



## Pemahaman Komunikasi Mobile-AI dan Masyarakat melalui Model UTAUT2: Kasus Implementasi AI pada Platform Figma

Muhammad Nadhif Judhananto<sup>1</sup>, Fero Natanael<sup>2</sup>, Irwansyah<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Magister Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan

Email: [01689240030@student.uph.edu](mailto:01689240030@student.uph.edu), [01689240032@student.uph.edu](mailto:01689240032@student.uph.edu),  
[dr.irwansyah.ma@gmail.com](mailto:dr.irwansyah.ma@gmail.com)

### Abstract

*The development of artificial intelligence (AI) in mobile technology has brought significant transformations to digital work practices, particularly on collaborative design platforms such as Figma. The integration of AI in Figma not only changes the way users interact with the interface but also influences public perception and acceptance of the technology. This study aims to understand how communication between users and Mobile-AI systems is formed and socially received through a case study of Figma. The research adopts the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) framework to analyze the factors influencing AI adoption in mobile platforms. UTAUT2 enables a deeper examination of elements such as performance expectancy, facilitating conditions, hedonic value, and social influence within the context of emerging technology. This study employs a qualitative case study approach, involving participatory observation and in-depth interviews with Figma users in Indonesia. Data were analyzed using thematic techniques to identify patterns in communication and AI acceptance in mobile design practices. The findings indicate that performance expectancy and hedonic value are the main drivers of AI acceptance on Figma. Additionally, social influence shapes perceptions of the technology's legitimacy and reliability. This study concludes that understanding Mobile-AI communication must take into account the social and cultural aspects of technology users, particularly in the context of AI-based collaborative design.*

**Keywords:** Mobile-AI, UTAUT2, Figma, technology adoption, digital communication, collaborative design, artificial intelligence, user perception

## A. PENDAHULUAN

Kecerdasan Buatan (AI) adalah sebuah teknologi yang dibuat untuk menirukan cara kerja kognitif manusia. dan menggunakannya untuk tugas-tugas pemecahan masalah dan pengambilan keputusan (Fedorov & Corp., 2024). Bidang ini termasuk interdisipliner yang memanfaatkan prinsip-prinsip ilmu komputer, analisis data, dan pemrosesan algoritma untuk melakukan tindakan lebih cepat dan akurat dibandingkan metode tradisional manusia. Kecerdasan buatan mencakup banyak bidang seperti penerapan kecerdasan buatan yang memungkinkan mesin menafsirkan dan menganalisis informasi visual dari dunia luar sering digunakan dalam pengenalan gambar dan visi komputer video. Metode AI yang memungkinkan mesin memproses bahasa manusia tidak hanya memahaminya, tetapi juga menafsirkannya dan bahkan menghasilkan perbedaan mengenai bahasanya sendiri atau pemrosesan bahasa alami. AI juga memiliki algoritme yang dapat mempelajari dan meningkatkan hasilnya seiring waktu tanpa memerlukan perangkat lunak tambahan. Robot perangkat lunak digunakan untuk mengotomatiskan berbagai tugas berulang dan mengurangi waktu yang dihabiskan yang dinamakan RPA (*Robotic Process Automation*).

Definisi ini tidak membatasi metode yang digunakan untuk memperoleh informasi. Faktanya, AI adalah istilah umum yang mencakup berbagai teknologi dan aplikasi yang hanya memiliki sedikit kesamaan di luar kecerdasan yang tampak, dan karakteristiknya sebagian besar masih terbuka untuk interpretasi. Kami juga akan secara berkala berbicara tentang AI yang sudah digunakan secara luas, AI yang sedang dalam tahap pengembangan, dan apa yang kami pikir mungkin terjadi di masa mendatang. Karena alasan ini, istilah "AI" sering digunakan untuk merujuk pada teknologi apa pun dalam konteks apa pun, nyata atau imajiner, selama teknologi tersebut memiliki kemampuan untuk digambarkan sebagai teknologi cerdas. Kelengkapan ini mempersulit penilaian dampak perkembangan AI. Karena bergantung pada aspek ruang AI yang lebih luas yang Anda fokuskan, Anda berpotensi dapat mengidentifikasi manfaat dan risiko yang sangat berbeda. Akibatnya, AI bisa saja berisiko tinggi, berisiko rendah, dan segala sesuatu di antaranya (Boucher et al., 2020).

Perkembangan teknologi digital telah memasuki fase yang kian kompleks dengan hadirnya kecerdasan buatan yakni *artificial intelligence* atau AI dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan ini tidak hanya menyentuh sektor industri dan manufaktur, tetapi juga merasuk ke dalam proses-proses kreatif, seperti desain grafis dan interaksi digital berbasis platform. Salah satu inovasi paling menonjol dalam konteks ini adalah penerapan AI dalam platform desain berbasis mobile, seperti Figma, yang memungkinkan kolaborasi lintas batas secara real-time. Kemunculan AI dalam aplikasi desain bukanlah sekadar inovasi teknis, melainkan juga membentuk pola komunikasi baru antara manusia dan mesin. AI menjadi entitas yang tidak hanya menjalankan perintah, tetapi juga 'berinteraksi' melalui fitur-fitur prediktif, rekomendasi desain, dan automasi tugas-tugas kreatif. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting dalam kajian komunikasi yang menjelaskan bagaimana manusia memaknai relasi dengan sistem yang secara semi-otonom terlibat dalam aktivitas sosial dan kreatif.

Fenomena ini menjadi semakin penting ketika kita menyadari bahwa masyarakat tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga sekaligus agen yang mengkonstruksi makna terhadap penggunaan teknologi tersebut. Komunikasi antara manusia dan AI di dalam platform mobile seperti Figma melibatkan aspek-aspek sosial, psikologis, hingga kultural. Seperti yang diungkapkan oleh (Floridi, 2014), "AI does not merely transform data processing; it transforms the epistemological structure of human interaction with machines". Mengingat signifikansi sosial dan transformasi interaksi ini, penting untuk mengkaji bagaimana masyarakat menerima, menolak, atau menyesuaikan diri terhadap teknologi Mobile-AI dalam konteks yang nyata. Salah satu pendekatan konseptual yang

dapat membantu menjelaskan proses ini adalah melalui model *UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2)*, yang secara komprehensif memetakan faktor-faktor sosial, personal, dan teknologi yang mempengaruhi adopsi teknologi.

Model UTAUT mengenalkan empat komponen utama, yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*) yang memengaruhi adopsi sistem informasi (Venkatesh et al., 2012). Keempat komponen ini juga dipengaruhi oleh faktor moderator seperti usia, jenis kelamin, pengalaman, dan tingkat kesukarelaan pengguna (Venkatesh et al., 2003). Konstruksi ini (PE, EE, SI, dan FC) berfungsi sebagai antecedent perilaku penerimaan di antara berbagai orang (Ahokangas & Aagaard, 2024), dan dengan demikian memberikan dasar yang kuat untuk validasi berkelanjutan dalam berbagai pengaturan penelitian. Ketahanan dan keandalan UTAUT merupakan bukti utama penerapannya di berbagai bidang seperti e-commerce atau pembayaran seluler (Widyanto et al., 2022).

## Rumusan Masalah

Permasalahan utama dalam penelitian ini terletak pada bagaimana pengguna memahami dan membentuk komunikasi dengan sistem AI berbasis mobile dalam kehidupan sehari-hari. Khususnya, bagaimana fitur-fitur AI dalam Figma diterima dan dimaknai oleh para pengguna, serta bagaimana teknologi ini mengubah pola kerja dan interaksi sosial mereka. Berdasarkan hal itu, terdapat rumusan masalah yang ditekankan dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana komunikasi antara manusia dan sistem Mobile-AI terbentuk dalam konteks penggunaan platform Figma, dan mengapa masyarakat menerima atau menolak teknologi tersebut melalui kerangka UTAUT2?”

Rumusan ini menekankan dimensi bagaimana dalam hal proses komunikasi serta mengapa dalam konteks penerimaan sosial terhadap teknologi. Dengan fokus ini, penelitian tidak semata-mata meneliti sisi teknologis dari AI, melainkan memperlakukan AI sebagai bagian dari ekosistem komunikasi yang melibatkan interpretasi, simbolisasi, dan praktik sosial.

Secara konseptual, Mobile-AI mengacu pada sistem kecerdasan buatan yang tertanam dalam aplikasi berbasis perangkat mobile, yang memungkinkan terjadinya interaksi adaptif antara manusia dan teknologi. Dalam hal ini, AI tidak lagi hanya bersifat pasif sebagai alat bantu, tetapi tampil sebagai subjek yang memberikan tanggapan, memprediksi kebutuhan pengguna, dan bahkan “berpartisipasi” dalam proses kreatif. Sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah, dapat diasumsikan bahwa komunikasi antara manusia dan sistem Mobile-AI dalam Figma dimediasi oleh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), kemudahan penggunaan, norma sosial, serta pengalaman pengguna yang menyenangkan (*hedonic motivation*). Keempat faktor tersebut merupakan bagian integral dari model UTAUT2, sebagaimana dijelaskan oleh (Venkatesh, 2022), “*UTAUT2 extends the original model by incorporating new constructs to capture the consumer context more comprehensively*”.

Berdasarkan penelitian terdahulu, implementasi AI dalam aplikasi mobile kerap menimbulkan ambiguitas relasional. Di satu sisi, AI dianggap mempermudah pekerjaan, namun di sisi lain, terdapat resistensi akibat kekhawatiran akan hilangnya kontrol dan keunikan manusia dalam proses kreatif (Nass & Moon, 2000). Studi-studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa keberhasilan adopsi teknologi sangat tergantung pada konteks sosial-budaya dimana teknologi tersebut digunakan (Gefen et al., 2003).

Dalam konteks penggunaan Figma, platform ini bukan hanya menjadi alat bantu teknis untuk mendesain antarmuka, melainkan juga menjadi arena komunikasi antara

manusia dan sistem berbasis kecerdasan buatan. Fitur-fitur AI yang ditanamkan dalam Figma, seperti auto layout suggestions, AI-assisted copywriting, serta sistem rekomendasi desain, secara perlahan mengubah cara desainer berpikir, mengambil keputusan, dan bahkan berinteraksi dalam tim. Oleh karena itu, penting untuk menelaah bagaimana makna dibentuk melalui interaksi tersebut, serta bagaimana pengguna memberikan respons terhadap “kehadiran simbolik” AI dalam proses kerja mereka.

Rumusan masalah ini tidak hanya berupaya memahami proses interaksi teknologi secara teknis, tetapi juga mencoba mengungkap makna sosial yang muncul dari pengalaman tersebut. Dalam komunikasi manusia–AI, faktor-faktor seperti persepsi akan efektivitas, pengaruh teman sejawat, serta kenyamanan personal dalam berinteraksi dengan sistem, menjadi titik masuk utama untuk memahami proses komunikasi yang terbentuk. UTAUT2 menjadi kerangka yang relevan karena memperluas pemahaman terhadap penerimaan teknologi, tidak hanya berdasarkan efisiensi, tetapi juga aspek emosional, sosial, dan kebiasaan yang terbentuk.

Selain itu, konteks sosial dan budaya Indonesia juga memengaruhi bagaimana pengguna menerima atau menolak keberadaan teknologi AI. Dalam masyarakat dengan tingkat literasi digital yang masih berkembang secara tidak merata, persepsi terhadap AI bisa sangat bervariasi. Sebagian menganggap AI sebagai inovasi yang membantu, namun tidak sedikit yang merasa cemas terhadap dampaknya terhadap pekerjaan manusia. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penting untuk menggali lebih dalam bagaimana latar belakang sosial, pengalaman profesional, serta ekspektasi masa depan turut membentuk pemaknaan terhadap teknologi tersebut. Dengan demikian, rumusan masalah ini diarahkan untuk menjawab dinamika komunikasi yang terjadi antara manusia dan Mobile-AI dalam ruang kerja digital yang terus berkembang.

Dalam konteks penelitian ini, UTAUT2 bukan sekadar kerangka teknis untuk memetakan faktor-faktor penerimaan teknologi, melainkan sebagai model komunikasi antara manusia dan sistem teknologi yang cerdas. Model ini menjelaskan bahwa adopsi teknologi tidak hanya ditentukan oleh kemampuannya, tetapi juga oleh bagaimana teknologi itu dibingkai dalam praktik sosial, nilai budaya, dan ekspektasi individu. Penelitian oleh (Marangunic & Granic, 2015) misalnya, menunjukkan bahwa model UTAUT2 lebih mampu menangkap dinamika adopsi teknologi konsumen ketimbang pendahulunya. Dalam konteks AI mobile, beberapa studi menyatakan bahwa nilai hedonis dan pengaruh sosial menjadi penentu utama dalam mempertahankan keterlibatan pengguna dengan sistem AI yang interaktif (Wang et al., 2020).

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengkaji teknologi sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai subjek dalam relasi sosial. Dalam pandangan ini, komunikasi manusia-AI dapat dipandang sebagai “*human-machine symbiosis*”, di mana interaksi tidak bersifat satu arah, melainkan saling membentuk makna secara dinamis (Licklider, 1960).

**Tabel 1. Elaborasi Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Jurnal</b>	<b>Permasalahan</b>	<b>Temuan Penelitian</b>
(Marangunić & Granić, 2015)	<i>Technology Acceptance Model: A Literature Review from 2003 to 2014</i>	Apakah UTAUT2 lebih efektif dibandingkan model-model sebelumnya dalam menjelaskan penerimaan teknologi?	UTAUT2 dianggap lebih komprehensif karena mencakup variabel tambahan seperti motivasi hedonis, kebiasaan, dan nilai harga dalam konteks konsumen.
(Wang et al., 2020)	<i>Hedonic Motivation and AI Adoption in Mobile Commerce Platforms</i>	Faktor apa yang paling mempengaruhi keputusan pengguna untuk menerima AI dalam aplikasi mobile?	Motivasi hedonis menjadi faktor dominan dalam mempertahankan loyalitas pengguna terhadap fitur AI, terutama dalam platform yang bersifat personal dan kreatif.
(Benlian et al., 2021)	<i>AI-Driven Interfaces and User Engagement: A Multi-Level Perspective</i>	Bagaimana AI mempengaruhi keterlibatan pengguna secara kognitif dan afektif dalam aplikasi desain digital?	Ditemukan bahwa personalisasi AI meningkatkan persepsi kegunaan dan kepuasan emosional pengguna, terutama dalam lingkungan kolaboratif berbasis digital.
(Gefen et al., 2003)	<i>Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model</i>	Apakah persepsi kepercayaan mempengaruhi penerimaan teknologi dalam konteks daring?	Kepercayaan terhadap sistem merupakan kunci dalam membentuk intensi penggunaan jangka panjang, relevan juga dalam konteks interaksi manusia-AI.
(Dwivedi et al., 2019)	<i>UTAUT2 and E-Government Adoption: A Review and Research Agenda</i>	Sejauh mana UTAUT2 dapat diterapkan dalam konteks sosial dan institusional yang berbeda?	Model UTAUT2 bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan dinamika budaya lokal serta konteks penggunaan yang beragam, termasuk dalam sektor kreatif digital.

**Tabel 2. Kerangka Teoritis**

<b>KONTEKS SOSIAL DAN BUDAYA</b>
<b>UTAUT MODEL 2</b> 1. Performance Expectancy 2. Effort Expectancy 3. Social Influence 4. Facilitating Conditions 5. Hedonic Motivation 6. Habit
<b>KOMUNIKASI MANUSIA &amp; AI</b> (Penerimaan & Penolakan)
<b>PRAKTIK KREATIF DI FIGMA</b>

Bagan ini menunjukkan bagaimana model UTAUT2 menjadi titik tengah dalam menjembatani konteks sosial dengan praktik teknologi sehari-hari. Dalam praktiknya, fitur-fitur AI dalam Figma seperti “*autolayout*”, “*AI-generated mockups*”, atau “*predictive design suggestions*” tidak netral secara sosial, tetapi mengandung muatan simbolik yang diproses oleh pengguna secara kontekstual. Penelitian ini berkontribusi dalam dua ranah utama. Pertama, secara akademik, penelitian ini memperkaya studi komunikasi teknologi dengan menambahkan perspektif sosiokultural terhadap penggunaan AI dalam desain mobile. Kedua, pengembang teknologi untuk memahami pola interaksi pengguna dan memperbaiki desain antarmuka berbasis AI agar lebih adaptif secara sosial.

Dalam dunia yang semakin terdigitalisasi, pemahaman terhadap komunikasi antara manusia dan AI menjadi krusial. Seperti dinyatakan oleh (Shneiderman, 2022), “*We need human-centered AI that supports collaboration, responsibility, and transparency*”. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dengan AI bukan sekadar soal teknis, melainkan juga menyangkut nilai-nilai sosial dan etika yang lebih luas.

## **B. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan studi kasus, yang memungkinkan peneliti untuk menggali secara intensif fenomena komunikasi teknologi dalam ruang terbatas namun penuh makna. Figma dipilih sebagai fokus kasus karena platform ini tidak hanya populer di kalangan desainer digital di Indonesia, tetapi juga telah mengintegrasikan fitur-fitur AI secara signifikan dalam alur kerja desain yang kolaboratif dan berbasis mobile.

Pada penelitian kali ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur dan wawancara semi-terstruktur. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memahami secara mendalam pengalaman penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam platform desain Figma oleh seorang praktisi UI/UX designer di Indonesia, dengan mengacu pada model UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Kedua, wawancara mendalam dilakukan terhadap sejumlah desainer aktif yang telah terbiasa menggunakan Figma dalam proyek-proyek profesional mereka. Wawancara ini memiliki pola semi-terstruktur yang dapat meningkatkan fleksibilitas dalam penggalian informasi sambil tetap menjaga fokus pada pertanyaan kunci penelitian. Topik yang dibahas mencakup persepsi terhadap AI, perubahan dalam pola kerja, persepsi sosial terhadap kecerdasan buatan, serta pengalaman pribadi yang membentuk sikap terhadap fitur-fitur cerdas dalam platform tersebut.

Dalam proses analisis data, hasil wawancara akan dipadukan dengan hasil studi literatur untuk membangun interpretasi yang utuh dan teoritis. Studi literatur mencakup teori komunikasi teknologi, *human-computer interaction (HCI)*, serta adopsi teknologi berbasis UTAUT2. Dengan demikian, triangulasi antara data empiris dan kajian pustaka dapat memperkuat validitas temuan. Secara keseluruhan, pendekatan dan metode dalam penelitian ini dirancang untuk menghasilkan pemahaman yang kaya, kontekstual, dan teoritis terhadap fenomena komunikasi Mobile-AI dalam dunia kerja digital, khususnya dalam ranah desain UI/UX di Indonesia.

Data yang sudah dikumpul dilakukan analisa yang menggunakan teknik analisis tematik (*thematic analysis*). Proses ini dilakukan dengan membaca berulang transkrip wawancara dan catatan observasi untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul secara konsisten. Setiap tema kemudian diinterpretasikan dalam kerangka teori UTAUT2, yang meliputi unsur seperti ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, motivasi hedonis, kebiasaan penggunaan, serta kondisi yang memfasilitasi interaksi teknologi. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi, yakni dengan membandingkan temuan dari wawancara dan observasi serta melakukan diskusi peer review dengan rekan sejawat di bidang komunikasi dan studi teknologi. Selain itu, refleksi kritis dari peneliti terhadap posisinya sendiri dalam proses pengumpulan data menjadi bagian integral dalam menjaga objektivitas analisis. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menyajikan pemahaman yang lebih utuh mengenai komunikasi manusia dan AI, tidak hanya dalam konteks teknis, tetapi juga dalam dimensi sosial yang melekat pada penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

Data dikumpulkan melalui studi literatur, yang mencakup teori-teori terkait komunikasi mobile-AI, masyarakat digital, dan kerangka UTAUT2. Wawancara semi-terstruktur, yang dilakukan kepada seorang informan yang bekerja sebagai UI/UX designer dan aktif menggunakan Figma dalam pekerjaan sehari-hari. Wawancara dilakukan secara langsung dan dicatat dalam bentuk naratif berdasarkan pertanyaan yang dirancang mengikuti tujuh konstruk UTAUT2. Wawancara dilakukan secara daring menggunakan platform Google Meet untuk memudahkan akses dan menyesuaikan dengan jadwal informan yang merupakan praktisi UI/UX designer aktif di Indonesia. Pelaksanaan wawancara online ini memungkinkan interaksi yang fleksibel dan efisien tanpa terbatas oleh lokasi geografis, sehingga mendukung pengumpulan data secara optimal dalam konteks penelitian kualitatif.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menggambarkan pengalaman penggunaan fitur AI pada Figma oleh seorang UI/UX designer di Indonesia, berdasarkan tujuh konstruk utama dalam model UTAUT2. Pengalaman informan ini menunjukkan bagaimana AI telah menjadi bagian penting dalam praktik kerja sehari-hari, khususnya dalam konteks komunikasi kerja yang mobile dan digital. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, berikut merupakan jawaban dari informan sesuai dengan aspek pilar yang ada dalam UTAUT2:

1. *Performance Expectancy* (Harapan Kinerja): Informan menyampaikan bahwa fitur AI di Figma, yang mulai hadir pada tahun 2024, telah memberikan kemudahan yang signifikan. Fitur seperti translate bahasa, auto rewrite copywriting, rename layer otomatis, dan merapikan tabel dianggap sangat membantu. Dengan keberadaan AI, proses desain menjadi lebih cepat dan efisien, termasuk dalam mengurangi penggunaan tab browser secara berlebihan.

2. *Effort Expectancy* (Kemudahan Penggunaan): Menurut informan, penggunaan AI di Figma cukup mudah dipelajari, apalagi didukung oleh konten tutorial di media sosial serta panduan resmi dari Figma sendiri. Meski begitu, ia mengakui adanya

tantangan awal berupa kebutuhan untuk eksplorasi dan trial & error, karena tidak semua fitur langsung mudah dipahami.

3. *Social Influence* (Pengaruh Sosial): Dalam praktik kerja, dorongan dari rekan kerja dan komunitas menjadi faktor pendorong penggunaan AI. Informan menyatakan bahwa komunikasi antar rekan kerja mendukung pembelajaran bersama, berbagi informasi fitur, dan mendorong eksplorasi fitur baru. Ini menunjukkan adanya budaya kolaboratif dalam adaptasi teknologi.

4. *Facilitating Conditions* (Kondisi Pendukung) Tempat kerja informan telah menyediakan akses ke Figma versi berbayar, yang memungkinkan penggunaan fitur AI. Dukungan infrastruktur seperti koneksi internet dan perangkat kerja juga disebut memadai, sehingga tidak ada hambatan teknis berarti dalam mengakses teknologi ini.

5. *Hedonic Motivation* (Motivasi Kesenangan) Pengalaman menggunakan AI dalam Figma memberikan rasa puas dan menyenangkan bagi informan, terutama karena pekerjaan desain menjadi lebih ringan dan terorganisir. Fitur yang paling dinikmati adalah rename layer otomatis, yang sangat membantu dalam pekerjaan berlapis dan teknis.

6. *Price Value* (Nilai Biaya): Informan menilai bahwa harga langganan Figma dengan AI dan fitur lainnya cukup layak, selama disertai manfaat tambahan. Jika hanya membeli akses AI tanpa fitur lain, ia mungkin akan mempertimbangkan ulang karena nilai fungsionalnya menjadi lebih terbatas.

7. *Habit* (Kebiasaan): Penggunaan fitur AI di Figma telah menjadi rutinitas harian. Informan menyebut bahwa fitur ini digunakan setiap hari dalam proses desain, dan sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari alur kerja karena dampaknya terhadap efisiensi waktu.

#### D. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana komunikasi antara manusia dan sistem Mobile-AI terbentuk dalam konteks penggunaan Figma sebagai platform desain digital berbasis AI. Melalui pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan wawancara terhadap seorang UI/UX designer di Indonesia, ditemukan bahwa proses penerimaan dan penggunaan AI dalam Figma sangat dipengaruhi oleh dimensi-dimensi yang terdapat dalam model UTAUT2, seperti ekspektasi kinerja, kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dan motivasi hedonis.

Pengalaman informan menunjukkan bahwa integrasi AI dalam Figma tidak hanya mempercepat alur kerja desain, tetapi juga membentuk kebiasaan baru dalam berinteraksi dengan teknologi. Fitur-fitur seperti *rename layer otomatis*, *AI-generated copywriting*, dan *table alignment tools* memperlihatkan bahwa AI dapat mengambil peran aktif dalam aktivitas kreatif dan kolaboratif. Hal ini mempertegas bahwa teknologi tidak lagi bersifat pasif, melainkan terlibat secara adaptif dalam proses komunikasi kerja.

Secara sosial, penggunaan AI di Figma menunjukkan bahwa komunikasi digital antar pengguna berkembang secara kolektif. Praktik saling berbagi pengetahuan, pengalaman, dan strategi penggunaan fitur AI memperkuat komunitas kerja berbasis teknologi. Dengan demikian, proses adopsi AI tidak hanya individual, tetapi juga bersifat intersubjektif dan terikat pada konteks budaya kerja digital masyarakat Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahokangas, P., & Aagaard, A. (2024). *The Changing World of Mobile Communications 5G, 6G and the Future of Digital Services*.
- Benlian, A., Klumpe, J., & Hinz, O. (2021). Mitigating the intrusiveness of smart services' personalization: A privacy calculus perspective. *Information Systems Journal*, 31(3), 414–448. <https://doi.org/10.1111/isj.12306>
- Boucher, P., Nascimento, S., Kritikos, M., & Li, M. (2020). What if AI takes over? The impact of artificial intelligence on political, social and economic systems. *European Parliamentary Research Service*.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). A meta-analysis of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *Government Information Quarterly*, 36(1), 101–115. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.01.005>
- Fedorov, A., & Corp., M. (2024). *Understanding Artificial Intelligence for Mobile Platforms*. N.p.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford University Press.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Licklider, J. C. R. (1960). Man-computer symbiosis. *IRE Transactions on Human Factors in Electronics, HFE-1*(1), 4–11. <https://doi.org/10.1109/THFE2.1960.4503259>
- Marangunić, N., & Granić, A. (2015). Technology acceptance model: A literature review from 2003 to 2014. *Universal Access in the Information Society*, 14(1), 81–95. <https://doi.org/10.1007/s10209-014-0358-1>
- Nass, C., & Moon, Y. (2000). Machines and mindlessness: Social responses to computers. *Journal of Social Issues*, 56(1), 81–103. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00153>
- Shneiderman, B. (2022). *Human-Centered AI*. Oxford University Press.
- Venkatesh, V. (2022). UTAUT model for digital transformation. *Journal of Technology and Society*.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>

- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wang, Y., Wang, Y., & Yang, Y. (2020). Understanding the adoption of AI-powered voice assistants: An extension of the UTAUT2 model. *Information Systems Frontiers*, 22(6), 1435–1456. <https://doi.org/10.1007/s10796-020-10050-w>
- Widyanto, S., Yusuf, M., & Halim, R. (2022). Determinants of mobile payment adoption using UTAUT2: Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(3), 227–236.