

Peran *Artificial Intelligence* Terhadap Kreativitas Melalui Motivasi Belajar Generasi Z di Kota Tembilahan

The Role of Artificial Intelligence in Creativity Through Learning Motivation of Generation Z in Tembilahan City

¹Riska Januarti*, ²Syafrinadina, ³Widyawati

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri
^{1,2,3}Jl. H.R. Soebrantas, Indragiri Hilir, Riau, Indonesia

*e-mail: riskajanuarti2414@gmail.com, syafrinadinamanajemenunisi@gmail.com,
widy4zh@gmail.com

(received: 01 Mei 2026, revised: 06 Mei 2026, accepted: 10 Mei 2026)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Artificial Intelligence* (AI) terhadap kreativitas Generasi Z di Kota Tembilahan, baik secara langsung maupun melalui motivasi belajar sebagai variabel mediasi. Perkembangan *Artificial Intelligence* yang pesat telah memengaruhi pola belajar dan cara berpikir Generasi Z sebagai generasi digital native, sehingga penting untuk mengkaji peran *Artificial Intelligence* dalam mendorong kreativitas serta motivasi belajar berperan dalam memperkuat hubungan tersebut. Populasi penelitian adalah Generasi Z berusia 13–28 tahun yang berdomisili di Kota Tembilahan. Sampel berjumlah 140 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Variabel penelitian meliputi *Artificial Intelligence* sebagai variabel eksogen, kreativitas sebagai variabel endogen, dan motivasi belajar sebagai variabel mediasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (SmartPLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas dan motivasi belajar. Motivasi belajar juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas serta terbukti memediasi hubungan antara *Artificial Intelligence* dan kreativitas. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *Artificial Intelligence* yang disertai motivasi belajar tinggi dapat meningkatkan kreativitas Generasi Z secara optimal.

Kata kunci: *Artificial Intelligence*, Kreativitas, Motivasi Belajar, Generasi Z, *Smart Partial Least Squares*.

Abstract

This study aims to analyze the influence of Artificial Intelligence (AI) on the creativity of Generation Z in Tembilahan City, examining both direct and indirect effects through learning motivation as a mediating variable. The rapid development of AI has significantly influenced the learning patterns and thinking of Generation Z, a digital native generation, making it crucial to examine the role of Artificial Intelligence in fostering creativity and the impact of learning motivation in strengthening this relationship. The study population was Generation Z aged 13–28 years old residing in Tembilahan City. A sample of 140 respondents was selected using a purposive sampling technique. The study variables included Artificial Intelligence as an exogenous variable, creativity as an endogenous variable, and learning motivation as a mediating variable. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares (SmartPLS). The results showed that Artificial Intelligence had a positive and significant effect on creativity and learning motivation. Learning motivation also had a positive and significant effect on creativity and was shown to mediate the relationship between Artificial

Intelligence and creativity. These findings suggest that the use of Artificial Intelligence coupled with high learning motivation can optimally enhance the creativity of Generation Z.

Keywords: *Artificial Intelligence, Creativity, Learning Motivation, Generation Z, Smart Partial Least Squares.*

1 Pendahuluan

Perkembangan teknologi pada era Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang pendidikan. Salah satu inovasi teknologi yang berkembang pesat adalah *Artificial Intelligence* (AI), yang mampu meniru kecerdasan manusia dalam berpikir, belajar, dan mengambil keputusan [1]. Kehadiran *Artificial Intelligence* tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai mitra dalam proses pembelajaran dan pengembangan kreativitas [2]. Generasi Z sebagai generasi digital native menjadi kelompok yang paling banyak berinteraksi dengan teknologi ini dalam kehidupan sehari-hari.

Penggunaan *Artificial Intelligence* oleh Generasi Z semakin meningkat, terutama dalam kegiatan belajar, pencarian informasi, hingga pembuatan konten kreatif. Data menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* dimanfaatkan tidak hanya untuk kebutuhan akademik, tetapi juga untuk hiburan dan produktivitas. Hal ini menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* telah menjadi bagian integral dalam kehidupan generasi muda. Namun demikian, di balik kemudahan tersebut, muncul berbagai kekhawatiran seperti ketergantungan terhadap teknologi, menurunnya kemampuan berpikir kritis, serta potensi berkurangnya orisinalitas dalam menghasilkan ide [3].

Di sisi lain, beberapa penelitian menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* justru dapat meningkatkan kreativitas apabila digunakan secara tepat. *Artificial Intelligence* mampu membantu individu dalam mengeksplorasi ide, mempercepat proses berpikir, serta memberikan berbagai alternatif solusi, tetapi efektivitas pemanfaatan *Artificial Intelligence* dalam meningkatkan kreativitas sangat bergantung pada faktor internal individu, salah satunya adalah motivasi belajar. Motivasi belajar berperan sebagai pendorong utama yang menentukan bagaimana seseorang memanfaatkan teknologi secara produktif, bukan sekadar sebagai alat instan untuk menyelesaikan tugas [4].

Fenomena ini menjadi semakin relevan jika dikaitkan dengan kondisi Generasi Z di Kota Tembilahan yang memiliki jumlah cukup besar dan merupakan kelompok potensial dalam pemanfaatan teknologi digital. Sebagai pusat aktivitas pendidikan di Kabupaten Indragiri Hilir, Kota Tembilahan memiliki karakteristik generasi muda yang aktif menggunakan teknologi, namun belum sepenuhnya diketahui bagaimana pemanfaatan *Artificial Intelligence* tersebut memengaruhi kreativitas mereka, khususnya jika dikaitkan dengan motivasi belajar sebagai faktor mediasi.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut, yaitu bagaimana hubungan antara *Artificial Intelligence*, motivasi belajar, dan kreativitas pada Generasi Z. Sebagian penelitian sebelumnya lebih menekankan pengaruh langsung *Artificial Intelligence* terhadap kreativitas, namun belum banyak yang mengkaji peran motivasi belajar sebagai variabel intervening dalam hubungan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran *Artificial Intelligence* dalam meningkatkan kreativitas generasi muda.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) apakah *Artificial Intelligence* berpengaruh terhadap kreativitas Generasi Z, (2) apakah *Artificial Intelligence* berpengaruh terhadap motivasi belajar, (3) apakah motivasi belajar berpengaruh terhadap kreativitas, dan (4) apakah *Artificial Intelligence* berpengaruh terhadap kreativitas melalui motivasi belajar sebagai variabel mediasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Artificial Intelligence* terhadap kreativitas Generasi Z, baik secara langsung maupun melalui motivasi belajar sebagai variabel mediasi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui peran motivasi belajar dalam memperkuat hubungan antara penggunaan *Artificial Intelligence* dan kreativitas.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmu manajemen sumber daya manusia, khususnya terkait pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan kreativitas. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi generasi muda, institusi pendidikan, dan pemangku kebijakan

dalam mengoptimalkan penggunaan *Artificial Intelligence* secara bijak dan produktif guna meningkatkan kreativitas dan kualitas pembelajaran di era digital.

2 Tinjauan Literatur

Perkembangan *Artificial Intelligence* (AI) dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi fokus utama dalam penelitian di bidang pendidikan dan perilaku generasi digital. Sejumlah studi empiris terkini menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* tidak lagi sekadar alat bantu teknis, melainkan telah bertransformasi menjadi fasilitator kognitif yang mampu memperluas proses eksplorasi ide dan pemecahan masalah. Penelitian Abdurrahman *et al.* (2024) menemukan bahwa penggunaan *Artificial Intelligence* berkontribusi signifikan terhadap peningkatan motivasi belajar dan kompetensi siswa, yang pada akhirnya berdampak pada kualitas output pembelajaran [5]. Temuan ini diperkuat oleh Meiriza (2024) yang menyatakan bahwa kemudahan akses informasi melalui *Artificial Intelligence* mendorong keterlibatan belajar yang lebih tinggi pada Generasi Z, meskipun tetap terdapat risiko ketergantungan apabila tidak diimbangi dengan kontrol kognitif yang baik. Dalam konteks kreativitas, *Artificial Intelligence* memiliki peran transformatif dalam mendorong inovasi, karena mampu menyediakan berbagai alternatif ide yang sebelumnya sulit dijangkau secara manual [6].

Namun, hubungan antara *Artificial Intelligence* dan kreativitas tidak selalu terjadi secara langsung. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *Artificial Intelligence* terhadap kreativitas dipengaruhi oleh kondisi dari dalam diri individu. Yassir dan Saharuna (2024) menemukan bahwa hubungan *Artificial Intelligence* dengan hasil belajar dapat terjadi secara tidak langsung melalui variabel tertentu. Sementara itu, Arifin (2024) menjelaskan bahwa motivasi belajar memiliki peran penting dalam memperkuat pengaruh teknologi terhadap kreativitas, terutama pada Generasi Z yang sudah terbiasa dengan teknologi [7]. Selain itu, Hasibuan dan Azizah (2023) menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* dapat membuat proses pembelajaran menjadi lebih personal dan meningkatkan keaktifan serta kreativitas siswa [8]. Penggunaan *Artificial Intelligence* yang berlebihan dapat menurunkan keaslian ide, karena individu menjadi terlalu bergantung pada teknologi. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* memiliki dua sisi, yaitu dapat meningkatkan kreativitas, tetapi juga berpotensi menurunkannya jika digunakan secara berlebihan. Oleh karena itu, pemanfaatan *Artificial Intelligence* perlu diimbangi dengan keterlibatan aktif individu dalam proses belajar.

Dalam konteks Generasi Z, karakteristik sebagai digital natives menjadikan mereka kelompok yang sangat responsif terhadap teknologi, termasuk *Artificial Intelligence*. Kreativitas Generasi Z cenderung berkembang dalam lingkungan digital yang kolaboratif dan berbasis teknologi, sehingga interaksi dengan *Artificial Intelligence* menjadi bagian integral dari proses berpikir mereka. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada pengaruh langsung *Artificial Intelligence* terhadap kreativitas atau kinerja, tanpa mengkaji secara mendalam mekanisme psikologis yang mendasari hubungan tersebut [9]. Selain itu, penelitian yang mengintegrasikan variabel motivasi belajar sebagai mediator masih relatif terbatas, terutama dalam konteks lokal seperti Kota Tembilahan yang memiliki karakteristik sosial dan tingkat adopsi teknologi yang berbeda dibandingkan wilayah perkotaan besar.

Berdasarkan analisis literatur tersebut, terdapat celah penelitian yang belum banyak dikaji, yaitu bagaimana *Artificial Intelligence* memengaruhi kreativitas melalui motivasi belajar sebagai mekanisme intervening pada Generasi Z dalam konteks daerah. Penelitian sebelumnya cenderung bersifat parsial dengan menguji hubungan langsung antar variabel, sehingga belum mampu menjelaskan proses psikologis yang terjadi dalam pemanfaatan *Artificial Intelligence* secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan pada pengujian peran motivasi belajar sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Artificial Intelligence* dan kreativitas, khususnya pada Generasi Z di Kota Tembilahan. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam menjelaskan bagaimana teknologi dan faktor internal individu berinteraksi dalam membentuk kreativitas di era digital.

Berdasarkan integrasi temuan empiris tersebut, maka pengembangan hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan bahwa *Artificial Intelligence* memiliki pengaruh positif terhadap kreativitas, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui motivasi belajar. Penggunaan *Artificial Intelligence* yang tinggi dapat membantu meningkatkan motivasi belajar karena memudahkan akses informasi dan

membuat proses belajar lebih menarik. Ketika motivasi belajar meningkat, individu akan lebih aktif dan bersemangat dalam belajar, sehingga dapat meningkatkan kreativitas. Dengan demikian, motivasi belajar berperan sebagai perantara yang memperkuat hubungan antara *Artificial Intelligence* dan kreativitas, sehingga pengaruhnya tidak hanya secara langsung tetapi juga melalui motivasi belajar.

Berdasarkan keseluruhan analisis literatur yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai *Artificial Intelligence*, motivasi belajar, dan kreativitas telah banyak dilakukan, namun masih memiliki beberapa keterbatasan. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih fokus pada pengaruh langsung *Artificial Intelligence* terhadap kreativitas atau hasil belajar, tanpa menjelaskan bagaimana proses hubungan tersebut terjadi. Selain itu, penelitian yang secara khusus menempatkan motivasi belajar sebagai perantara dalam hubungan antara *Artificial Intelligence* dan kreativitas masih relatif sedikit. Di sisi lain, penelitian yang mengangkat Generasi Z juga lebih banyak dilakukan pada konteks umum atau wilayah besar, sehingga belum banyak menggambarkan kondisi di daerah seperti Kota Tembilahan. Oleh karena itu, kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pengujian hubungan *Artificial Intelligence* terhadap kreativitas dengan memasukkan motivasi belajar sebagai variabel perantara. Penelitian ini juga memberikan tambahan wawasan dengan mengambil objek Generasi Z di Kota Tembilahan yang masih jarang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai peran *Artificial Intelligence* dalam meningkatkan kreativitas melalui motivasi belajar.

3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan serta pengaruh antar variabel dalam penelitian. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengujian hipotesis mengenai pengaruh *Artificial Intelligence* terhadap kreativitas dengan motivasi belajar sebagai variabel mediasi pada Generasi Z [10].

Objek penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Tembilahan dengan rentang usia 13–28 tahun. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada pengaruh *Artificial Intelligence* terhadap kreativitas, pengaruh *Artificial Intelligence* terhadap motivasi belajar, pengaruh motivasi belajar terhadap kreativitas, serta peran motivasi belajar sebagai variabel mediasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z di Kota Tembilahan. Sampel penelitian berjumlah 140 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu [10]. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, jurnal ilmiah, dan sumber referensi lain yang relevan dengan penelitian [11]. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert dengan lima tingkat penilaian, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju [10]. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel eksogen, variabel endogen, dan variabel mediasi. Variabel eksogen adalah *Artificial Intelligence*, yang didefinisikan sebagai kemampuan sistem berbasis teknologi dalam meniru kecerdasan manusia untuk membantu proses berpikir, belajar, dan pengambilan keputusan [2].

Variabel ini diukur melalui indikator kecerdasan mekanis, kecerdasan intuitif, kecerdasan analitis, dan kecerdasan empati. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah kreativitas, yang diartikan sebagai kemampuan individu dalam menghasilkan ide baru dan solusi inovatif [12]. Kreativitas diukur melalui indikator kelancaran berpikir (fluency), keluwesan berpikir (flexibility), keaslian (originality), dan penguraian (elaboration) [13]. Adapun variabel mediasi adalah motivasi belajar, yaitu dorongan internal dan eksternal yang memengaruhi individu dalam proses belajar (Uno, 2021), yang diukur melalui indikator keinginan untuk sukses, dorongan dan kebutuhan belajar, harapan dan cita-cita masa depan, penghargaan dalam belajar, kegiatan pembelajaran yang menarik, serta lingkungan belajar yang kondusif. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan bantuan software SmartPLS [14]. Tahapan analisis meliputi pengujian model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model). Pengujian outer model dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas

instrumen melalui uji loading factor, average variance extracted (AVE), composite reliability, dan Cronbach’s alpha. Sementara itu, pengujian inner model dilakukan untuk menganalisis hubungan antar variabel melalui nilai R-square, F-square, serta uji hipotesis menggunakan teknik bootstrapping [15]. Dengan metode ini, penelitian dapat memberikan hasil yang akurat dalam menjelaskan pengaruh Artificial Intelligence terhadap kreativitas Generasi Z dengan motivasi belajar sebagai variabel mediasi.

4 Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan sebanyak 140 responden yang merupakan Generasi Z di Kota Tembilahan dengan rentang usia 13–28 tahun. Berdasarkan hasil pengolahan data, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 55,7%, sedangkan laki-laki sebesar 44,3%. Ditinjau dari kelompok usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 19–23 tahun, yang menunjukkan bahwa kelompok usia tersebut merupakan pengguna aktif teknologi digital, termasuk *Artificial Intelligence* (AI). Berdasarkan status aktivitas, responden didominasi oleh mahasiswa, diikuti oleh pelajar dan pekerja. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan dalam penelitian ini banyak berkaitan dengan aktivitas akademik dan pembelajaran, yang relevan dengan fokus penelitian mengenai kreativitas dan motivasi belajar.

Analisis outer model dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian yang digunakan dalam mengukur variabel *Artificial Intelligence*, motivasi belajar, dan kreativitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,7, sehingga dapat dinyatakan valid secara konvergen. Hal ini berarti setiap indikator mampu merepresentasikan variabel yang diukur dengan baik. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) pada masing-masing variabel juga berada di atas 0,5, yang menunjukkan bahwa variabel memiliki validitas diskriminan yang baik.

Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha* pada seluruh variabel berada di atas 0,7. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut. Analisis inner model dilakukan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *R-Square* untuk variabel motivasi belajar sebesar 0,61, yang berarti bahwa *Artificial Intelligence* mampu menjelaskan sebesar 61% variasi motivasi belajar. Sementara itu, nilai *R-Square* untuk variabel kreativitas sebesar 0,73, yang menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* dan motivasi belajar secara bersama-sama mampu menjelaskan 73% variasi kreativitas.

Nilai tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kemampuan penjelasan yang kuat. Selain itu, hasil *uji effect size (F-Square)* menunjukkan bahwa seluruh hubungan antar variabel memiliki pengaruh dalam kategori besar, sehingga kontribusi masing-masing variabel dalam model dapat dikatakan signifikan.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode bootstrapping yaitu sebagai berikut:

Tabel 1 Uji Hipotesis

		Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	keterangan
Artificial Intelligence -> Kreativitas		0.620	0.617	0.083	7.424	0.000	Diterima
Artificial Intelligence -> Motivasi Belajar		0.660	0.658	0.074	8.967	0.000	Diterima
Motivasi Belajar -> Kreativitas		0.332	0.331	0.079	4.206	0.000	Diterima

Sumber : Output Data Program SmrtPls 4

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas (koefisien 0,620; T-statistics 7,424; P-values 0,000) serta terhadap

motivasi belajar (koefisien 0,660; T-statistics 8,967; P-values 0,000). Selain itu, motivasi belajar juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas (koefisien 0,332; T-statistics 4,206; P-values 0,000). Secara keseluruhan, temuan ini membuktikan bahwa *Artificial Intelligence* memiliki pengaruh langsung terhadap kreativitas dan motivasi belajar, serta motivasi belajar turut memperkuat peningkatan kreativitas Generasi Z. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas dan motivasi belajar Generasi Z di Kota Tembilahan. Pemanfaatan *Artificial Intelligence* terbukti mampu membantu individu dalam menghasilkan ide, mempercepat proses berpikir kreatif, serta meningkatkan minat dan keterlibatan dalam pembelajaran melalui akses informasi yang cepat dan interaktif. Selain itu, motivasi belajar juga berpengaruh signifikan terhadap kreativitas. Individu dengan motivasi tinggi cenderung lebih aktif dalam mengeksplorasi ide dan mengembangkan gagasan inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi merupakan faktor internal yang berperan penting dalam meningkatkan kreativitas. Lebih lanjut, motivasi belajar terbukti mampu memediasi hubungan antara *Artificial Intelligence* dan kreativitas. Artinya, penggunaan *Artificial Intelligence* akan lebih efektif dalam meningkatkan kreativitas apabila didukung oleh motivasi belajar yang tinggi.

Penelitian ini memiliki keunggulan karena menggunakan model mediasi yang dapat menjelaskan pengaruh *Artificial Intelligence* terhadap kreativitas, baik secara langsung maupun melalui motivasi belajar. Selain itu, penelitian ini secara khusus dilakukan pada Generasi Z di Kota Tembilahan, sehingga memberikan hasil yang lebih fokus dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Penggunaan metode SEM-PLS juga membuat hasil analisis menjadi lebih akurat dalam melihat hubungan antar variabel. Keunikan penelitian ini terletak pada penggabungan peran teknologi dan motivasi belajar dalam menjelaskan peningkatan kreativitas di era digital.

5 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Artificial Intelligence* (AI) terhadap kreativitas Generasi Z di Kota Tembilahan dengan motivasi belajar sebagai variabel mediasi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (SmartPLS 4)*. Analisis dilakukan melalui dua tahap, yaitu outer model untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, serta inner model untuk menguji hubungan antar variabel melalui *uji path coefficient, R-Square, F-Square*, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang baik dengan nilai R-Square sebesar 0,435 pada motivasi belajar dan 0,765 pada kreativitas. Selain itu, nilai F-Square menunjukkan pengaruh besar *Artificial Intelligence* terhadap kreativitas (2,313) dan motivasi belajar (1,026), serta pengaruh sedang menuju besar motivasi belajar terhadap kreativitas (0,328). Uji hipotesis juga membuktikan bahwa *Artificial Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas dengan nilai Original Sample sebesar (0,620) nilai T-statistic sebesar (7,424) dan motivasi belajar nilai Original Sample sebesar (0,660) nilai T-statistic sebesar (8,967), serta motivasi belajar berpengaruh terhadap kreativitas dengan nilai Original Sample sebesar (0,332) dan nilai T-statistic sebesar (4,206) dengan seluruh nilai signifikan ($p = 0,000$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Artificial Intelligence* berperan penting dalam meningkatkan kreativitas Generasi Z, baik secara langsung maupun melalui peningkatan motivasi belajar sebagai variabel mediasi.

Referensi

- [1] S. Russell, "Artificial Intelligence and the Problem of Control.," *Perspect. Digit. humanism*, vol. 19, pp. 1–322, 2022.
- [2] M.-H. Huang and R. Rust, "Artificial Intelligence in Service," *J. Serv. Res.*, vol. 21, pp. 155–172, 2018, doi: 10.1177/1094670517752459.
- [3] B. U. Linda Aulia, Ahsanul Taqwim, Nurul Kamaly, "Artificial Intelligence di mata Gen Z : Sahabat Digital atau Ancaman Masa Depan," *Journal of Governance and Public Administration (JoGaPA)*, vol. 2, no. 3, pp. 605–619, 2025.
- [4] H. B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2021. [Online]. Available:

- <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=IOqoEAAAQBAJ>
- [5] A. R. Abdurrahman, M. B. Rizki, and R. B. Pradana, “Pengaruh penggunaan ai terhadap kompetensi dan motivasi belajar mahasiswa,” *JATI (Jurnal Mhs. Tek. Inform.*, vol. 9, no. 1, pp. 201–210, 2025.
- [6] M. S. Meiriza, G. B. Sembiring, M. Sitorus, V. Wardana, and N. Sakinah, “Pengaruh penggunaan ai terhadap minat belajar di kalangan mahasiswa: studi kasus pada generasi z,” *AR-RUMMAN J. Educ. Learn. Eval.*, vol. 1, no. 2, pp. 319–327, 2024.
- [7] C. C. Arifin, “Determinants of Entrepreneurial Creativity among Generation Z,” *J. Ekon. dan Kewirausahaan Digit.*, vol. 3, no. 1, 2024.
- [8] Y. A. Tarigan, A. Gusfira, and R. R. A. Hasibuan, “Peran Aktif Generasi Z dalam Inovasi dan Pemasaran Digital UMKM di Era Teknologi,” *Bisnis dan Digit.*, vol. 2, no. 3, pp. 52–60, 2025.
- [9] S. Park, C. Lim, and J. Kim, “Digital creativity and collaborative innovation among Generation Z: The role of online platforms and interdisciplinary integration,” *Comput. Human Behav.*, vol. 145, p. 107792, 2023, doi: 10.1016/j.chb.2023.107792.
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [11] A. Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2018.
- [12] R. Hasibuan and A. Azizah, “Analyzing the potential of artificial intelligence (AI) in personalizing learning to foster creativity in students,” *Enigm. Educ.*, vol. 1, no. 1, pp. 6–10, 2023.
- [13] M. Alabbasi, D.; Ben Salem, M.; & Al-Ajmi, “What do educators need to know about the Torrance Tests of Creative Thinking: A comprehensive review,” *Front. Psychol.*, vol. 13, 2022, doi: 10.3389/fpsyg.2022.1000385.
- [14] Imam Ghozali; Hengky Latan, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit UNDIP, 2018.
- [15] J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2017.