Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri,
ISSN Cetak : 2477-5673 ISSN Online : 2614-722X
Volume 12 Nomor 03, September 2026

PENGARUH PENGGUNAAN AI TOOLS DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KREATIVITAS FREELANCER GRAPHIC DESIGNER DI BALI

Gloria Dhida Sugiyanto [1], Gede Yudha Anugrah Pratama [2], Ni Komang Prasiani [3]
[1,2,3] Institut Desain Dan Bisnis Bali
[1] gloriadhida0@gmail.com, [2] yudha@idbbali.ac.id
[3] prasiani@idbbali.ac.id

ABSTRACT

The rapid advancement of Artificial Intelligence (AI) technology has fundamentally transformed the creative industry, including the way freelance graphic designers develop ideas and produce visual work. Beyond technological factors, work motivation has also been identified as a key determinant of individual creativity. This study aims to examine the effect of AI Tools usage on the creativity of freelance graphic designers in Bali, the effect of work motivation on their creativity, and the simultaneous effect of both variables. A quantitative approach with an explanatory research design was employed. Data were collected through an online questionnaire distributed to 165 freelance graphic designers belonging to the Bali Graphic Designer Facebook community, selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS software. The results indicate that AI Tools usage has a positive and significant effect on creativity (t = 12.225; sig. = 0.000; β = 0.678), work motivation has a positive and significant effect on creativity (t = 3.209; sig. = 0.002; β = 0.178), and both variables simultaneously exert a significant effect on creativity (F = 121.011; sig. = 0.000), with an R Square value of 0.599. These findings suggest that the creativity of freelance graphic designers is shaped by the combination of AI-based technology utilization and individual motivational drive.

Keywords: *AI Tools, work motivation, creativity, freelance graphic designer, Bali.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) telah mengubah lanskap industri kreatif, termasuk cara Freelancer *Graphic Designer* mengembangkan ide dan menghasilkan karya visual. Di samping penggunaan AI Tools, motivasi kerja juga diidentifikasi sebagai faktor yang berperan dalam membentuk kreativitas individu. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penggunaan AI Tools terhadap kreativitas Freelancer *Graphic Designer* di Bali, pengaruh motivasi kerja terhadap kreativitas Freelancer *Graphic Designer* di Bali, serta pengaruh keduanya secara simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarkan kepada 165 Freelancer *Graphic Designer* yang tergabung dalam komunitas Facebook Bali Graphic Designer, dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan AI Tools berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas (t = 12,225; sig. = 0,000; β = 0,678), motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas (t = 3,209; sig. = 0,002; β = 0,178), serta keduanya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kreativitas

(F = 121,011; sig. = 0,000) dengan nilai R Square sebesar 0,599. Temuan ini mengindikasikan bahwa kreativitas Freelancer *Graphic Designer* dibentuk oleh kombinasi pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan dan dorongan motivasional dari dalam diri individu.

Kata Kunci: AI Tools, motivasi kerja, kreativitas, *freelancer graphic designer*, Bali.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai sektor industri, termasuk industri kreatif. Kehadiran AI mampu membantu proses kerja menjadi lebih cepat, efisien, dan inovatif, terutama dalam bidang desain, konten digital, dan media visual. Penggunaan AI Tools saat ini semakin populer di kalangan pekerja kreatif karena mampu membantu proses *brainstorming*, pengeditan, visualisasi konsep, hingga menghasilkan desain secara otomatis (Hanifa et al., 2023). Popularitas ini tercermin dari tingginya jumlah pengguna platform AI seperti ChatGPT yang mencatat 4,7 miliar kunjungan per bulan, diikuti Canva dengan 887 juta kunjungan bulanan, menunjukkan bahwa AI Tools telah menjadi bagian integral dalam aktivitas industri kreatif digital (Visual Capitalist, 2025).

Seiring meningkatnya kebutuhan konten visual digital, profesi *graphic designer* turut berkembang pesat. Menurut SAE Indonesia (2025), *graphic designer* masih menjadi salah satu profesi penting dalam industri kreatif karena tingginya kebutuhan konten visual pada era perkembangan media sosial dan *digital marketing*. Dalam profesi ini, sistem kerja *freelance* semakin diminati karena menawarkan fleksibilitas waktu, kebebasan memilih proyek, dan peluang bekerja secara *remote* (Kurniawan & Setiawan, 2022). Freelancer *Graphic Designer* dituntut untuk terus menghasilkan karya yang kreatif guna mempertahankan daya saing di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif (Putri & Santoso, 2023).

Kreativitas merupakan kemampuan menemukan cara pandang baru, mencari dan mengembangkan ide untuk mengatasi masalah serta mencari peluang (Zimmerer & Scarborough, 1996). Penggunaan AI Tools dianggap dapat meningkatkan kreativitas karena membantu desainer mengeksplorasi

ide-ide baru secara lebih luas dan efisien. Namun di sisi lain, penggunaan AI Tools yang tidak terkontrol dikhawatirkan dapat menimbulkan ketergantungan sehingga desainer kurang mengembangkan kemampuan berpikir mandirinya (Alya Putri & Akbar Wahyudi, 2026). Selain faktor teknologi, motivasi kerja juga berperan penting dalam penciptaan ide kreatif. Motivasi kerja merupakan suatu kondisi yang mendorong seseorang melakukan suatu perbuatan secara sadar (Sanny et al., n.d.), dan individu yang memiliki motivasi tinggi cenderung lebih produktif, inovatif, serta mampu menghasilkan ide-ide kreatif dalam pekerjaannya (Amabile, 2018).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara AI Tools dan kreativitas. AlObaydi et al. (2025) menemukan bahwa AI Tools berpengaruh positif terhadap kreativitas, keberagaman ide, kualitas desain, dan efisiensi kerja desainer grafis. Anis, Mulyani, dan Sunardi (2026) menunjukkan bahwa penerapan AI dalam desain grafis mampu meningkatkan kreativitas dan mendorong inovasi dalam menghasilkan karya visual. Dari sisi motivasi, Nilawati (2024) menyimpulkan bahwa motivasi intrinsik maupun ekstrinsik memiliki peran penting dalam meningkatkan kreativitas individu di lingkungan kerja. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada konteks organisasi atau industri kreatif secara umum. Penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh penggunaan AI Tools dan motivasi kerja terhadap kreativitas Freelancer *Graphic Designer* secara simultan, khususnya di Bali, masih sangat terbatas.

Kesenjangan penelitian (*research gap*) inilah yang menjadi landasan dilakukannya penelitian ini. Bali dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki ekosistem industri kreatif yang berkembang pesat, yang ditandai dengan terbentuknya komunitas desainer grafis seperti grup Facebook Bali Graphic Designer dengan sekitar 2.100 anggota aktif. Komunitas ini menjadi wadah bagi para Freelancer *Graphic Designer* untuk berinteraksi, berbagi informasi pekerjaan, serta mengikuti perkembangan teknologi desain, termasuk pemanfaatan AI Tools. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1)

menguji pengaruh penggunaan AI Tools terhadap kreativitas Freelancer *Graphic Designer* di Bali; (2) menguji pengaruh motivasi kerja terhadap kreativitas Freelancer *Graphic Designer* di Bali; serta (3) menguji pengaruh penggunaan AI Tools dan motivasi kerja secara simultan terhadap kreativitas Freelancer *Graphic Designer* di Bali.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatif (*explanatory research*), yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan dan pengaruh antarvariabel melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2019). Variabel independen dalam penelitian ini adalah penggunaan AI Tools (X_1) dan motivasi kerja (X_2), sedangkan variabel dependennya adalah kreativitas Freelancer *Graphic Designer* (Y).

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada komunitas Facebook Bali Graphic Designer yang beranggotakan sekitar 2.100 desainer grafis yang berdomisili atau bekerja di Bali. Pemilihan komunitas ini didasarkan pada pertimbangannya sebagai wadah interaksi dan pertukaran informasi profesional bagi Freelancer *Graphic Designer* di Bali. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui Google Form pada periode Juni 2026. Survei daring dipilih karena efektif menjangkau responden yang tersebar di berbagai wilayah dengan karakteristik kerja yang fleksibel dan berbasis digital (Bryman, 2012).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh anggota komunitas Facebook Bali Graphic Designer (±2.100 orang). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: (1) berdomisili atau bekerja di Bali, (2) aktif bekerja sebagai Freelancer *Graphic Designer*, (3) memiliki pengalaman minimal satu tahun, dan (4) memiliki minimal dua proyek aktif per bulan. Penentuan jumlah sampel mengacu pada Hair et al. (2019), yakni 5 hingga 10 kali jumlah total indikator. Dengan total 33 indikator (X_1 = 4 item; X_2 = 19 item; Y = 10 item), jumlah sampel minimum yang ditetapkan adalah 165 responden (33 × 5 = 165).

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin (1 = Sangat Tidak Setuju

hingga 5 = Sangat Setuju). Setiap variabel diukur menggunakan instrumen yang diadaptasi dari sumber yang telah tervalidasi, sebagai berikut:

- Penggunaan AI Tools (X_1): 4 item, diadaptasi dari *AI Attitude Scale* (AIAS-4), mencakup indikator *perceived usefulness in life*, *perceived usefulness in work*, *behavioral intention to use AI*, dan *overall evaluation of AI's impact on humanity*.
- Motivasi Kerja (X_2): 19 item, diadaptasi dari *Multidimensional Work Motivation Scale* (MWMS) yang dikembangkan oleh Gagné et al. (2015), mencakup enam dimensi regulasi motivasi: *amotivation*, *external regulation* (material dan sosial), *introjected regulation*, *identified regulation*, dan *intrinsic motivation*.
- Kreativitas (Y): 10 item, diadaptasi dari Fatia et al. (2026), mencakup indikator kemampuan menghasilkan ide baru, kemampuan mengombinasikan ide lama menjadi solusi baru, keberanian mengambil risiko dalam inovasi, ketekunan mencari solusi masalah, dan dukungan lingkungan kerja untuk ide kreatif.

Uji Instrumen

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel (0,1528). Seluruh 33 item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan batas minimum 0,70. Hasil menunjukkan bahwa seluruh variabel reliabel, yaitu Penggunaan AI Tools (α = 0,768), Motivasi Kerja (α = 0,735), dan Kreativitas (α = 0,751).

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan program SPSS melalui beberapa tahapan. Pertama, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (nilai *Tolerance* dan VIF), dan uji heteroskedastisitas (Uji Glejser). Kedua, analisis regresi linear berganda dengan model persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Ketiga, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 165 Freelancer *Graphic Designer* yang tergabung dalam komunitas Facebook Bali Graphic Designer. Berdasarkan hasil pengumpulan data, mayoritas responden berusia 26–30 tahun (40,0%), diikuti kelompok usia 17–25 tahun (32,7%), 31–40 tahun (13,9%), dan 41–50 tahun (13,3%). Dari sisi jenis kelamin, responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 97 orang (58,8%) dan perempuan sebanyak 68 orang (41,2%). Dari aspek pengalaman kerja, sebagian besar responden telah menjalani profesi sebagai Freelancer *Graphic Designer* selama 1–2 tahun (59,4%), dengan variasi jumlah proyek aktif per bulan berkisar antara 2 hingga 24 proyek.

Berkaitan dengan AI Tools yang digunakan, ChatGPT merupakan platform yang paling dominan dimanfaatkan oleh responden (31,5%), diikuti oleh Canva (10,3%), Gemini (9,1%), Adobe Firefly (7,3%), dan Midjourney (6,7%). Tingginya penggunaan ChatGPT mengindikasikan bahwa Freelancer *Graphic Designer* tidak hanya memanfaatkan AI untuk kebutuhan visual, tetapi juga untuk mendukung proses *brainstorming*, penyusunan konsep, dan penyelesaian berbagai tugas pendukung pekerjaan desain.

Hasil Uji Instrumen

Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 33 item pernyataan pada ketiga variabel penelitian dinyatakan valid, dengan nilai r hitung yang seluruhnya melampaui r tabel sebesar 0,1528. Nilai r hitung pada variabel Penggunaan AI Tools (X_1) berkisar antara 0,712 hingga 0,798, variabel Motivasi Kerja (X_2) antara 0,165 hingga 0,592, dan variabel Kreativitas (Y) antara 0,402 hingga 0,631.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode	r Hitung	r Tabel	Keputusan
Penggunaan AI Tools (X_1)	X1.1	0,778	0,1528	Valid
	X1.2	0,712	0,1528	Valid
	X1.3	0,786	0,1528	Valid
	X1.4	0,798	0,1528	Valid
Motivasi Kerja (X_2)	X2.1	0,194	0,1528	Valid
	X2.2	0,165	0,1528	Valid
	X2.3	0,184	0,1528	Valid
	X2.4	0,341	0,1528	Valid
	X2.5	0,425	0,1528	Valid
	X2.6	0,509	0,1528	Valid
	X2.7	0,443	0,1528	Valid
	X2.8	0,516	0,1528	Valid
	X2.9	0,592	0,1528	Valid
	X2.10	0,521	0,1528	Valid
	X2.11	0,382	0,1528	Valid
	X2.12	0,487	0,1528	Valid
	X2.13	0,556	0,1528	Valid
	X2.14	0,555	0,1528	Valid
	X2.15	0,536	0,1528	Valid
	X2.16	0,406	0,1528	Valid
	X2.17	0,298	0,1528	Valid
	X2.18	0,359	0,1528	Valid

	X2.19	0,385	0,1528	Valid
Kreativitas (Y)	Y.1	0,591	0,1528	Valid
	Y.2	0,575	0,1528	Valid
	Y.3	0,630	0,1528	Valid
	Y.4	0,587	0,1528	Valid
	Y.5	0,402	0,1528	Valid
	Y.6	0,411	0,1528	Valid
	Y.7	0,610	0,1528	Valid
	Y.8	0,631	0,1528	Valid
	Y.9	0,587	0,1528	Valid
	Y.10	0,549	0,1528	Valid

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimum 0,70, yaitu Penggunaan AI Tools (α = 0,768), Motivasi Kerja (α = 0,735), dan Kreativitas (α = 0,751). Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keputusan
Penggunaan AI Tools (X_1)	0,768	**Reliabel**
Motivasi Kerja (X_2)	0,735	**Reliabel**
Kreativitas Freelancer Graphic Designer (Y)	0,751	Reliabel

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05, sehingga data residual dinyatakan berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai *Tolerance* sebesar 0,985 (> 0,10) dan VIF sebesar 1,016 (< 10) untuk kedua variabel independen, yang berarti tidak terdapat gejala multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,069 untuk variabel Penggunaan AI Tools dan 0,243 untuk variabel Motivasi Kerja, yang keduanya lebih besar dari 0,05, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya seluruh uji asumsi klasik, model regresi dalam penelitian ini dinyatakan layak untuk digunakan.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh Penggunaan AI Tools (X_1) dan Motivasi Kerja (X_2) terhadap Kreativitas Freelancer *Graphic Designer* (Y). Hasil analisis menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 65{,}714 + 1{,}020X_1 + 0{,}110X_2}$$

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	65,714	2,259	—	29,087	**0,000**
Penggunaan AI Tools (X_1)	1,020	0,083	0,678	12,225	**0,000**
Motivasi Kerja (X_2)	0,110	0,034	0,178	3,209	**0,002**

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Nilai konstanta sebesar 65,714 menunjukkan bahwa apabila kedua variabel independen bernilai nol, kreativitas tetap memiliki nilai dasar sebesar 65,714. Koefisien regresi Penggunaan AI Tools sebesar 1,020 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada penggunaan AI Tools akan meningkatkan kreativitas sebesar 1,020 satuan. Koefisien regresi Motivasi Kerja sebesar 0,110 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada motivasi kerja akan meningkatkan kreativitas sebesar 0,110 satuan.

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Tabel 4. Hasil Uji t

Variabel	t Hitung	Sig.	Beta	Keputusan
Penggunaan AI Tools (X_1)	12,225	0,000	0,678	**H_1 Diterima**
Motivasi Kerja (X_2)	3,209	0,002	0,178	**H_2 Diterima**

Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Penggunaan AI Tools (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 12,225 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05), serta nilai koefisien beta terstandarisasi sebesar 0,678. Variabel Motivasi Kerja (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 3,209 dengan signifikansi 0,002 (< 0,05), serta nilai beta terstandarisasi sebesar 0,178. Kedua variabel independen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas secara parsial, sehingga H_1 dan H_2 diterima.

Uji F (Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2442,073	2	1221,036	121,011	**0,000**
Residual	1634,631	162	10,090	—	—
Total	4076,703	164	—	—	—

Dependent Variable: Kreativitas Freelancer Graphic Designer
Sumber: Olah Data SPSS, 2026

Uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 121,011 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05), yang menunjukkan bahwa Penggunaan AI Tools dan Motivasi Kerja secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Freelancer *Graphic Designer* di Bali. Dengan demikian, H_3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil Uji R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,774	0,599	0,594	**3,17653**

Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Penggunaan AI ToolsSumber: Olah Data SPSS, 2026

Nilai R Square sebesar 0,599 menunjukkan bahwa variabel Penggunaan AI Tools dan Motivasi Kerja mampu menjelaskan 59,9% variasi kreativitas Freelancer Graphic Designer, sedangkan 40,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar

model penelitian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,594 mengonfirmasi bahwa model regresi memiliki daya jelas yang cukup kuat setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel penelitian.

2. Pembahasan

Pengaruh Penggunaan AI Tools terhadap Kreativitas Freelancer Graphic Designer di Bali

Hasil penelitian membuktikan bahwa penggunaan AI Tools berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas Freelancer Graphic Designer di Bali (t = 12,225; sig. = 0,000; β = 0,678). Nilai beta terstandarisasi sebesar 0,678 menempatkan AI Tools sebagai variabel dengan pengaruh dominan dalam model penelitian ini, mengindikasikan bahwa pada era industri kreatif yang semakin terdigitalisasi, kemampuan memanfaatkan teknologi berbasis kecerdasan buatan menjadi faktor penting dalam membentuk kreativitas freelancer.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui kerangka Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989). Dalam konteks penelitian ini, Freelancer Graphic Designer memandang AI Tools sebagai teknologi yang mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi pekerjaan desain, tercermin dari nilai rata-rata indikator perceived usefulness in work sebesar 4,33 yang merupakan nilai tertinggi pada variabel penggunaan AI Tools. Semakin besar manfaat yang dirasakan dari penggunaan AI Tools, semakin besar pula kontribusinya dalam mendorong kreativitas freelancer. AI Tools memungkinkan desainer untuk memperoleh inspirasi dengan lebih cepat, mengeksplorasi berbagai alternatif konsep, menghasilkan draft visual awal, serta mempercepat penyelesaian pekerjaan teknis yang bersifat repetitif (Reza & Kristanto, 2024), sehingga freelancer dapat lebih fokus pada pengembangan ide dan penyempurnaan konsep kreatif.

Hasil penelitian ini juga mendukung pandangan bahwa AI Tools berfungsi sebagai teknologi augmentasi yang memperluas kapabilitas manusia, bukan sekadar menggantikan peran desainer (Akbar et al., 2026). Dalam perspektif ini, kreativitas yang dihasilkan tetap bersumber dari kemampuan berpikir desainer, sementara AI berperan sebagai alat pendukung yang

mempercepat dan memperluas proses eksplorasi ide. Hal ini sejalan dengan temuan Khan et al. (2025) yang menemukan bahwa AI dipandang sebagai creative partner yang membantu desainer dalam proses brainstorming dan divergent thinking, sehingga memperluas kemungkinan munculnya ide-ide kreatif.

Secara empiris, temuan ini konsisten dengan sejumlah penelitian terdahulu. AlObaydi et al. (2025) menemukan bahwa penggunaan AI Tools berpengaruh positif terhadap kreativitas, keberagaman ide, kualitas desain, dan efisiensi kerja desainer grafis. Anis, Mulyani, dan Sunardi (2026) menunjukkan bahwa penerapan AI dalam desain grafis mampu mempercepat proses desain, meningkatkan kreativitas, dan mendorong inovasi. Huli et al. (2025) juga menemukan dampak positif pemanfaatan generative AI terhadap produktivitas praktisi desain grafis di Indonesia. Secara keseluruhan, berbagai temuan tersebut memperkuat argumen bahwa integrasi AI Tools ke dalam alur kerja kreatif secara konsisten berkontribusi terhadap peningkatan kreativitas desainer.

Implikasi temuan ini menunjukkan bahwa Freelancer Graphic Designer di Bali perlu terus meningkatkan penguasaan berbagai platform AI seperti ChatGPT, Canva AI, Adobe Firefly, maupun tools berbasis AI lainnya sebagai sarana pendukung proses kreatif. Namun demikian, pemanfaatan AI tetap perlu diimbangi dengan kemampuan berpikir kreatif, pengalaman desain, dan orisinalitas karya agar kreativitas yang dihasilkan tidak bergantung sepenuhnya pada teknologi.

Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kreativitas Freelancer Graphic Designer di Bali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas Freelancer Graphic Designer di Bali ($t = 3{,}209$; sig. = 0,002; $\beta = 0{,}178$). Meskipun nilai beta terstandarisasi motivasi kerja lebih kecil dibandingkan AI Tools, pengaruhnya tetap signifikan secara statistik dan bermakna secara teoritis, mengingat kreativitas tidak semata-mata ditentukan oleh faktor teknologi, tetapi juga oleh kondisi psikologis internal individu.

Temuan ini selaras dengan Self-Determination Theory (SDT) yang

dikembangkan oleh Deci dan Ryan (1985), yang menjelaskan bahwa individu dengan motivasi intrinsik tinggi cenderung menunjukkan keterlibatan lebih besar dalam pekerjaan, memiliki keinginan untuk terus berkembang, serta mampu menghasilkan performa yang lebih baik. Dalam konteks Freelancer Graphic Designer, hal ini termanifestasi dalam kecenderungan desainer yang termotivasi untuk lebih aktif mengeksplorasi ide baru, mengikuti perkembangan tren desain, dan menghasilkan karya yang kreatif guna meningkatkan kepuasan klien maupun reputasi profesional mereka. Kondisi ini diperkuat oleh distribusi jawaban responden yang menunjukkan nilai rata-rata tertinggi pada indikator "pekerjaan ini menyenangkan untuk dilakukan" (X_2.17 = 4,22), mencerminkan dominannya motivasi intrinsik di kalangan responden.

Gagné dan Deci (2005) menyatakan bahwa motivasi intrinsik memiliki hubungan positif yang kuat dengan kreativitas karena individu yang termotivasi secara intrinsik akan lebih antusias, terlibat, dan terbuka terhadap kemungkinan-kemungkinan baru dalam pekerjaannya. Dalam lingkungan kerja freelance yang menuntut kemandirian tinggi, motivasi intrinsik menjadi modal utama bagi desainer untuk terus bereksperimen, mengambil risiko kreatif, dan menghasilkan solusi visual yang inovatif tanpa adanya pengawasan langsung dari organisasi (Amabile, 1996; Kost et al., 2020).

Hasil penelitian ini juga mendukung Componential Theory of Creativity yang dikemukakan oleh Amabile (1996), yang menempatkan motivasi khususnya motivasi intrinsic sebagai salah satu dari tiga komponen utama kreativitas, di samping domain-relevant skills dan creativity-relevant processes. Tanpa motivasi yang memadai, pengetahuan dan keterampilan teknis yang dimiliki desainer tidak akan dimanfaatkan secara optimal dalam proses kreatif. Hal ini relevan dengan temuan distribusi jawaban yang menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki tingkat motivasi kerja yang tinggi, dengan seluruh indikator motivasi positif memperoleh nilai rata-rata di atas 4,00.

Secara empiris, temuan ini konsisten dengan penelitian Sudibyo et al. (2025) yang menemukan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif

terhadap kreativitas individu, serta Nilawati (2024) yang menyimpulkan bahwa motivasi intrinsik maupun ekstrinsik berperan penting dalam meningkatkan kreativitas individu di lingkungan kerja. Perbandingan nilai beta antara AI Tools (0,678) dan motivasi kerja (0,178) menunjukkan bahwa dalam konteks industri kreatif digital yang sangat terdigitalisasi, dukungan teknologi memang menjadi faktor lebih dominan. Namun, hal ini tidak mengurangi peran strategis motivasi kerja sebagai fondasi psikologis yang menentukan apakah teknologi yang tersedia akan dimanfaatkan secara optimal atau tidak.

Pengaruh Simultan Penggunaan AI Tools dan Motivasi Kerja terhadap Kreativitas Freelancer Graphic Designer di Bali

Hasil uji F menunjukkan bahwa Penggunaan AI Tools dan Motivasi Kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kreativitas Freelancer Graphic Designer di Bali (F = 121,011; sig. = 0,000; R^2 = 0,599). Nilai R Square sebesar 0,599 mengindikasikan bahwa kombinasi kedua variabel mampu menjelaskan 59,9% variasi kreativitas freelancer, yang merupakan tingkat penjelasan yang cukup kuat dalam konteks penelitian perilaku individu di industri kreatif.

Temuan simultan ini menegaskan bahwa kreativitas Freelancer Graphic Designer merupakan hasil interaksi antara faktor eksternal berupa teknologi dan faktor internal berupa motivasi kerja. Keduanya tidak berfungsi secara terpisah, melainkan saling melengkapi dalam membentuk kapasitas kreatif individu. AI Tools menyediakan dukungan instrumental berupa percepatan proses kerja, penyediaan inspirasi desain, eksplorasi ide yang lebih luas, serta peningkatan efisiensi produksi desain. Sementara itu, motivasi kerja berfungsi sebagai penggerak psikologis yang memastikan freelancer memiliki semangat untuk belajar, berinovasi, dan memanfaatkan teknologi secara optimal dalam setiap proyek yang dikerjakan.

Temuan ini sejalan dengan Componential Theory of Creativity (Amabile, 1996), yang menjelaskan bahwa kreativitas optimal muncul ketika individu memiliki motivasi yang tinggi sekaligus didukung oleh sumber daya dan lingkungan yang memadai termasuk teknologi sebagai faktor

fasilitasi proses kreatif. Dalam konteks penelitian ini, AI Tools berperan sebagai sumber daya pendukung eksternal, sedangkan motivasi kerja merupakan komponen internal yang menentukan intensitas dan kualitas proses kreatif yang dijalani freelancer. Kerangka TAM (Davis, 1989) juga relevan di sini: manfaat AI Tools menjadi lebih optimal ketika freelancer memiliki motivasi kerja yang tinggi untuk terus mengeksplorasi dan mengembangkan kemampuan kreatifnya, bukan sekadar menggunakan AI sebagai alat otomatisasi semata.

Secara empiris, hasil penelitian ini memperkuat dan memperluas temuan AlObaydi et al. (2025) yang menemukan pengaruh positif AI terhadap kreativitas desainer grafis, serta Sudibyo et al. (2025) yang menunjukkan kontribusi positif motivasi kerja terhadap kreativitas individu. Kontribusi utama penelitian ini terletak pada pengujian kedua faktor tersebut secara bersamaan dalam satu model terintegrasi pada konteks Freelancer Graphic Designer di Bali sebuah segmen yang selama ini masih kurang terwakili dalam literatur terkait kreativitas industri kreatif digital di Indonesia.

Secara praktis, temuan simultan ini memberikan implikasi bahwa upaya meningkatkan kreativitas Freelancer Graphic Designer tidak cukup dilakukan melalui penguasaan teknologi AI semata, maupun melalui peningkatan motivasi kerja secara terpisah. Diperlukan pengembangan yang seimbang antara kedua dimensi tersebut: penguasaan AI Tools melalui pelatihan, eksplorasi platform kecerdasan buatan, dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi desain terkini; sekaligus penguatan motivasi kerja melalui pengembangan kompetensi diri, pencapaian target profesional, dan penciptaan lingkungan kerja yang kondusif bagi kreativitas. Kombinasi keduanya memungkinkan Freelancer Graphic Designer menghasilkan karya yang lebih inovatif, efisien, dan kompetitif di pasar industri kreatif yang terus berkembang.

D. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh penggunaan AI Tools dan motivasi kerja terhadap kreativitas Freelancer *Graphic Designer* di Bali, baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda terhadap 165

responden, diperoleh tiga kesimpulan utama.

Pertama, penggunaan AI Tools berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas Freelancer *Graphic Designer* di Bali (t = 12,225; sig. = 0,000; β = 0,678). Temuan ini mengonfirmasi bahwa semakin tinggi tingkat pemanfaatan AI Tools dalam proses desain, semakin tinggi pula kreativitas yang dihasilkan. AI Tools terbukti berperan sebagai teknologi augmentasi yang memperluas eksplorasi ide, mempercepat proses kerja kreatif, dan meningkatkan efisiensi desain tanpa menggantikan peran kreatif desainer itu sendiri.

Kedua, motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas Freelancer *Graphic Designer* di Bali (t = 3,209; sig. = 0,002; β = 0,178). Freelancer yang memiliki motivasi kerja tinggi baik yang bersumber dari dorongan intrinsik maupun ekstrinsik cenderung lebih terdorong untuk mengeksplorasi ide baru, mengambil risiko kreatif, dan menghasilkan karya desain yang inovatif dan berkualitas.

Ketiga, penggunaan AI Tools dan motivasi kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas Freelancer *Graphic Designer* di Bali (F = 121,011; sig. = 0,000; R^2 = 0,599). Kedua variabel bersama-sama mampu menjelaskan 59,9% variasi kreativitas, yang mengindikasikan bahwa kreativitas freelancer dibentuk oleh kombinasi faktor teknologi eksternal dan faktor psikologis internal secara bersamaan.

Secara implikatif, temuan ini menegaskan bahwa upaya meningkatkan kreativitas Freelancer *Graphic Designer* tidak cukup dilakukan melalui penguasaan teknologi AI semata, melainkan harus diimbangi dengan penguatan motivasi kerja secara berkelanjutan. Bagi komunitas dan pelaku industri kreatif, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan dalam merancang program pelatihan yang mengintegrasikan penguasaan AI Tools dengan pengembangan motivasi dan kompetensi kreatif freelancer.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian di luar Bali guna meningkatkan generalisabilitas temuan, menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kreativitas seperti *self-efficacy*, kompetensi digital, dan pengalaman

kerja, serta menggunakan pendekatan *mixed methods* untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika kreativitas Freelancer *Graphic Designer* di era kecerdasan buatan.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M., Sudadi, & Bahrani. (2026). AI dan dilema berpikir: Kemajuan intelektual atau kemunduran kritis? *Didaktik: Jurnal Ilmiah FKIP Universitas Mandiri*, *12*(02), 292–307. https://doi.org/10.36989/didaktik.v12i02.13979

AlObaydi, B. A. A., Alqudah, D., Abukeshek, M. K., Ibrahim, L. I., & Hamed, A. K. M. (2025). AI-driven tools and their impact on creativity in graphic design. *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, *10*(3), 89–96. https://doi.org/10.64753/jcasc.v10i3.2383

Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Westview Press.

Anis, Y., Mulyani, S., & Sunardi. (2026). Penerapan Artificial Intelligence (AI) dalam desain grafis untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, *3*(2), 92–100. https://doi.org/10.69714/20h2st69

Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4th ed.). Oxford University Press.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Plenum Press.

Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. *Journal of Organizational Behavior*, *26*(4), 331–362. https://doi.org/10.1002/job.322

Gagné, M., Forest, J., Vansteenkiste, M., Crevier-Braud, L., van den Broeck, A., Aspeli, A. K., Bellerose, J., Benabou, C., Chemolli, E., Güntert, S. T., Halvari, H., Indiyastuti, D. L., Johnson, P. A., Molstad, M. H., Naudin, M., Ndao, A., Olafsen, A. H., Roussel, P., Wang, Z., & Westbye, C. (2015). The Multidimensional Work Motivation Scale: Validation evidence in seven languages and nine countries. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, *24*(2), 178–196. https://doi.org/10.1080/1359432X.2013.877892

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Hanifa, H., Sholihin, A., & Ayudya, F. (2023). Peran AI terhadap kinerja industri kreatif di Indonesia. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, *2*(7), 2149–2158. https://doi.org/10.59188/jcs.v2i7.446

Huli, V. J., Aditama, A. R., Saputro, A. W., & Yulianto, A. (2025). Analisis dampak pemanfaatan generative AI terhadap produktivitas dan implikasi etika kerja pada praktisi desain grafis di Indonesia. *Jurnal SIKOM (Sistem Informasi Komputer)*, *2*(3), 141–154. https://journal.beaninstitute.id/index.php/sikom/article/view/135/291

Khan, A., Shokrizadeh, A., & Cheng, J. (2025). Beyond automation: How UI/UX designers perceive AI as a creative partner in the divergent thinking stages. *CHI '25*, 1–12. https://doi.org/10.48550/arXiv.2501.18778

Kost, D., Fieseler, C., & Wong, S. I. (2020). Boundaryless careers in the gig economy: An oxymoron? *Human Resource Management Journal*, *30*(1), 100–113. https://doi.org/10.1177/0007650319879631

Kurniawan, A., & Setiawan, R. (2022). Freelance work system in the creative industry: Flexibility and digital transformation. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business and Economic Education*. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220204.002

Nilawati, L. (2024). Peran teori motivasi terhadap kreativitas individu karyawan: Hasil sebuah review. *EQUILIBRIUM: Jurnal Bisnis & Akuntansi (EJBA)*, *XVIII*(2), 197–208. https://doi.org/10.61179/ejba.v18i2.650

Putri, N. A., & Santoso, B. (2023). Creativity in graphic design profession in the digital era. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, *13*(2), 145–156. https://doi.org/10.21831/jpv.v13i2.XXXX

Reza, Y. A., & Kristanto, H. (2024). Perkembangan teknologi AI dalam desain grafis: Sebuah tinjauan literatur. *Communication & Design Journal*, *1*(1), 1–9. https://ojs.sains.ac.id/index.php/commdes/article/view/9

SAE Indonesia Team. (2025). *Prospek industri kreatif bagi generasi digital masa kini*. SAE Indonesia. https://sae.ac.id/insights/prospek-industri-kreatif/

Sudibyo, Y. C. W., Harjito, H., & Soedjono, S. (2025). Pengaruh komunikasi guru, lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kreativitas guru. *Jurnal Manajemen Pendidikan (JMP)*, *13*(3), 362–376. https://doi.org/10.26877/jmp.v13i3.22612

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

Visual Capitalist. (2025). *Ranked: Most popular AI tools by monthly site visits*. https://www.visualcapitalist.com/ranked-most-popular-ai-tools-by-monthly-site-visits/

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (1996). *Entrepreneurship and the new venture formation*. Prentice Hall.