

Pengalaman *Content Creator* Tiktok memanfaatkan AI Generatif untuk Produksi (Studi Fenomenologi)

Wildan Soleh Saputra^{1*}, Hani Yuniani²

¹ Universitas Bina Sarana Informatika

*Corresponding Email: wildananimations@gmail.com

Abstrak: Perkembangan Artificial Intelligence (AI) generatif telah memberikan perubahan dalam proses kreatif content creator TikTok, mulai dari pencarian ide hingga produksi konten. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif, pengalaman, dan pemaknaan content creator TikTok dalam memanfaatkan AI generatif pada proses produksi konten. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Metode yang digunakan adalah kualitatif melalui wawancara mendalam terhadap tiga content creator TikTok yang menggunakan AI generatif dalam proses pembuatan konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan AI generatif dipengaruhi oleh kebutuhan mencari ide, meningkatkan efisiensi waktu, dan membantu proses produksi konten. Berdasarkan konsep Alfred Schutz, penggunaan AI generatif terbentuk melalui motif sebab (because motive) yang berkaitan dengan pengalaman informan serta motif tujuan (in-order-to motive) yang berkaitan dengan tujuan penggunaan AI generatif. Ketiga informan memaknai AI generatif sebagai alat bantu atau asisten dalam proses kreatif, bukan sebagai pengganti kreativitas manusia. AI generatif membantu mempercepat pekerjaan, namun proses pengembangan ide, seleksi, dan keputusan akhir tetap berada pada content creator.

Kata Kunci: AI Generatif, Content Creator TikTok, Fenomenologi, Pengalaman, Produksi Konten

Abstract: The development of Generative Artificial Intelligence (AI) has brought changes to the creative process of TikTok content creators, ranging from idea generation to content production. This study aims to identify the motives, experiences, and meanings of TikTok content creators in utilizing Generative AI during the content production process. This research uses an interpretive paradigm with Alfred Schutz's phenomenological approach. The method used is qualitative research through in-depth interviews with three TikTok content creators who utilize Generative AI in their content creation process. The findings show that the use of Generative AI is influenced by the need to generate ideas, improve time efficiency, and support the content production process. Based on Alfred Schutz's concept, the use of Generative AI is formed through because motive, which relates to the experiences of the informants, and in-order-to motive, which relates to the objectives of Generative AI utilization. The three informants interpret Generative AI as a supporting tool or assistant in the creative process, rather than a replacement for human creativity. Generative AI helps accelerate the work process, while the development of ideas, selection, and final decisions remain under the control of content creators.

Keywords: Generative AI, TikTok Content Creator, Phenomenology, Experience, Content Production

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah cara komunikasi dan pemasaran, khususnya di era media sosial. Media sosial bukan sekedar sebagai alat komunikasi, namun juga menjadi strategi utama untuk membangun branding dan meningkatkan jangkauan audiens (Ma'rifat, Suraharta, 2024). Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi interpersonal, tetapi juga berkembang menjadi ruang hiburan, promosi, bisnis digital, hingga pembentukan identitas sosial. Transformasi tersebut memperlihatkan bahwa kehidupan masyarakat modern semakin terintegrasi dengan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari. Kemudahan akses internet melalui perangkat mobile juga mempercepat intensitas penggunaan media sosial di berbagai kalangan masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam budaya komunikasi digital modern yang memengaruhi pola perilaku sosial masyarakat secara luas.

Perkembangan media sosial yang semakin pesat melahirkan berbagai platform digital dengan karakteristik dan fungsi yang berbeda-beda. Salah satu platform yang mengalami perkembangan signifikan adalah TikTok. TikTok merupakan media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna membuat, mengedit, serta mendistribusikan konten

secara cepat kepada audiens global. Popularitas TikTok meningkat karena platform ini memiliki algoritma yang mampu merekomendasikan konten sesuai minat pengguna sehingga memungkinkan sebuah video menjadi viral dalam waktu singkat. Karakteristik tersebut menjadikan TikTok sebagai media yang efektif untuk hiburan, edukasi, promosi produk, hingga aktivitas pemasaran digital. Selain itu, TikTok juga mendorong terciptanya budaya partisipatif di mana pengguna aktif memproduksi dan menyebarkan konten kreatif. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya menjadi platform hiburan, tetapi juga ruang sosial digital yang memengaruhi budaya komunikasi masyarakat modern.

TikTok merupakan aplikasi yang memberikan efek unik, menarik, serta di dukung penambahan musik dan fitur editing lainnya yang mudah digunakan oleh penggunanya untuk menghasilkan video kemudian dipamerkan oleh teman-teman atau pengguna lainnya sehingga mendorong penggunanya menjadi content creator atau orang sering menyebutnya selebriti TikTok (Munasti & Purnama, 2022), dalam praktiknya, konten kreator TikTok dituntut untuk terus mengikuti tren, memahami algoritma platform, serta menghasilkan konten yang menarik secara konsisten. Proses produksi konten juga membutuhkan berbagai tahapan seperti pencarian ide, penulisan naskah, pengambilan gambar, editing video, hingga publikasi konten. Tingginya persaingan antar kreator membuat mereka harus mampu bekerja secara cepat dan kreatif agar tetap relevan di hadapan audiens. Dengan demikian, aktivitas konten kreator menjadi bagian penting dalam perkembangan industri kreatif digital saat ini.

Meningkatnya kebutuhan produksi konten digital, perkembangan teknologi Artificial Intelligence (AI) generatif mulai menjadi bagian penting dalam aktivitas konten kreator. AI generatif merupakan teknologi kecerdasan buatan yang mampu menghasilkan teks, gambar, suara, video, yang sebelumnya memerlukan waktu dan tenaga manusia dalam jumlah besar (Budiawan & Dengen, 2025). AI generatif berkembang menjadi teknologi yang mampu mendukung berbagai aktivitas kreatif dan produktif dalam lingkungan digital modern. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa AI generatif kini tidak hanya digunakan dalam bidang teknologi, tetapi juga mulai terintegrasi dalam industri media dan kreatif digital. Kondisi ini memperlihatkan adanya hubungan yang semakin erat antara kreativitas manusia dengan teknologi otomatisasi berbasis AI.

Pemanfaatan AI generatif dalam produksi konten TikTok dapat ditemukan dalam berbagai aktivitas kreatif yang dilakukan oleh content creator. Banyak kreator memanfaatkan AI untuk mencari ide konten berdasarkan tren yang sedang populer di TikTok. Selain itu, AI digunakan untuk membuat caption, menyusun script video, menghasilkan voice over otomatis, hingga membantu proses editing dan desain visual konten. Penggunaan AI memungkinkan kreator memperoleh referensi ide

Fenomena meningkatnya penggunaan AI generatif menunjukkan adanya perubahan pola kerja dalam industri kreatif digital. Jika sebelumnya proses produksi konten sepenuhnya mengandalkan kreativitas manual, kini sebagian aktivitas kreatif mulai dibantu oleh sistem otomatis berbasis AI. Banyak kreator menggunakan AI untuk mempercepat proses brainstorming, menyusun konsep video, hingga memperbaiki kualitas visual konten mereka. Menurut (Saputra et al., 2025) TikTok telah berkembang pesat sebagai alat pemasaran digital yang efektif, memungkinkan perusahaan memanfaatkan konten kreatif mereka untuk menjangkau konsumen secara luas. Dengan basis pengguna yang terus bertumbuh, TikTok menawarkan peluang besar bagi bisnis untuk meningkatkan eksposur mereka melalui pendekatan yang inovatif dan menarik.

Meskipun memberikan berbagai manfaat, penggunaan AI generatif juga menimbulkan sejumlah tantangan dan persoalan etis dalam produksi konten digital. Salah satu isu yang

banyak diperbincangkan adalah hilangnya orisinalitas konten karena sebagian proses kreatif dilakukan oleh mesin. Konten yang dihasilkan melalui AI berpotensi memiliki pola yang seragam sehingga mengurangi ciri khas kreator sebagai individu kreatif. Selain itu, ketergantungan terhadap AI dapat menyebabkan menurunnya kemampuan berpikir kreatif dan eksplorasi ide secara mandiri.

Penelitian yang secara khusus membahas pengalaman subjektif content creator TikTok dalam menggunakan AI generatif masih relatif terbatas, terutama di Indonesia. Padahal, pengalaman personal kreator penting untuk dipahami karena berkaitan dengan bagaimana mereka memaknai penggunaan AI dalam aktivitas kreatif sehari-hari. Penelitian terdahulu belum banyak mengeksplorasi bagaimana kreator merasakan manfaat, tantangan, tekanan sosial, maupun perubahan identitas kreatif akibat penggunaan AI generatif. Selain itu, pendekatan fenomenologi masih jarang digunakan dalam penelitian mengenai AI dan content creator digital. Keterbatasan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih mendalam melalui perspektif pengalaman hidup para kreator digital. Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan kajian terkait pengalaman subjektif konten kreator TikTok dalam memanfaatkan AI generatif. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan pemahaman baru mengenai hubungan antara kreativitas manusia dan teknologi AI dalam budaya digital modern.

Pendekatan fenomenologi dipilih dalam penelitian ini karena dianggap mampu memahami pengalaman hidup individu secara mendalam berdasarkan perspektif subjek penelitian. Fenomenologi berfokus pada bagaimana seseorang memaknai pengalaman yang dialaminya dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan fenomenologi digunakan untuk menggali pengalaman konten kreator TikTok dalam menggunakan AI generatif pada proses produksi konten mereka. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami alasan kreator menggunakan AI, bentuk pemanfaatannya, serta makna yang mereka rasakan terhadap teknologi tersebut.

Penelitian ini penting dilakukan karena perkembangan AI generatif diperkirakan akan terus memengaruhi industri kreatif digital di masa mendatang. Penggunaan AI generatif dalam produksi konten tidak hanya mengubah cara kerja konten kreator, tetapi juga berpotensi memengaruhi standar kreativitas, autentisitas, dan etika dalam media sosial. Jika fenomena ini tidak dipahami secara mendalam, maka penggunaan AI generatif berisiko menciptakan ketergantungan teknologi dan mengurangi nilai orisinalitas karya kreatif manusia. Di sisi lain, pemahaman mengenai pengalaman kreator dapat membantu masyarakat dan industri media digital dalam menggunakan AI generatif secara lebih bijak dan bertanggung jawab. Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran mengenai perubahan budaya kerja digital akibat perkembangan teknologi otomatisasi. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi akademis maupun praktis dalam konteks perkembangan media digital modern. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi digital, media sosial, dan teknologi AI generatif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi berlandaskan paradigma interpretif untuk memahami pengalaman subjektif content creator TikTok dalam memanfaatkan Artificial Intelligence (AI) generatif pada proses produksi konten. Pendekatan fenomenologi Alfred Schutz digunakan untuk menganalisis motif, pengalaman, dan pemaknaan individu melalui konsep *because motive* (motif sebab) yang

berkaitan dengan pengalaman sebelumnya serta in-order-to motive (motif tujuan) yang mencerminkan harapan dan tujuan tindakan. Penelitian kualitatif menekankan pemahaman makna berdasarkan pengalaman individu dalam kondisi alamiah (Sugiyono, 2022b), sedangkan fenomenologi Schutz membantu menjelaskan tindakan sosial melalui pengalaman dan konstruksi makna subjektif (Amiruddin & Hafid, 2022). Penelitian dilaksanakan pada 28 April–30 Juni 2026 dengan unit analisis berupa pengalaman kreator dalam menggunakan AI generatif untuk pencarian ide, penyusunan konsep, dan produksi konten. Pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan pengalaman langsung menggunakan AI generatif dalam aktivitas kreatif (Fiantika, 2022). Tiga informan yang terlibat meliputi Dhiyatulhaq Rizal Alfari sebagai kreator konten edukasi dan fakta unik, Andika Adi sebagai kreator pemasaran properti, serta Felix Adhyaksa sebagai kreator konten clipper dan permainan Mobile Legends: Bang Bang (MLBB).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi nonpartisipan, dan studi pustaka. Wawancara dilaksanakan secara langsung maupun melalui Zoom sesuai ketersediaan informan, kemudian didokumentasikan dan ditranskripsikan secara verbatim untuk mempertahankan keaslian informasi. Observasi dilakukan terhadap akun TikTok informan untuk mengidentifikasi karakteristik konten dan pemanfaatan teknologi AI, sedangkan studi pustaka digunakan untuk memperkuat landasan teoretis dan interpretasi hasil penelitian. Penggunaan wawancara dan observasi memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman mendalam mengenai pengalaman informan melalui sumber data yang saling melengkapi (Fiantika, 2022). Analisis data dilakukan secara interpretatif melalui penelaahan transkrip wawancara, identifikasi pernyataan penting, pengelompokan data berdasarkan kesamaan tema, serta penafsiran menggunakan perspektif fenomenologi Alfred Schutz. Hasil wawancara diinterpretasikan bersama temuan observasi dan literatur pendukung untuk memahami hubungan antara motif penggunaan AI, pengalaman selama produksi konten, dan pemaknaan teknologi oleh masing-masing informan (Sugiyono, 2022a).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambaran Umum Informan Penelitian

Penelitian melibatkan tiga content creator TikTok yang aktif menghasilkan konten dengan kategori dan karakteristik berbeda. Ketiga informan dipilih karena memiliki pengalaman langsung menggunakan AI generatif pada proses pencarian ide, perencanaan, maupun penyuntingan konten. Perbedaan aktivitas kreatif menghasilkan variasi kebutuhan terhadap teknologi AI, sehingga memberikan gambaran mengenai bagaimana penggunaan teknologi tersebut menyesuaikan karakteristik pekerjaan masing-masing kreator.

Tabel 1. Profil Informan Penelitian

No.	Nama Lengkap	Akun TikTok	Kategori Konten	Teknologi AI yang Digunakan
1	Dhiyatulhaq Rizal Alfari	Rebahin Pren	Edukasi & Fakta Unik	Voice Over AI, ChatGPT, CapCut AI
2	Andika Adi	Podomoro Golf View by Ldr	Properti & Sewa Apartemen	ChatGPT, CapCut AI
3	Felix Adhyaksa	Prime MPL ID.	Clipper & Kreator MLBB	Voice Over AI, CapCut AI

Rizal merupakan kreator konten edukasi dan fakta unik yang memanfaatkan AI untuk membantu memperoleh referensi informasi, mengembangkan ide, menghasilkan narasi suara, dan menyunting video. Andika menggunakan AI generatif dalam aktivitas pemasaran properti, terutama untuk membantu penyusunan konsep, materi promosi, dan penyuntingan konten yang

disesuaikan dengan karakteristik audiens. Felix memanfaatkan AI generatif untuk mendukung kebutuhan teknis produksi konten permainan digital, khususnya penggunaan voice over, penyuntingan video, dan pengembangan elemen pendukung konten. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa pemanfaatan AI generatif berlangsung dalam konteks kerja kreatif yang tidak sepenuhnya sama.

Motif Content Creator dalam Memanfaatkan AI Generatif

a. Motif Sebab (Because Motive)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penggunaan AI generatif berawal dari pengalaman dan kebutuhan praktis informan ketika menghadapi hambatan dalam produksi konten. Kesulitan memperoleh gagasan baru, tuntutan menghasilkan konten secara konsisten, serta kebutuhan meningkatkan kemampuan produksi menjadi faktor yang melatarbelakangi pemanfaatan teknologi tersebut. Pengalaman tersebut berbeda sesuai dengan karakteristik pekerjaan masing-masing informan. Rizal menjelaskan bahwa penggunaan AI generatif bermula dari kesulitan menemukan gagasan mengenai fakta unik yang dapat dijadikan bahan konten edukasi. ChatGPT digunakan untuk memperoleh informasi awal yang kemudian dikembangkan menjadi konsep video. Rizal menyampaikan: *“Awal-awal saya buat itu sih saya minta ChatGPT untuk mencari fakta-fakta unik di setiap negara ya mas, jadi dari situ saya bisa dapat ide-ide konten.”*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman mencari referensi menjadi alasan utama Rizal menggunakan AI generatif. Teknologi tersebut membantu memperluas kemungkinan topik, tetapi pengembangan konten tetap dilakukan berdasarkan kebutuhan kreatifnya. Pengalaman berbeda disampaikan Andika yang menghadapi tuntutan produksi konten dalam kegiatan pemasaran properti. Kebutuhan menghasilkan materi promosi secara berkelanjutan membuat proses pencarian ide menjadi salah satu tantangan pekerjaannya. Andika menjelaskan: *“Saya mentok di ide, dan atasan nggak mau tahu konten itu harus tetap ada.”*

Keterangan tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan AI generatif muncul sebagai respons terhadap tekanan pekerjaan. Kewajiban menghasilkan konten meskipun mengalami keterbatasan ide mendorong Andika mencari teknologi yang mampu membantu penyusunan konsep pemasaran secara lebih cepat. Felix memiliki pengalaman berbeda karena sebelumnya lebih banyak membuat konten berupa potongan video dari sumber lain. Perkembangan aktivitas kreatif kemudian mendorong kebutuhan terhadap proses produksi yang lebih optimal. Felix menyampaikan: *“Waktu itu sih kontennya cuma sekedar potongan-potongan video dari YouTube.”* Pengalaman tersebut menjadi latar belakang perubahan cara kerja dalam memproduksi konten. Pemanfaatan AI generatif membantu Felix mengembangkan proses penyuntingan dan memperkaya elemen pendukung konten. Temuan ketiga informan menunjukkan bahwa motif sebab berkaitan dengan pengalaman nyata yang dialami kreator sebelum menggunakan AI generatif, terutama keterbatasan ide, tuntutan pekerjaan, dan kebutuhan meningkatkan kualitas proses produksi.

b. Motif Tujuan (In-order-to Motive)

Motif tujuan berkaitan dengan harapan yang ingin dicapai informan melalui penggunaan AI generatif. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa ketiga informan memiliki orientasi penggunaan berbeda meskipun sama-sama memanfaatkan teknologi untuk mendukung pekerjaan kreatif. Rizal menggunakan AI generatif untuk memperoleh gambaran awal mengenai gagasan konten sebelum dikembangkan lebih lanjut. Ia menyampaikan: *“Dengan adanya AI, saya bisa dapat gambaran awal dan ngembangin konsep konten.”* Tujuan penggunaan AI pada Rizal berkaitan dengan pengembangan kreativitas melalui penyediaan referensi awal.

Teknologi tersebut memberikan alternatif gagasan yang dapat diolah berdasarkan karakteristik konten edukasi. Andika lebih menekankan efisiensi waktu dan kesesuaian konten dengan kebutuhan pemasaran. Ia menjelaskan: *“AI itu bantu saya buat kerjaan bisa lebih cepat, tetapi tetap saya sesuaikan dengan kebutuhan target audiens.”*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kecepatan produksi bukan satu-satunya tujuan penggunaan AI. Penyesuaian pesan berdasarkan target audiens tetap menjadi pertimbangan penting karena konten yang dihasilkan memiliki fungsi komunikasi pemasaran. Felix menggunakan AI generatif untuk membantu pekerjaan teknis, terutama penyuntingan video dan penyusunan narasi. Ia menyatakan: *“Dengan AI, saya bisa mempercepat proses editing dan pembuatan narasi supaya lebih efisien”*. Temuan ini memperlihatkan bahwa motif tujuan penggunaan AI generatif disesuaikan dengan kebutuhan kreatif. Rizal berorientasi pada pengembangan ide, Andika pada efektivitas produksi konten pemasaran, sedangkan Felix pada efisiensi teknis penyuntingan dan pembuatan narasi. Ketiga tujuan tersebut memperlihatkan bahwa teknologi digunakan secara instrumental untuk membantu kreator menyelesaikan aktivitas produksi konten.

Pengalaman Content Creator dalam Memanfaatkan AI Generatif

a. Pengalaman pada Tahap Pencarian Ide

Pemanfaatan AI generatif memberikan perubahan pada proses pencarian ide yang sebelumnya lebih banyak dilakukan melalui penelusuran referensi secara mandiri. Ketiga informan menjelaskan bahwa teknologi tersebut membantu menyediakan gagasan awal dan mempercepat penyusunan konsep. Penggunaan AI tidak secara otomatis menghilangkan kebutuhan terhadap kreativitas manusia karena hasil yang diperoleh tetap melalui proses seleksi dan pengembangan. Rizal memanfaatkan AI untuk memperoleh gagasan mengenai topik edukasi dan fakta unik, kemudian mengolah hasilnya menjadi materi yang sesuai dengan konsep konten. Rizal menyatakan: *“Setelah pakai AI, saya merasa proses pencarian ide itu bisa lebih terbantu, tetapi tetap harus kita yang ngembangin idenya sendiri”*.

Keterangan tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan AI membantu tahap eksplorasi gagasan, sedangkan pengembangan konsep masih bergantung pada kemampuan kreator. Informasi yang dihasilkan AI digunakan sebagai bahan awal dan bukan sebagai hasil akhir yang langsung dipublikasikan. Andika mengalami kemudahan dalam menyusun konsep pemasaran karena AI memberikan gambaran materi yang dapat dikembangkan. Ia menjelaskan: *“AI itu bantu bikin konsep yang menarik terutama pemasaran, jadi enggak perlu bingung harus mulai dari nol”*.

Pengalaman Andika menunjukkan bahwa AI generatif membantu mengurangi hambatan pada tahap perencanaan. Meskipun demikian, konsep yang diberikan tetap harus disesuaikan dengan karakteristik produk, kebutuhan promosi, dan audiens yang dituju. Felix memanfaatkan AI sebagai sumber referensi tambahan sebelum menentukan konten yang akan diproduksi. Ia menyampaikan: *“Kalau AI itu saya jadikan referensi, tetapi tetap saya pilih lagi mana yang cocok buat dijadikan konten”*. Pernyataan tersebut menunjukkan adanya proses evaluasi terhadap keluaran AI. Felix tidak menggunakan seluruh hasil secara langsung, melainkan memilih gagasan yang dianggap sesuai dengan karakter konten permainan digital. Kesamaan pengalaman ketiga informan terlihat pada kemudahan memperoleh referensi awal, sedangkan perbedaannya muncul pada cara memanfaatkan informasi tersebut. Rizal mengembangkan referensi menjadi konten edukasi, Andika menyesuaikannya dengan strategi pemasaran, dan Felix melakukan seleksi berdasarkan kebutuhan konten. Pengalaman ini memperlihatkan bahwa AI generatif mendukung proses ideasi, tetapi tidak sepenuhnya mengambil alih aktivitas kreatif manusia.

b. Pengalaman pada Tahap Produksi Konten

Penggunaan AI generatif pada tahap produksi memberikan kemudahan dalam penyusunan materi, penyuntingan video, pembuatan subtitle, dan narasi suara. Ketiga informan merasakan bahwa beberapa pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat setelah menggunakan teknologi tersebut. Namun, hasil produksi otomatis belum selalu sesuai dengan kebutuhan, sehingga tetap memerlukan pemeriksaan dan penyempurnaan. Rizal menjelaskan bahwa AI membantu mempercepat proses produksi, tetapi hasil otomatis terkadang masih mengandung kesalahan, terutama pada bagian subtitle. Ia menyatakan: *“Pakai AI jatuhnya lebih cepat, walau sering terjadi miss di subtitle harus tetap dirapihin manual lagi”*. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa efisiensi yang diberikan AI belum menghilangkan pekerjaan koreksi manual. Pemeriksaan subtitle diperlukan untuk menjaga ketepatan pesan dan kualitas penyajian konten edukasi. Andika memperoleh kemudahan dalam penyusunan materi dan penyuntingan konten pemasaran. Meskipun AI dapat mempercepat pekerjaan, kesesuaian isi dengan tujuan komunikasi tetap menjadi perhatian. Ia menjelaskan: *“AI itu bantu menyusun materi dan editing lebih cepat, tapi saya sesuaikan lagi sama konsep pemasaran kita”*.

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa proses produksi konten pemasaran membutuhkan penyesuaian berdasarkan strategi komunikasi. Penggunaan AI membantu pekerjaan teknis, tetapi tidak menggantikan keputusan kreator dalam menentukan kesesuaian pesan dengan kebutuhan audiens. Felix menekankan perlunya pemeriksaan terhadap hasil AI sebelum digunakan dalam konten akhir. Ia menyampaikan: *“Karena nggak semua hasil dari AI langsung dijadikan konten, harus tetap cek dan pilih mana yang cocok”*. Keterangan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan AI generatif masih memerlukan pertimbangan manusia dalam memilih hasil yang sesuai. Proses seleksi menjadi bagian penting untuk mempertahankan karakteristik konten dan menghindari penggunaan hasil yang kurang relevan. Temuan penelitian memperlihatkan dua pengalaman utama dalam produksi konten berbantuan AI generatif, yaitu peningkatan efisiensi pekerjaan dan kebutuhan mempertahankan kontrol kreatif. Efisiensi diperoleh melalui bantuan pada pekerjaan teknis, sedangkan kontrol kreatif diwujudkan melalui pemeriksaan, pemilihan, dan penyempurnaan hasil sebelum dipublikasikan.

Pemaknaan Content Creator terhadap Pemanfaatan AI Generatif

Pemaknaan terhadap AI generatif terbentuk melalui pengalaman langsung para informan ketika menggunakan teknologi tersebut dalam aktivitas kreatif. Hasil wawancara menunjukkan adanya kesamaan pandangan bahwa AI generatif merupakan alat pendukung yang membantu pekerjaan, bukan teknologi yang sepenuhnya menggantikan kreativitas manusia. Perbedaan pemaknaan terlihat pada fungsi AI yang paling menonjol dalam aktivitas masing-masing kreator. Rizal memaknai AI generatif sebagai alat bantu yang mendukung pengembangan ide. Meskipun memberikan kemudahan dalam memperoleh referensi, AI tidak dianggap sebagai sumber utama kreativitas. Rizal menjelaskan: *“AI itu lebih ke alat bantu, tetap ide dari kita sendiri.”* Pemaknaan tersebut menunjukkan bahwa Rizal mempertahankan peran kreator sebagai pengembang gagasan utama. AI digunakan untuk memperkaya proses pencarian ide tanpa menghilangkan kontribusi personal dalam menentukan arah konten.

Andika memberikan pemaknaan AI generatif sebagai asisten dalam aktivitas produksi konten pemasaran. Ia menyampaikan: *“AI itu kayak asisten, tapi ceritanya tetap dari kita.”* Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa AI generatif dipahami sebagai pendukung pekerjaan, sedangkan penentuan cerita, konsep, dan pesan tetap dilakukan oleh kreator. Penggunaan AI tidak menghilangkan kebutuhan terhadap pemahaman mengenai tujuan komunikasi dan karakteristik audiens. Felix lebih menekankan fungsi teknis AI dalam mendukung proses penyuntingan serta pemilihan konten. Ia menyatakan: *“AI itu alat bantu bagian teknis, tapi tetap kita*

yang milih kontennya.” Pemaknaan Felix memperlihatkan adanya pembagian fungsi antara teknologi dan manusia. AI digunakan untuk mempermudah beberapa pekerjaan teknis, sementara keputusan mengenai hasil yang akan digunakan tetap menjadi tanggung jawab kreator.

Kesamaan pemaknaan ketiga informan menunjukkan bahwa AI generatif diposisikan sebagai teknologi pendukung dalam aktivitas produksi konten. Rizal menekankan aspek pengembangan ide, Andika memandangnya sebagai asisten produksi konten pemasaran, sedangkan Felix mengutamakan bantuan teknis penyuntingan. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa makna AI generatif terbentuk melalui pengalaman dan kebutuhan pekerjaan yang berbeda, tetapi ketiganya tetap mempertahankan kreativitas dan pengambilan keputusan manusia sebagai unsur utama produksi konten.

Pembahasan

Motif Content Creator TikTok dalam Memanfaatkan AI Generatif

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa penggunaan AI generatif oleh content creator TikTok tidak hanya dipengaruhi perkembangan teknologi, tetapi juga berkaitan dengan pengalaman dan kebutuhan pekerjaan yang dihadapi masing-masing informan. Kesulitan menemukan ide, tuntutan menghasilkan konten secara berkelanjutan, serta kebutuhan meningkatkan efisiensi menjadi faktor yang mendorong penggunaan AI generatif. Perbedaan karakteristik pekerjaan menyebabkan setiap kreator memiliki orientasi penggunaan teknologi yang tidak sepenuhnya sama. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan AI merupakan bagian dari tindakan sosial yang terbentuk melalui pengalaman individu dan lingkungan pekerjaannya.

Perspektif fenomenologi Alfred Schutz memungkinkan motif penggunaan AI dipahami melalui hubungan antara pengalaman masa lalu dan tujuan tindakan. (Amiruddin & Hafid, 2022) menjelaskan bahwa konstruksi makna dan motif tindakan dapat dipahami berdasarkan pengalaman subjektif individu dalam kehidupan sosial. Konsep *because motive* tercermin pada pengalaman Rizal ketika menghadapi keterbatasan referensi konten, Andika ketika mengalami tekanan untuk menghasilkan konten pemasaran, dan Felix ketika berupaya mengembangkan proses produksi dari aktivitas sebelumnya. Ketiga pengalaman tersebut menjadi alasan yang melatarbelakangi keputusan untuk memanfaatkan AI generatif. Konsep *in-order-to motive* terlihat melalui tujuan penggunaan teknologi, yaitu memperoleh referensi ide, meningkatkan efisiensi produksi, dan mempermudah pekerjaan teknis. Hubungan kedua motif menunjukkan bahwa tindakan kreator menggunakan AI dibentuk oleh pengalaman sebelumnya sekaligus orientasi terhadap hasil yang ingin dicapai.

Temuan tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian (Yulia & Mujtahid, 2025), yang menunjukkan bahwa pengalaman dan lingkungan sosial berperan dalam pembentukan aktivitas kreatif content creator. Aktivitas produksi konten tidak terlepas dari latar belakang personal maupun kebutuhan individu untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan digital. Perbedaannya, penelitian ini memperlihatkan bahwa pengalaman kreatif juga menjadi dasar pengambilan keputusan dalam menggunakan AI generatif. Penggunaan teknologi dipahami sebagai respons terhadap hambatan yang muncul selama proses penciptaan konten, bukan semata-mata mengikuti perkembangan teknologi digital.

Penelitian (Zhazaretta & Djuhardi, 2023) menemukan bahwa kreator TikTok membangun strategi komunikasi melalui penyajian informasi yang menarik dan mudah dipahami. Temuan tersebut berkaitan dengan pengalaman Rizal yang menggunakan AI generatif untuk memperoleh referensi konten edukasi. Pemanfaatan AI membantu tahap

perencanaan informasi, sementara penyusunan pesan tetap memerlukan pertimbangan mengenai karakteristik audiens. Andika menunjukkan konteks berbeda karena penggunaan AI diarahkan pada kebutuhan pemasaran. Hubungan antara aktivitas kreatif dan tujuan komunikasi tersebut sejalan dengan (Ghazalah & Sartika, 2022), yang membahas strategi komunikasi digital kreator dalam meningkatkan brand awareness melalui konten edutainment TikTok. Penelitian ini memperlihatkan bahwa AI generatif menjadi salah satu pendukung proses penyusunan konten, sedangkan tujuan komunikasi tetap ditentukan kreator.

Motif penggunaan AI juga perlu dipahami dalam karakteristik TikTok sebagai media baru yang menghadirkan kebutuhan produksi dan distribusi informasi secara cepat. (Munasti & Purnama, 2022) membahas kemudahan penggunaan fitur TikTok dalam aktivitas pembuatan konten, sedangkan (Rusman et al., 2024) mengkaji penggunaan dan kepuasan terhadap video pendek pada platform tersebut. Karakteristik video pendek membuat proses pengembangan gagasan, penyuntingan, dan penyesuaian penyajian menjadi bagian penting dari aktivitas kreatif. Kehadiran AI generatif kemudian memberikan alternatif bantuan pada sejumlah tahapan pekerjaan. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa teknologi digunakan untuk mendukung kebutuhan produksi sesuai situasi yang dialami kreator, tanpa menjadikan AI sebagai penentu tunggal keberhasilan konten.

Kajian (Mubarak, 2025) mengenai penerapan AI dalam sistem rekomendasi TikTok menunjukkan bahwa teknologi kecerdasan buatan juga berperan dalam proses personalisasi dan distribusi konten. Penelitian tersebut berbeda dari penelitian ini karena lebih menekankan penggunaan AI dalam mekanisme rekomendasi platform, sedangkan penelitian ini berfokus pada pengalaman kreator ketika menggunakan AI generatif dalam proses penciptaan konten. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa teknologi AI dapat hadir pada beberapa bagian ekosistem TikTok, baik dalam sistem distribusi maupun aktivitas produksi. Kontribusi penelitian ini terletak pada pemahaman mengenai alasan dan tujuan subjektif yang mendasari keputusan kreator menggunakan teknologi AI dalam pekerjaan sehari-hari.

Pengalaman Content Creator dalam Memanfaatkan AI Generatif

Pengalaman informan menunjukkan bahwa penggunaan AI generatif membawa perubahan pada proses pencarian ide dan produksi konten. Perubahan tersebut terutama terlihat pada kemudahan memperoleh referensi, menyusun konsep awal, dan menyelesaikan pekerjaan teknis. Rizal merasakan bantuan dalam menemukan topik edukasi, Andika memperoleh kemudahan menyusun konsep pemasaran, sedangkan Felix menggunakan AI untuk mendukung penyuntingan dan pembuatan narasi. Ketiga pengalaman memperlihatkan bahwa teknologi berperan dalam mengurangi hambatan tertentu pada proses produksi, tetapi tidak menghilangkan seluruh tahapan kreatif yang memerlukan keterlibatan manusia.

Pemanfaatan AI dalam aktivitas produksi konten berkaitan dengan kemampuan teknologi menghasilkan materi berbasis teks, audio, dan elemen visual. (Budiawan & Dengen, 2025) membahas penggunaan AI generatif untuk pembuatan konten otomatis dalam kegiatan pengembangan kemampuan komunitas kreatif. Kajian tersebut menunjukkan relevansi teknologi AI sebagai pendukung aktivitas penciptaan konten. (Satria et al., 2025) turut membahas penggunaan teknologi AI generatif untuk mendukung kegiatan promosi dan publikasi. Kedua penelitian tersebut memberikan konteks bahwa AI generatif dapat dimanfaatkan dalam aktivitas produksi komunikasi digital. Penelitian ini melengkapi konteks tersebut melalui pengalaman pengguna yang memperlihatkan bahwa pemanfaatan teknologi tetap melibatkan seleksi, pengembangan, dan penyesuaian hasil.

Pengalaman Rizal dalam menggunakan AI generatif untuk memperoleh referensi ide menunjukkan hubungan antara teknologi dan pengelolaan pengetahuan kreator. (Iftitah & Wasisto, 2023) menemukan bahwa pengelolaan pengetahuan pribadi berperan dalam menjaga kualitas serta konsistensi konten kreator TikTok. Keterkaitan tersebut terlihat ketika Rizal memanfaatkan AI sebagai sumber referensi awal sebelum mengolahnya menjadi materi edukasi. Teknologi membantu menyediakan alternatif gagasan, sedangkan proses penentuan informasi dan pembentukan konsep tetap menjadi bagian dari kemampuan kreator. Kondisi serupa ditemukan pada Felix yang menggunakan AI sebagai referensi, tetapi tetap menyeleksi hasil berdasarkan karakter konten yang ingin dibuat. Pengalaman tersebut memperlihatkan bahwa bantuan teknologi tidak menghilangkan kebutuhan terhadap kemampuan pengelolaan informasi dan pertimbangan kreatif.

Pengalaman Andika menunjukkan bahwa penggunaan AI generatif tidak hanya berkaitan dengan proses produksi, tetapi juga dengan penyesuaian pesan terhadap kebutuhan audiens. Materi yang dihasilkan melalui AI masih harus disesuaikan dengan konsep pemasaran dan karakteristik produk. Temuan ini memiliki keterkaitan dengan penelitian (Andini & Maryani, 2025) yang membahas pembentukan citra diri kreator melalui strategi komunikasi digital. Meskipun konteks penelitian tersebut berbeda, keduanya memperlihatkan pentingnya pengelolaan representasi dan penyampaian pesan dalam aktivitas kreatif. Proses penyusunan konten memerlukan pertimbangan mengenai identitas, tujuan, serta kesesuaian pesan yang disampaikan kepada audiens. Teknologi AI membantu pekerjaan produksi, tetapi keputusan komunikasi tetap berada pada kreator.

Pemanfaatan AI generatif juga memunculkan pengalaman mengenai keterbatasan hasil otomatis. Rizal menjelaskan bahwa subtitle hasil AI terkadang masih memerlukan perbaikan manual, sedangkan Andika dan Felix menegaskan pentingnya memeriksa hasil sebelum digunakan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan AI belum sepenuhnya menghilangkan kebutuhan terhadap keterampilan manusia dalam proses produksi konten. Ketelitian, penilaian terhadap kesesuaian materi, dan penyempurnaan hasil tetap menjadi bagian dari aktivitas kreatif. (Mufidah, 2023) menjelaskan peran content creator dalam aktivitas komunikasi digital, yang tidak terbatas pada pembuatan materi, tetapi berkaitan pula dengan pengelolaan pesan. Tanggung jawab kreator terhadap konten menjadi relevan ketika teknologi otomatis digunakan dalam proses penciptaan materi yang akan disampaikan kepada khalayak.

Kebutuhan mempertahankan pemeriksaan manusia terhadap hasil produksi juga memiliki hubungan dengan tanggung jawab kreator dalam penyebaran informasi. (Puteri et al., 2025) membahas peran content creator dalam menangkal disinformasi melalui aktivitas komunikasi digital. Penelitian tersebut tidak secara khusus mengkaji pengalaman penggunaan AI generatif, tetapi menegaskan relevansi tanggung jawab kreator terhadap kualitas informasi yang disampaikan. Pengalaman Rizal mengenai kesalahan subtitle menunjukkan contoh konkret bahwa keluaran otomatis tetap membutuhkan pemeriksaan. Kecepatan produksi harus diimbangi dengan ketepatan informasi dan kesesuaian penyajian agar penggunaan teknologi mendukung proses komunikasi secara bertanggung jawab.

Perspektif fenomenologi Alfred Schutz memberikan pemahaman bahwa pengalaman penggunaan AI generatif memiliki makna berbeda sesuai dunia kehidupan masing-masing informan. Penggunaan teknologi tidak dapat dipahami hanya melalui fungsi teknis, karena pengalaman kreator terbentuk dalam konteks pekerjaan, kebutuhan, dan tujuan yang berbeda. (Sulistianti & Sugiarta, 2022) menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami konstruksi sosial dalam aktivitas pengguna TikTok. Kajian tersebut menunjukkan relevansi

penafsiran subjektif untuk memahami pengalaman pada lingkungan media sosial. Penelitian ini memperluas pemahaman mengenai pengalaman tersebut pada hubungan antara kreator dan AI generatif dalam proses produksi konten. AI dipahami berdasarkan pengalaman konkret ketika teknologi membantu pekerjaan, menghadirkan kemudahan, sekaligus memerlukan koreksi dan pengawasan manusia.

Pemaknaan AI Generatif bagi Content Creator TikTok

Pemaknaan merupakan aspek penting untuk memahami bagaimana kreator menafsirkan penggunaan AI generatif dalam aktivitas kreatif. Hasil penelitian menunjukkan kesamaan pandangan ketiga informan bahwa AI generatif merupakan alat pendukung, bukan pengganti kreativitas manusia. Rizal menempatkan AI sebagai bantuan dalam pengembangan ide, Andika memaknainya sebagai asisten yang mempermudah pekerjaan, sedangkan Felix melihat AI sebagai teknologi yang mendukung proses teknis produksi. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan teknologi tidak selalu disertai penyerahan seluruh keputusan kreatif kepada sistem otomatis.

Fenomenologi Alfred Schutz memandang makna tindakan sebagai hasil interpretasi individu terhadap pengalaman yang dialami dalam dunia kehidupan sehari-hari. (Amiruddin & Hafid, 2022) menjelaskan pentingnya pengalaman subjektif dalam memahami konstruksi makna suatu tindakan sosial. Perspektif tersebut relevan dengan temuan penelitian karena setiap informan membangun pemaknaan AI berdasarkan aktivitas kreatif yang dijalankannya. Rizal memaknai AI melalui pengalaman mengembangkan gagasan edukasi, Andika melalui tuntutan komunikasi pemasaran, sedangkan Felix melalui kebutuhan produksi konten permainan digital. Perbedaan konteks tersebut menghasilkan penekanan makna yang tidak sepenuhnya sama meskipun ketiganya menggunakan teknologi AI generatif.

Kesamaan pemaknaan ketiga informan menunjukkan bahwa kreativitas manusia masih menempati posisi penting dalam proses produksi. AI generatif memberikan alternatif gagasan dan membantu pekerjaan teknis, tetapi tidak dianggap mampu menggantikan seluruh proses pengembangan konsep dan penentuan hasil akhir. Hasil penelitian ini memiliki keterkaitan dengan (Yulia & Mujtahid, 2025), yang memperlihatkan bahwa aktivitas kreator berkaitan dengan pengalaman personal dan pembentukan identitas sosial. Pemaknaan terhadap aktivitas kreatif tidak hanya ditentukan oleh media yang digunakan, tetapi juga oleh bagaimana individu memahami perannya sebagai pencipta konten. Kehadiran AI dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kreator tetap mempertahankan posisi sebagai pihak yang menentukan arah produksi dan identitas kontennya.

Pemaknaan AI sebagai asisten juga memperlihatkan hubungan antara manusia dan teknologi dalam aktivitas komunikasi digital. AI menyediakan bantuan sesuai instruksi pengguna, sedangkan kreator menilai kesesuaian hasil berdasarkan pengalaman dan tujuan komunikasinya. Pengalaman Andika menunjukkan bahwa keluaran AI harus disesuaikan dengan pesan pemasaran yang hendak disampaikan. Felix menunjukkan bahwa penggunaan AI tetap membutuhkan proses pemilihan, sedangkan Rizal menempatkan pengembangan gagasan sebagai tanggung jawab manusia. Pemaknaan tersebut memperlihatkan adanya pembagian fungsi antara bantuan otomatis dan pengambilan keputusan kreatif.

Temuan penelitian juga menegaskan bahwa pengalaman positif terhadap efisiensi tidak secara otomatis menghasilkan pandangan bahwa seluruh proses kreatif dapat diserahkan kepada AI. Para informan memahami bahwa hasil teknologi memiliki keterbatasan dan membutuhkan penyesuaian berdasarkan kebutuhan konten. Fenomena tersebut memperlihatkan pentingnya kemampuan evaluatif dalam penggunaan AI generatif.

Pengalaman yang terbentuk selama menggunakan teknologi menjadi dasar bagi kreator untuk menentukan batas pemanfaatan AI serta mempertahankan keterlibatan manusia dalam pekerjaan kreatif.

Kontribusi penelitian ini terletak pada pengungkapan hubungan antara motif, pengalaman, dan makna dalam pemanfaatan AI generatif oleh content creator TikTok. Penelitian sebelumnya telah membahas kreativitas, identitas, strategi komunikasi, dan pengelolaan pengetahuan kreator (Andini & Maryani, 2025); (Iftitah & Wasisto, 2023); (Zhazaretta & Djuhardi, 2023). Penelitian ini memberikan sudut pandang berbeda melalui pengalaman subjektif pengguna AI generatif pada tiga kategori produksi konten. Temuan menunjukkan bahwa teknologi membantu memenuhi kebutuhan produksi yang berbeda, sementara pemaknaan kreator tetap menempatkan manusia sebagai pihak yang mengembangkan gagasan, mengontrol proses, dan menentukan hasil akhir. Perspektif fenomenologi Alfred Schutz memungkinkan hubungan tersebut dipahami sebagai tindakan bermakna yang terbentuk melalui pengalaman sebelumnya dan tujuan yang ingin dicapai.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengalaman *content creator* TikTok dalam memanfaatkan *Artificial Intelligence* (AI) generatif untuk produksi konten, diperoleh tiga kesimpulan utama. Pertama, motif penggunaan AI generatif dipengaruhi oleh kebutuhan dan pengalaman masing-masing kreator, meliputi pengembangan ide, penyusunan materi pemasaran, serta bantuan teknis produksi. Perspektif fenomenologi Alfred Schutz menunjukkan bahwa *because motive* berkaitan dengan pengalaman sebelumnya, seperti keterbatasan ide, waktu, dan tuntutan produksi, sedangkan *in-order-to motive* mencerminkan tujuan meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja. Kedua, penggunaan AI generatif memberikan perubahan pada proses pencarian ide dan produksi konten melalui kemudahan memperoleh referensi, menyusun konsep, melakukan penyuntingan, membuat subtitle, dan menghasilkan *voice over*. Meskipun demikian, hasil AI tetap memerlukan seleksi, perbaikan, serta penyesuaian oleh kreator. Ketiga, ketiga informan memaknai AI generatif sebagai alat bantu atau asisten kreatif, bukan pengganti kreativitas manusia. Perbedaan pemaknaan terbentuk berdasarkan karakteristik pekerjaan masing-masing, sementara pengembangan gagasan, pengambilan keputusan, dan pengendalian hasil akhir tetap menjadi tanggung jawab kreator. Temuan ini menegaskan bahwa AI generatif berperan sebagai teknologi pendukung yang mengembangkan proses kreatif melalui interaksi antara manusia dan teknologi.

Berdasarkan hasil penelitian, *content creator* TikTok disarankan memanfaatkan AI generatif secara bijak dan bertanggung jawab sebagai teknologi pendukung dalam pengembangan ide, penyusunan konsep, dan produksi konten tanpa mengurangi kreativitas serta orisinalitas karya. Setiap hasil yang dihasilkan AI perlu melalui proses evaluasi, verifikasi, dan penyesuaian agar kualitas konten tetap terjaga serta sesuai dengan karakter kreator dan tujuan komunikasi. Pelaku industri kreatif digital diharapkan dapat mengoptimalkan AI generatif untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja dengan tetap memperhatikan keterbatasan teknologi, kualitas informasi, serta pentingnya keterlibatan manusia dalam pengambilan keputusan kreatif. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan informan dan kategori konten serta mengkaji secara lebih mendalam dampak penggunaan AI generatif terhadap kreativitas, perubahan pola kerja, strategi produksi, dan perkembangan industri media digital agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara kreativitas manusia dan teknologi AI generatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, & Hafid. (2022). Cadar perempuan Madura: Konstruksi makna dan motif penggunaan cadar bagi perempuan Madura. *Journal of Indonesian Islamic Family Law*, 4(2), 190–209.
- Andini, F. F., & Maryani, A. (2025). Impression management content creator TikTok. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 5(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v5i2.19729>
- Budiawan, & Dengen, A. (2025). *Pelatihan pembuatan konten otomatis menggunakan generative AI untuk komunitas kreatif di Makassar* (Vol 3, Number 4, blt 277–289).
- Fiantika, F. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Rake Sarasin.
- Iftitah, N. L., & Wasisto, J. (2023). Personal knowledge management kreator konten akun TikTok @buiramira. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 7(3), 367–378. <https://doi.org/10.14710/anuva.7.3.367-378>
- Mubarak, A. M. Al. (2025). Analisis implementasi teknologi artificial intelligence pada sistem rekomendasi konten TikTok: Studi kasus personalisasi For You Page. *Univsm Jurnal Sains & Teknologi*, 1(01), 18–27. <https://doi.org/10.65369/c7dnqc47>
- Mufidah, M. K. (2023). Peran content creator media sosial dalam perspektif. *Jurnal Dinamika*, 4(1), 33–52.
- Munasti, K., & Purnama, S. (2022). Aplikasi TikTok sebagai alternatif perkembangan anak usia dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(6), 7153–7162. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i6.2981>
- Puteri, F. A.-Z., Balqis, M. B., Setiawan, D., Choirunnisa, M. S., Nadia, I. M., & Rheinsalazar, S. F. (2025). Peran content creator sebagai agen bela negara dalam menangkal disinformasi: Studi kasus konten Ferry Irwandi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 29–35. <https://doi.org/10.69714/6eecd1s75>
- Rusman, A. A., Adistri, N., & Irwansyah. (2024). Penggunaan dan kepuasan terhadap video pendek melalui media sosial TikTok: Systematic literature review. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(2), 75–88. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i2.5540>
- Saputra, A., Abdoellah, O. S., Utama, G. L., Wulandari, I., Mulyanto, D., & Suparman, Y. (2025). Community perceptions of ecosystem services from homegarden-based urban agriculture in Bandung City, Indonesia. *Sustainability*, 17(23), 10726. <https://doi.org/10.3390/su172310726>
- Satria, A. D., Sidauruk, A., Sutarni, S., & Pirmansah, I. A. (2025). Pemanfaatan teknologi generatif artificial intelligence sebagai media promosi bagi guru dan staf publikasi di sekolah dasar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(3), 3292–3302.
- Sugiyono. (2022a). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022b). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2)*. Alfabeta. Link katalog buku Library UMPR.
- Sulistianti, R. A., & Sugiarta, N. (2022). Konstruksi sosial konsumen online shop di media sosial TikTok (Studi fenomenologi tentang konstruksi sosial konsumen generasi Z pada online shop Smilegoddess di media sosial TikTok. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(1), 3456–3466. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2861>
- Syifa Ghazalah, A., & Sartika, I. (2022). Strategi komunikasi digital oleh content creator untuk meningkatkan brand awareness melalui edutainment TikTok @Pilihjurusan.Id. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(5), 406–415.
- Yulia, I., & Muhtahid, I. M. (2025). Fenomena content creator di kalangan remaja Citayam Fashion Week. *Warta Dharmawangsa*, 17(2), 677–690. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i2.3180>
- Zhazaretta, A., & Djuhardi, L. (2023). Fenomenologi konten kreator dalam mengedukasi masyarakat melalui media sosial TikTok. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 7(3), 23–30. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i3.3323>