolik Parahyangan, Universitas Katolik Parahyangan^{1,2,3,4}

e-mail: cindyverlia6@gmail.com, angela.caroline@unpar.ac.id, yoke.pribadi@unpar.ac.id, triningtyas.gusti@unpar.ac.id, agus_gun@unpar.ac.id

*corresponding author

Abstrak : Generasi Z tumbuh di era digital yang mapan dan dikenal mahir teknologi, serta memiliki pandangan positif tentang AI. Namun adanya kekhawatiran dan rasa tidak nyaman terhadap teknologi AI dapat mempengaruhi niat untuk menggunakan AI secara berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengidentifikasi pengaruh General Attitudes towards Artificial Intelligence Scale (GAAIS) terhadap Continuance Intention (CI) pada Generasi Z di tempat kerja. Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behaviour/ TPB) menjadi landasan teoretis penelitian ini, dengan fokus pada sikap (attitude) sebagai variabel independen. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 119 responden yang terdiri dari Generasi X, Milenial, dan Z, serta wawancara dari 5 responden generasi Z yang aktif bekerja serta mahir menggunakan AI. Hasil analisis menunjukkan bahwa GAAIS berpengaruh signifikan terhadap CI pada Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa sikap terhadap AI memengaruhi niat Generasi Z untuk terus menggunakan teknologi AI di masa depan. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai bagaimana AI dapat dimanfaatkan secara efektif di lingkungan kerja untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

Kata Kunci : *Artificial Intelligence, Digital Savvy, Generation Z, Continuous Intention, General Attitudes toward Artificial Intelligence Scale*

PENDAHULUAN

Generasi merupakan kelompok orang yang lahir pada rentang waktu tertentu dengan pengalaman dan perspektif yang berbeda. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh peristiwa serta perkembangan teknologi. Era digital yang terus berkembang mendorong para generasi untuk mengambil peran dalam menghadapi tantangan akibat kemajuan teknologi. Di Indonesia, Badan Pusat Statistik mengelompokkan populasi menjadi enam generasi yaitu Pre-Boomer (lahir sebelum tahun 1945), Baby Boomer (1946-1964), Generasi X (1965-1980), Generasi Milenial (1981-1996), Generasi Z (1997-2012), dan Post Generasi Z. Pada

tahun 2023, usia produktif atau yang biasa disebut angkatan kerja diisi oleh pada generasi X, generasi milenial, dan generasi Z (Muhtar, 2023).

Generasi X tumbuh pada masa perubahan sosial dan perkembangan teknologi. Mereka dianggap sebagai penghubung antara generasi yang lebih tradisional dengan generasi yang melek teknologi, sehingga dalam kehidupan sehari-hari tidak terlalu mengandalkan teknologi. Di sisi lain, Generasi Millennial tumbuh dalam era perkembangan digital, bersamaan dengan munculnya teknologi informasi dan komunikasi sehingga membentuk karakter yang kreatif, inovatif, cerdas teknologi, terbuka terhadap perubahan, serta memiliki tingkat pendidikan yang baik. Sedangkan generasi Z tumbuh di era digital, bahkan tidak mengenal dunia tanpa *smartphone* (Waleed et al., 2023). Generasi ini tumbuh dalam era digital yang sudah mapan sehingga mereka merupakan generasi yang mahir teknologi (*tech savvy*). Generasi Z memiliki karakter yang fleksibel, suka berkomunikasi secara maya, dan suka mencari cara baru dalam menyelesaikan masalah dengan melibatkan teknologi.

Di dalam dunia kerja saat ini, salah satu alat yang tidak bisa dihindari atau ditiadakan untuk mendukung pekerjaan sehari-hari adalah teknologi. Adapun, salah satu bentuk kemajuan teknologi yang begitu pesat adalah *Artificial Intelligence* (AI). AI merupakan kecerdasan buatan yang diaplikasikan kepada mesin-mesin menggunakan sistem komputasi sehingga mampu melakukan hal-hal seperti berpikir, memahami, mengumpulkan data, mencari informasi, hingga mengambil keputusan, dan hal lainnya yang dilakukan oleh manusia (Maria Pangkey et al., 2020). Kehadiran AI masih menjadi pro dan kontra di masyarakat, dimana sebagian masyarakat melihat keberadaan AI sebagai ancaman dalam berbagai aspek kehidupan. Hal-hal seperti kehilangan pekerjaan yang dapat digantikan oleh AI, mudahnya pendidikan akibat tidak diperlukannya lagi pendidik atau pengajar yang dapat digantikan oleh AI, serta ketakutan bahwa kemampuan AI akan melampaui manusia dan penyalahgunaan dalam bidang senjata dan perang. Hal ini menyebabkan masih sedikit masyarakat yang melihat AI sebagai peluang yang sangat baik bagi manusia untuk meningkatkan kualitas hidup dan martabatnya dalam bidang pendidikan, kedokteran, lingkungan, industri, dll (Baskoro et al., 2023).

Walaupun demikian, kecerdasan buatan (AI) dimanfaatkan oleh banyak perusahaan untuk mengembangkan sistem internal dan pelayanan bagi konsumen (Talents, 2023). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk melihat bagaimana sikap pengguna terhadap AI. Penelitian ini hendak memperlihatkan bagaimana perbedaan sikap pengguna terhadap AI yang dikelompokkan berdasarkan generasi digital savvy dan generasi non-digital savvy. Selain itu, penelitian ini mengacu pada *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh terhadap niat menggunakan AI. Penelitian ini hendak meneliti bagaimana pengaruh GAAIS terhadap niat untuk terus-menggunakan AI dalam dunia kerja pada generasi digital savvy dan non-digital savvy.

Theory of Planned Behaviour (TPB)

Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan model psikologis sosial yang dikembangkan dan digunakan untuk memprediksi perilaku individu (Chen et al., 2009; Chen, 2011). Perilaku seseorang dipengaruhi oleh suatu niat, namun dalam menjalankan niat tersebut terdapat tiga faktor, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan

perceived behavioral control (Sudiana et al., 2022; Nguyen, Dinh and Nham, 2019). Teori ini berasumsi bahwa perilaku seseorang dipengaruhi hal selain diri sendiri, seperti ketersediaan sumber daya dan peluang, serta keterampilan tertentu untuk meningkatkan kendali perilaku untuk mempengaruhi niat. *Attitude* merujuk penilaian individu terhadap suatu perilaku. *Subjective Norms* merujuk pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan suatu perilaku. *Perceived behavioral control* merupakan persepsi mudah atau sulitnya individu mengendalikan diri untuk melakukan suatu perilaku.

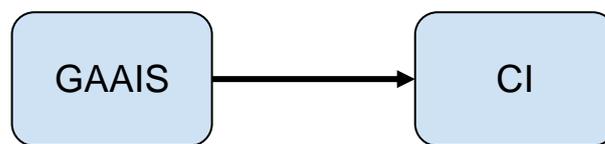
Pada penelitian ini, *attitude* sebagai variabel independen akan mengukur respon sikap seseorang terhadap AI yang disebut dengan *General Attitudes Towards Artificial Intelligence* (GAAIS). GAAIS merupakan kumpulan sikap atau aspek kepercayaan atau ketidakpercayaan seseorang terhadap AI. Dimensi GAAIS terdiri dari dua dimensi, yaitu dimensi positif dan negatif. Dimensi positif untuk mengukur sikap positif terhadap AI, seperti peluang ekonomi, peningkatan kinerja, rasa senang dan kekaguman, sedangkan dimensi negatif mengukur sikap negatif terhadap AI, seperti penggunaan yang tidak etis, ketidaknyamanan dan merasa tidak aman, serta anggapan bahwa AI menakutkan (Schepman & Rodway, 2023).

Hadirnya AI memberikan bantuan untuk mempermudah aktivitas para pekerja baik pekerja yang berada di generasi X, generasi milenial dan generasi Z untuk melakukan pekerjaan mereka sehari-hari. Di sisi lain, *Continuance Intention* (CI) mengacu pada niat para generasi muda untuk terus menggunakan AI di masa depan. Kondisi *continuance intention* berbeda dengan *intention to use* yang dapat berfokus pada seseorang yang belum pernah menggunakan AI, sedangkan CI berfokus pada mereka yang pernah memiliki pengalaman menggunakan AI di masa lampau dan memiliki niat untuk terus menggunakan AI di masa depan. *Continuance intention* diukur pada generasi yang sedang produktif dalam dunia kerja sehingga perlu adanya pemahaman mengenai manfaat AI apakah digunakan secara benar. Hal tersebut dapat menegaskan dan meyakinkan bahwa AI layak digunakan dan bermanfaat pada situasi tertentu.

Pengaruh GAAIS terhadap CI

Perkembangan teknologi saat ini menemani para generasi muda yang umumnya terbuka terhadap teknologi. Hal ini membuat para generasi muda mudah untuk mengikuti dan memahami perkembangan teknologi tersebut. Pengalaman menggunakan AI sudah dirasakan oleh sebagian besar generasi muda, namun perlu dianalisa bagaimana pengalaman tersebut menumbuhkan keinginan dan niat untuk menggunakan kembali teknologi tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Baskoro et al (2023) menemukan bahwa kehadiran AI berpengaruh positif pada peningkatan kompetensi berpikir kritis melalui pembelajaran yang dikombinasikan menggunakan AI dibandingkan dengan metode pembelajaran tradisional. Aplikasi yang digunakan dalam pembelajaran tersebut adalah Chat GPT. Temuan tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Jelahun (2024) bahwa AI memiliki dampak positif dan sangat membantu dalam proses pembelajaran serta mencari informasi bagi golongan Generasi Z. Selain itu bagi generasi milenial, berdasarkan penelitian oleh Rauf dan Pantelidis (2022) menyatakan bahwa pada golongan milenial sekitar 59,8% memberikan respon positif terhadap kehadiran AI dalam layanan pekerjaan. Hal ini membuat penelitian

ini menarik untuk dikaji lebih lanjut. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana pengaruh GAAIS terhadap niat untuk terus menggunakan AI (CI) di dunia kerja



Gambar 1. Model penelitian

Ho = GAAIS tidak berpengaruh terhadap variabel CI

Ha = GAAIS berpengaruh terhadap variabel CI

Tabel I. Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Tahun	Industri	Negara	Pengaruh
1	Gembong Baskoro, Ita Mariza, I Nyoman Sutapa	2023	Pendidikan	Indonesia	Memberikan peningkatan kompetensi keterampilan berpikir kritis untuk generasi Z
2	Felisianus Efrem Jelahun	2024	Pendidikan	Indonesia	Memberikan pengaruh positif terhadap proses pembelajaran
3	Abdul Rauf dan	2022	Jasa	Netherland	Memiliki pengaruh positif dari layanan berbasis AI

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, di mana pengumpulan data dilakukan pada 119 orang. Data diperoleh melalui kuesioner, yang kemudian akan dianalisis lebih lanjut secara kuantitatif (analisis statistik dan distribusi frekuensi) dan kualitatif (analisis tematik). Responden yang dipilih merupakan generasi yang aktif dalam dunia kerja yaitu generasi X, generasi milenial dan Z yang dipilih secara acak baik yang bekerja di perusahaan atau seorang wirausahawan. Target responden adalah sebanyak 100 orang, namun pada kenyataannya peneliti berhasil mendapatkan 119 orang. Pengumpulan data dilakukan selama satu bulan yaitu pada September 2023 sampai dengan Oktober 2023 melalui kuesioner secara online. Seluruh kuesioner mendapatkan jawaban secara lengkap, sehingga dapat digunakan untuk pengolahan data melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji heteroskedastisitas, dan uji regresi.

Kuesioner dibuat menggunakan *google form* sehingga dapat disebar dengan mudah melalui media sosial seperti *whatsapp*, *email*, dan *direct message*. Kuesioner terdiri dari 2 klasifikasi sikap positif dan negatif. Sikap positif merupakan respon untuk terus menggunakan AI yang dianalisis melalui 12 pertanyaan dengan contoh sebagai berikut “AI dapat berdampak positif pada kesejahteraan manusia”, “Ada banyak penggunaan yang bermanfaat dari AI”. Sedangkan sikap negatif merupakan respon penolakan dan keraguan terhadap AI yang dianalisis melalui 8 pertanyaan dengan contoh sebagai berikut “Banyak organisasi yang menggunakan AI secara tidak etis”, “AI mungkin mengendalikan manusia”.

Indikator pengukuran kuesioner menggunakan skala likert (Nugroho, 2022). Skala likert digunakan untuk mengukur seberapa kuat penilaian responden terhadap suatu pernyataan. Skala yang digunakan tingkat 5 dari sangat hingga sangat setuju.

Selain mengumpulkan data melalui kuesioner, peneliti juga melakukan pengumpulan data melalui wawancara. Hal tersebut dilakukan untuk memperdalam hasil penelitian dan mendapatkan alasan lebih detail mengenai kecenderungan sikap terhadap AI. Pada penelitian ini dilakukan wawancara kepada 5 responden dengan kecenderungan memiliki sikap positif terhadap AI dan berniat untuk menggunakannya secara terus menerus. Analisis kualitatif dilakukan dengan menggunakan analisis tematik untuk menemukan pola, kesamaan dan perbedaan dari tanggapan responden mengenai AI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

Responden yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 119 orang yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, generasi, tingkat pendidikan, serta profesi. Pada penelitian ini 51.26 responden berjenis kelamin laki-laki dan 48.74% wanita. Mayoritas responden merupakan Generasi Z yaitu sebanyak 73% dari total responden, kemudian diikuti oleh Generasi Milenial sebanyak 25%, dan 1.68% sisanya merupakan Generasi X. Ketiga generasi tersebut merupakan generasi yang sedang aktif dalam dunia kerja saat ini. Berdasarkan pendidikan terakhir, 79,83% diantaranya merupakan lulusan sarjana, kemudian 9.24% magister, 6.72% diploma, dan 4.2% SMA. Berdasarkan profil tersebut, mayoritas responden merupakan pekerja baru dengan pengalaman < 2 tahun.

Tabel II. Klasifikasi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Pria	61	51.26%
Wanita	58	48.74%

Tabel III. Klasifikasi Generasi Responden

Tahun Lahir	Jumlah	%
1980	2	1.68%
1982	1	0.84%
1986	2	1.68%
1989	1	0.84%
1991	3	2.52%
1992	2	1.68%
1993	2	1.68%
1994	2	1.68%
1995	9	7.56%
1996	8	6.72%
1997	4	3.36%

1998	16	13.45%
1999	9	7.56%
2000	39	32.77%
2001	18	15.13%
2002	1	0.84%
Total	119	100.00%

Generasi	%
X	1.68%
Milenial	25.21%
Z	73.11%

Tabel IV. Klasifikasi Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah	%
SMA	5	4.20%
D1, D2 & D3	8	6.72%
Sarjana	95	79.83%
Magister	11	9.24%

Tabel V. Klasifikasi Profesi Responden

Profesi	Jumlah	%
Wirausaha	6	5.04%
Pegawai	113	94.96%

Tabel VI. Tujuan Utama Menggunakan AI

Tujuan utama menggunakan AI		
Hiburan	6	5.50%
Komunikasi	8	7.34%
Media sosial	6	5.50%
pekerjaan	84	77.06%
pendidikan	5	4.59%

4.2 Hasil Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2009). Variabel yang digunakan dalam penelitian dapat dipastikan ketepatannya melalui uji validitas. Hasil dari uji validitas dapat dinyatakan valid jika nilai R hitung > R tabel. Pada penelitian ini R hitung sebesar 0.18 untuk 119 responden dengan tingkat error 5%. Berdasarkan tabel 4.5 dan 4.6, hasil yang diperoleh untuk variabel GAAIS1-GAAIS20 dan CI1-CI4 seluruhnya dinyatakan valid.

Tabel VII. Uji Validitas Variabel GAAIS

	r hitung	r tabel	Hasil
GAAIS1	0.408	0.18	valid
GAAIS2	0.316	0.18	valid

GAAIS3	0.589	0.18	valid
GAAIS4	0.463	0.18	valid
GAAIS5	0.559	0.18	valid
GAAIS6	0.57	0.18	valid
GAAIS7	0.495	0.18	valid
GAAIS8	0.304	0.18	valid
GAAIS9	0.459	0.18	valid
GAAIS10	0.383	0.18	valid
GAAIS11	0.494	0.18	valid
GAAIS12	0.515	0.18	valid
GAAIS13	0.586	0.18	valid
GAAIS14	0.652	0.18	valid
GAAIS15	0.653	0.18	valid
GAAIS16	0.598	0.18	valid
GAAIS17	0.672	0.18	valid
GAAIS18	0.547	0.18	valid
GAAIS19	0.554	0.18	valid
GAAIS20	0.615	0.18	valid

Tabel VIII. Uji Validitas Variabel CI

	r hitung	r tabel	Hasil
CI1	0.691	0.18	valid
CI2	0.822	0.18	valid
CI3	0.782	0.18	valid
CI4	0.775	0.18	valid

4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan pengukuran yang dilakukan konsisten. Menurut Sugiharto dan Situnjak (2006), uji reliabilitas dapat menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan pada penelitian dapat dipercaya dan memberikan informasi yang sebenarnya. Hasil uji dapat dikatakan reliabel apabila koefisien dari Cronbach Alpha yang diperoleh $>$ r tabel (0.6). Cronbach's Alpha yang diperoleh dari uji ini untuk variabel x (GAAIS) sebesar 0.739 dan variabel y (CI) sebesar 0.805, sehingga dapat dinyatakan bahwa pernyataan dan informasi yang diperoleh untuk penelitian adalah reliabel dan dapat dipercaya.

Tabel IX. Uji Reliabilitas Variabel CI

Variabel	Cronbach's Alpha	r tabel	Hasil
GAAIS	0.739	0.600	Reliabel
CI	0.805	0.600	Reliabel

4.4 Uji Asumsi Klasik

Tabel X Uji Asumsi Klasik

	Nilai Signifikansi	Status
Uji Normalitas	0.200	Lolos
Uji Heteroskedastisitas	1.000	Lolos
Uji Linieritas	0.924	Lolos

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik untuk menjamin ketepatan estimasi, konsistensi, serta memastikan persamaan regresi dapat diterima. Uji Asumsi klasik yang dilakukan ada 3 yaitu, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan linearitas (Purba, 2021). Untuk memperoleh hasil uji asumsi klasik yang valid perlu diketahui bahwa data sudah berdistribusi normal. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data berdistribusi normal dari populasi normal dengan kriteria hasil uji Kolmogorov-smirnov > 0.005. Data yang diperoleh pada uji normalitas sebesar 0.2, dimana hasil tersebut memenuhi kriteria dan dapat diasumsikan bahwa data berdistribusi normal.

4.5 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji adanya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Uji ini dilakukan dengan cara uji glejser. Uji glejser dapat menyatakan bahwa pada model regresi tidak terdapat kesamaan antara variansi residual dari satu pengamatan dengan pengamatan lain jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Pada penelitian ini, nilai signifikansi sebesar 1, sehingga dinyatakan tidak terjadi heteroskedasitas.

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang linear antara variabel dependen dan variabel independen secara signifikan. Sebelum melakukan uji regresi linear, harus dilakukan uji linieritas terlebih dahulu. Jika nilai signifikansi > 0.05 atau jika nilai F hitung < F tabel, maka terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel. Pada penelitian ini diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.924 sehingga dapat dinyatakan terdapat hubungan yang linear.

4.6 Uji Regresi

Tabel XI. Uji Regresi

Sig	R square	Persamaan	Keterangan
0,000	31.4%	$Y = 7.376 + 0.124X$	Ho ditolak, H1 diterima

Uji regresi linier sederhana dilakukan untuk menjelaskan hubungan variabel dependen (Y) dan variabel independen (x) dalam bentuk fungsional. Hasil uji ini akan menghasilkan nilai a dan b untuk persamaan :

$$Y = 7,376 + 0.124x$$

4.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis atau uji pengaruh berfungsi untuk mengetahui apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak (variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)). Dalam melakukan uji hipotesis terdapat dua cara yaitu, dengan uji signifikansi dan uji t. Pada penelitian ini digunakan uji signifikansi dimana ketika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pada penelitian ini nilai Signifikansi sebesar 0.000 yang menyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4.8 Uji Koefisien Determinasi

Tabel XII. Uji Koefisien Determinasi

R	R square
0.560	31.4%

Uji Koefisien Determinasi merupakan seberapa besar variabel independen (x) mampu menjelaskan variabel dependen (y) dalam model regresi yang terbentuk. Nilai koefisien determinasi selalu bernilai positif pada rentang 0 sampai dengan 1. Semakin besar nilai koefisien determinasinya maka akan semakin besar kemampuan variabel independen (x) dalam menjelaskan variabel dependen.

4.8 Pembahasan

Dari hasil perhitungan ini diketahui bahwa variabel X memiliki pengaruh sebesar 31,4% terhadap variabel Y. 69.6% sisanya merupakan variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini. Berdasarkan hasil pengolahan tersebut, diketahui bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima dimana variabel GAAIS memiliki pengaruh terhadap variabel CI (*Continuous Intention*). Hal ini menunjukkan bahwa sikap umum terhadap *Artificial Intelligence* akan berdampak pada niat seseorang untuk terus menggunakan AI. Oleh sebab itu, penting bagi penyedia layanan AI, perusahaan maupun pemerintah untuk memastikan sikap positif masyarakat atau individu terhadap AI sehingga niat untuk terus menggunakan AI dapat terus meningkat.

Pengolahan data secara statistik deskriptif menggunakan tabel distribusi frekuensi ditunjukkan pada tabel 4.11. Pada tabel tersebut ditunjukkan tanggapan responden terhadap dimensi positif dan negatif GAAIS juga skor per indikator. Baik dimensi positif dan negatif GAAIS memperoleh kategori dimensi “Baik”. Dimensi positif yang memperoleh tanggapan “Baik” menunjukkan bahwa responden cenderung setuju, menanggapi secara positif layanan-layanan (fasilitas) yang disediakan oleh AI. Mereka merasa penggunaan AI akan membantu mereka dalam pekerjaan mereka sehari-hari. Dimensi negatif yang memperoleh tanggapan “Baik” merupakan hasil setelah data dikonversi yang berarti mayoritas responden tidak merasa bahwa penggunaan AI menjadi ancaman baik untuk pekerjaan mereka maupun untuk hal-hal tidak etis lainnya.

Sedangkan hasil tanggapan responden terhadap variabel CI seperti ditunjukkan tabel 4.12 memperoleh tanggapan “Baik” dengan 3 indikator yang memperoleh tanggapan “Sangat

Baik”. Dari 119 orang responden yang pernah menggunakan atau pernah memiliki pengalaman menggunakan AI, 91,6% diantaranya setuju untuk menggunakan terus menggunakan AI di masa mendatang, sedangkan 8.4% lainnya pernah menggunakan AI namun ragu-ragu untuk terus menggunakannya. Dari para responden yang setuju untuk menggunakan AI di masa mendatang, 77.06% diantaranya menggunakan AI dengan tujuan membantu pekerjaan/produktivitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa AI memiliki peran yang sangat membantu bagi para responden terutama yang mayoritas sudah bekerja sebagai karyawan di berbagai perusahaan.

Tabel XIII. Distribusi Frekuensi terhadap GAAIS

Dimensi	Kode Indikator	Indikator	Kategori per Dimensi	Kategori per Indikator
Positive	GAAIS1	Untuk transaksi rutin, saya lebih suka berinteraksi dengan sistem AI daripada dengan manusia.	Baik	Cukup
	GAAIS2	AI dapat memberikan peluang ekonomi baru bagi negara Indonesia		Baik
	GAAIS3	Sistem AI dapat membantu orang merasa lebih bahagia		Baik
	GAAIS4	Saya terkesan dengan apa yang dapat dilakukan oleh AI		Sangat Baik
	GAAIS5	Saya tertarik menggunakan sistem AI dalam kehidupan sehari-hari		Baik
	GAAIS6	AI dapat berdampak positif pada kesejahteraan manusia		Baik
	GAAIS7	Menggunakan sistem AI sangat menyenangkan		Sangat Baik
	GAAIS8	Sistem AI akan lebih unggul dalam banyak pekerjaan rutin daripada karyawan manusia.		Baik
	GAAIS9	Ada banyak penggunaan yang bermanfaat dari AI		Sangat Baik
	GAAIS10	Sistem AI dapat bekerja lebih baik daripada manusia.		Baik
	GAAIS11	Sebagian besar masyarakat akan mendapat manfaat dari masa depan yang dipenuhi oleh AI		Baik
	GAAIS12	Saya ingin menggunakan AI dalam pekerjaan saya		Baik
Negative	GAAIS13	Banyak organisasi yang menggunakan AI secara tidak etis	Baik	Cukup
	GAAIS14	Saya pikir sistem AI membuat banyak kesalahan		Cukup
	GAAIS15	Saya menganggap AI menyeramkan		Baik
	GAAIS16	AI mungkin mengendalikan manusia		Cukup

	GAAIS17	Saya pikir AI berbahaya.		Cukup
	GAAIS18	Saya menggigil karena ketidaknyamanan saat memikirkan tentang penggunaan AI di masa mendatang		Baik
	GAAIS19	Orang-orang seperti saya akan menderita jika AI semakin sering dan banyak digunakan		Baik
	GAAIS20	AI digunakan untuk memata-matai manusia		Baik

Tabel XIV. Distribusi Frekuensi terhadap CI

Dimensi		Indikator	Kategori per Dimensi	Kategori per Indikator
Positive	CI1	Saya berniat untuk terus menggunakan teknologi dan aplikasi berbasis AI di masa mendatang.	Baik	Sangat Baik
	CI2	Saya akan selalu berusaha menggunakan teknologi dan aplikasi berbasis AI dalam keseharian saya.		Sangat Baik
	CI3	Saya akan sangat menyarankan orang lain untuk menggunakan teknologi dan aplikasi berbasis AI.		Sangat Baik
	CI4	Seberapa sering Anda menggunakan teknologi atau aplikasi berbasis AI setiap harinya dalam kehidupan pribadi atau profesional Anda?		Baik

Temuan berdasarkan hasil uji statistik inferensial dan uji statistik deskriptif, menarik untuk diteliti lebih lanjut. Karena tanggapan responden terhadap variabel GAAIS cenderung “Cukup - Baik” sedangkan tanggapan responden terhadap variabel CI cenderung “Baik - Sangat Baik”. Hasil ini mengindikasikan bahwa ada respon positif yang lebih besar dari responden terhadap niat untuk terus menggunakan AI di masa mendatang, sehingga penelitian ini akan menggali lebih dalam faktor-faktor apa saja yang menjadi alasan responden memiliki niat untuk terus menggunakan AI di masa mendatang. Berdasarkan hasil distribusi frekuensi, peneliti melakukan wawancara kepada 5 narasumber dengan profil sebagai generasi Z yang “sangat setuju” untuk menggunakan AI secara terus-menerus. Pemilihan responden “sangat setuju” dilakukan untuk mencari pola kesamaan (faktor penting) yang mendorong responden untuk terus menggunakan AI sehingga dapat dijadikan acuan oleh para pemegang kepentingan agar penggunaan AI dapat terus berlanjut atau meningkat. Untuk memperoleh informasi yang lebih detail, peneliti memberikan beberapa pertanyaan kepada narasumber, antara lain:

1. Apakah alasan/dorongan untuk terus menggunakan AI?
2. Apakah ada manfaat yang sudah anda rasakan setelah menggunakan AI?
3. Bagaimana AI dapat berguna dalam menyelesaikan suatu masalah atau pekerjaan?
4. Apa kesulitan yang dihadapi dalam menggunakan AI?
5. Apakah pemanfaatan AI saat ini sudah efektif? Mengapa?

6. Apakah ada hal yang perlu diperbaharui dari teknologi tersebut agar lebih bermanfaat?
7. Apakah timbul kekhawatiran atau ketidaknyamanan tertentu ketika AI dapat melakukan banyak hal? bagaimana anda merespon secara positif terhadap perkembangan teknologi ini?
8. Mengapa anda menyarankan penggunaan AI? Dan teknologi apa yang disarankan?
9. Bagaimana tanggapan terhadap orang-orang yang masih ragu terhadap AI?

Respon terhadap variabel GAAIS yang cenderung “cukup-sangat baik” dan variabel CI yang cenderung “baik-sangat baik” dapat dilihat dari perbedaan indikator, dimana pada variabel GAAIS dengan respon “baik” cenderung general, seperti “AI dapat berdampak positif terhadap kesejahteraan manusia” (GAAIS6), “AI dapat memberikan peluang ekonomi baru bagi negara Indonesia” (GAAIS2), dan “Sistem AI akan lebih unggul dalam banyak pekerjaan rutin daripada karyawan manusia” (GAAIS8). Sedangkan indikator pada variabel GAAIS dengan respon “sangat baik” cenderung kepada individu dan pengalaman terhadap AI, seperti “saya terkesan dengan apa yang dapat dilakukan oleh AI” (GAAIS4), “Menggunakan sistem AI sangat menyenangkan”(GAAIS7). Hal tersebut membuktikan bahwa niat dalam menggunakan AI yang terlihat pada indikator variabel CI yang cenderung “sangat baik” dipengaruhi oleh pengalaman individu menggunakan AI. Ketika individu merasakan dampak positif dari AI, maka dorongan atau niat untuk menggunakannya lebih lanjut akan timbul. Oleh karena itu, responden yang dipilih untuk melakukan wawancara adalah generasi Z yang mahir menggunakan AI dengan skor kemahiran 4-5. Skor penilaian melalui survey merupakan skala likert dimana skor 4 menunjukkan bahwa responden setuju dan skor 5 menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan kemahirannya dalam menggunakan AI. Pemilihan tersebut dengan tujuan adanya penjelasan yang spesifik mengenai pengalaman dalam menggunakan AI.

Alasan dan dorongan untuk terus menggunakan AI yang diberikan oleh kelima responden cukup beragam, empat dari lima responden merasa terbantu oleh AI dalam pekerjaan dan memperoleh informasi dan satu responden lainnya beranggapan bahwa di masa depan seluruh kegiatan manusia akan bergantung dengan inovasi dan teknologi sehingga AI akan memiliki pengaruh yang cukup besar. Dari jawaban yang diperoleh memberikan respon positif terhadap kehadiran AI. Manfaat yang diperoleh kelima responden cukup serupa yaitu kemudahan dalam mencari informasi dan data. Bagi para responden, dengan menggunakan AI dapat mempersingkat waktu dalam mencari informasi, informasi yang diperoleh aktual, serta meningkatkan efisiensi waktu dalam melakukan pekerjaan. Teknologi yang telah digunakan oleh para responden dengan profil pekerjaan sebagai karyawan dan wirausaha yaitu, *chat GPT*, *google board*, *maps*, dan *generate copywriting*. Para karyawan memanfaatkan *chat GPT* untuk menggali informasi terkait pekerjaannya, *maps* untuk membantu mencari denah jalan yang mungkin lebih cepat. Para wirausaha yang memiliki usaha *online* memanfaatkan teknologi *generate copywriting* untuk membuat konten. Sampai saat ini, para responden belum mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi AI.

Menurut sebagian responden, pemanfaatan teknologi AI sudah efektif terutama untuk efisiensi waktu. Namun 2 dari 5 orang kurang setuju karena dengan teknologi yang terus

berkembang, AI juga dapat dikembangkan lebih jauh lagi. Untuk dapat mengembangkan teknologi AI di masa depan, Responden memberikan saran mengenai hal yang dapat diperbaharui maupun ditambahkan agar lebih bermanfaat seperti, menambahkan database dan informasi terkini (*real time*) dan fitur *voice detector*.

Meskipun responden memiliki respon positif terhadap AI, mereka juga memiliki sedikit kekhawatiran terhadap teknologi AI. Responden memiliki kekhawatiran terhadap penyalahgunaan data pribadi para pengguna. Selain itu adanya kemungkinan beberapa pekerjaan dapat digantikan oleh teknologi AI, dan semua aktivitas dikendalikan sepenuhnya oleh AI. Menurut responden, untuk mencegah kekhawatiran tersebut para pengguna AI harus memahami batas penggunaannya dan perlu merespon dengan membekali diri dengan skill dan dapat memanfaatkan teknologi ini dengan bertanggungjawab.

Para responden menyarankan penggunaan AI kepada mereka yang belum menggunakan AI. Teknologi pencari informasi seperti Chat GPT dan search engine yang memberikan kesempatan bagi para pengguna untuk mendapatkan informasi dengan waktu lebih singkat. Hal ini memberikan kesempatan bagi generasi muda yaitu generasi Milenial dan Generasi Z untuk dapat melakukan beberapa aktivitas dan pekerjaan dalam satu waktu dengan cepat dan efisien. Untuk meyakinkan masyarakat yang masih ragu terhadap AI dapat dilakukan dengan berbagi pengalaman sebagai bukti bahwa AI sangat membantu dan akan semakin berkembang di masa depan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sikap terhadap AI berpengaruh terhadap niat untuk terus menggunakan AI di masa depan. Hal ini terbukti dari uji hipotesis di mana hipotesis 1 dalam penelitian ini diterima. Dari hasil distribusi frekuensi, responden memiliki respon positif (baik) mengenai sikap terhadap AI dan niat untuk menggunakan AI di masa depan. Dari 109 orang yang setuju untuk menggunakan AI di masa depan, 77.6% diantaranya merasa sangat terbantu dalam pekerjaan. Teknologi yang sering digunakan adalah untuk mencari informasi, data base, dan *copywriting*. Beberapa teknologi yang telah digunakan membantu para karyawan untuk menggali informasi, selain itu bagi para wirausaha yang membuat konten sangat terbantu melalui *copywriting*. Sejauh ini, AI belum dapat menggantikan pekerjaan manusia karena masih berjalan beriringan, meskipun timbul kekhawatiran mengenai teknologi yang terus berkembang, manfaat AI digunakan sebagai alat bantu yang meningkatkan efisiensi kerja.

Berikut beberapa saran bagi pihak terkait baik dan peneliti selanjutnya:

1. Generasi Milenial dan Generasi Z yang belum dan masih ragu menggunakan Teknologi AI.

Kedua generasi ini tumbuh di era perkembangan teknologi. Pada umumnya kedua generasi ini sudah melek teknologi dan menerima teknologi untuk pekerjaan mereka sehari-hari. Akan tetapi, masih terdapat beberapa individu dari generasi tersebut yang masih skeptis mengenai penggunaan AI. Oleh sebab itu, diperlukan penyuluhan

yang baik mengenai AI seperti mengenai manfaat AI yang dapat membantu mereka untuk berkompetisi lebih baik di pasar tenaga kerja.

2. Peneliti selanjutnya

Terdapat 69.6% variabel yang mempengaruhi niat menggunakan *Artificial Intelligence* (AI) secara terus menerus, yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut seperti kepercayaan terhadap AI, *personnal innovativeness*, dan faktor individu-individu lain yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Di sisi lain, penelitian selanjutnya dapat menggunakan dasar teori yang berbeda untuk menguji variabel yang berkaitan dengan GAAIS dan CI.

Daftar Pustaka

- [1] Ashfaq, M. *et al.* (2020) 'I, Chatbot: Modeling the determinants of users' satisfaction and continuance intention of AI-powered service agents', *Telematics and Informatics*, 54(July), p. 101473. doi: 10.1016/j.tele.2020.101473
- [2] Baskoro, G., Mariza, I. and Sutapa, I. N. (2023) 'Innovation to Improve Critical Thinking Skills in the Generation Z using Peeragogy as a Learning Approach and Artificial Intelligence (AI) as a Tool', *Jurnal Teknik Industri*, 25(2), pp. 121–130. doi: 10.9744/jti.25.2.121-130.
- [3] Ghozali, (2009), *Aplikasi Analisis dengan program SPSS*. Universitas Dipenogoro. Semarang
- [4] Jelahun, F. E. (2023) 'Chat Gpt Artificial Intelligence: Phenomenology Studies Among Generation Z Students', *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), pp. 170–176. doi: 10.35760/mkm.2023.v7i2.9580.
- [5] Kandoth, S. and Shekhar, S. K. (2017) 'Alternative evaluation of S&P 500 index in relation to quantitative easing', *Forum Scientiae Oeconomia*, 5(1), pp. 5–18. doi: 10.23762/fso.
- [6] Mahasneh, R. *et al.* (2023) 'Increasing employer willingness to hire people with disability: the perspective of disability employment service providers', *Journal of Social Marketing*, 13(3), pp. 361–379. doi: 10.1108/JSOCM-08-2022-0174.
- [7] Maria Pangkey, F., Furkan, L. M. and Edy Herman, L. (2020) 'Exploring the impact of Artiicial Intelligence and Digital Marketing on Intention to Use Online Transportation: a Lesson Learned from Indonesian Millenials Exploring the impact of Artificial Intelligence and Digital Marketing on Intention to Use Online Tr'.
- [8] Muhtar, 2023. *Mengenal 6 Macam Generasi di Indonesia Sesuai Tahun Lahir, Kamu Termasuk yang Mana?.* Retrieved May 28, 2024 from <https://uici.ac.id/mengenal-6-macam-generasi-di-indonesia-sesuai-tahun-lahir-kamu-termasuk-yang-mana/>.
- [9] Nedelko, Z., Potocan, V. and Dabić, M. (2015) 'Current and future use of management tools', *E a M: Ekonomie a Management*, 18(1), pp. 28–45. doi: 10.15240/tul/001/2015-1-003.
- [10] Nguyen, T. M., Dinh, V. T. and Nham, P. T. (2019) 'Online knowledge sharing in Vietnamese telecommunication companies: An integration of social psychology models', *Knowledge Management and E-Learning*, 11(4), pp. 497–521. doi: 10.34105/j.kmel.2019.11.026.

- [11] Pereira, T. *et al.* (2022) ‘New Insights into Consumers’ Intention to Continue Using Chatbots in the Tourism Context’, *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 00(00), pp. 1–27. doi: 10.1080/1528008X.2022.2136817.
- [12] Purba, Djuli Sjafei : Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19
- [13] Rauf, A. *et al.* (2022) ‘Millennials’ perceptions of artificial intelligence in hotel service encounters’, *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 17(1), pp. 3–16. doi: 10.1108/CBTH-04-2021-0104.
- [14] Reinke, K. and Gerlach, G. I. (2022) ‘Linking Availability Expectations, Bidirectional Boundary Management Behavior and Preferences, and Employee Well-Being: an Integrative Study Approach’, *Journal of Business and Psychology*, 37(4), pp. 695–715. doi: 10.1007/s10869-021-09768-x
- [15] Rumawas, W. (2022) ‘Employees’ Turnover Intention in the Construction Industry in Indonesia’, *Journal of Construction in Developing Countries*, 27(2), pp. 127–146. doi: 10.21315/jcdc-03-21-0050.
- [16] Schepman, A. and Rodway, P. (2023) ‘The General Attitudes towards Artificial Intelligence Scale (GAAIS): Confirmatory Validation and Associations with Personality, Corporate Distrust, and General Trust’, *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(13), pp. 2724–2741. doi: 10.1080/10447318.2022.2085400.
- [17] Suidiana, I. W. *et al.* (2022) ‘Reflection on Values of Financial Governance of Village Credit Institutions in Bali’, *Quality - Access to Success*, 23(186), pp. 269–274. doi: 10.47750/QAS/23.186.35.
- [18] Talentics, 2023. *Artificial Intelligence: Contoh Penggunaan AI di Bidang HR*. Retrieved May,2024 from <https://talentics.id/resources/blog/artificial-intelligence-contoh-pengguna-an-ai-di-bidang-hr/>
- [19] Waleed, M., Bashir, F. and Nasim, I. (2023) ‘Artificial Intelligence Revolution: Shaping the Future of Millennials’, ... *of Humanities and Social ...*, 11(04), pp. 4261–4274. doi: 10.52131/pjhss.2023.1104.0689.