BAB 2
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Studi Sebelumnya

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji penerimaan teknologi berbasis AI menggunakan kerangka UTAUT dan variannya dalam berbagai konteks. Kim et al. [9] meneliti penerimaan sistem AI generatif di kalangan karyawan perusahaan berskala besar dan menengah di Korea menggunakan model UTAUT, dengan survei terhadap 300 responden. Penelitian tersebut menemukan bahwa *effort expectancy* dan *social influence* secara signifikan memengaruhi *behavioral intention*, sedangkan *performance expectancy* berpengaruh terhadap *use behavior*. Temuan ini memberikan landasan empiris bahwa UTAUT valid dan relevan digunakan dalam konteks adopsi AI di lingkungan kerja profesional.

Li [5] secara spesifik mengkaji niat perilaku desainer dalam menggunakan *AI-generated content tools* menggunakan model UTAUT yang diperluas dengan *perceived anxiety* dan *perceived risk*, melibatkan 404 responden dari kalangan desainer dan mahasiswa desain. Penelitian tersebut menemukan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*, sementara *perceived anxiety* berperan sebagai penghambat signifikan. Temuan ini sangat relevan karena konteks penelitian profesi kreatif yang mengadopsi *AI tools* sangat dekat dengan topik penelitian ini.

Jing et al. [8] menganalisis faktor-faktor penerimaan AI-CST di kalangan komunitas desain industri menggunakan UTAUT yang diperluas dengan konstruk *technology optimism* dan *personal innovativeness*, melibatkan 515 responden. Temuan mereka menunjukkan bahwa *performance expectancy* merupakan prediktor terkuat dari *behavioral intention*, dan bahwa *interactivity* serta *facilitating conditions* merupakan determinan positif dari *effort expectancy*. Studi ini memberikan wawasan tentang karakteristik alat kreatif berbasis AI yang memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan.

Xu, Chen, dan Zhang [6] meneliti penerimaan *AI tools* di kalangan pendidik perguruan tinggi di China menggunakan model UTAUT2, menemukan bahwa *performance expectancy* merupakan prediktor terkuat dari *behavioral intention*. Xue, Rashid, dan Ouyang [10] melakukan tinjauan sistematis terhadap 162 artikel UTAUT di pendidikan tinggi dan menyimpulkan bahwa *performance expectancy* secara konsisten memiliki pengaruh terkuat terhadap *behavioral intention* lintas konteks. Kedua studi ini memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan hipotesis H1.

Jain, Garg, dan Khera [11] mengkaji adopsi *AI-enabled tools* di kalangan pekerja organisasi sosial di India menggunakan UTAUT. Penelitian ini dilakukan dalam konteks negara berkembang dan menemukan bahwa *social influence* dan *facilitating conditions* merupakan prediktor signifikan. Md. Sakib et al. [12] juga mengkaji adopsi AI di negara berkembang menggunakan UTAUT yang diperluas, mengonfirmasi bahwa *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*. Kedua temuan ini relevan bagi konteks Indonesia sebagai negara berkembang dengan tantangan infrastruktur digital yang serupa.

Tabel 2.1 menyajikan perbandingan komprehensif antara studi-studi terdahulu dengan penelitian yang diusulkan.

Tabel 2.1 Perbandingan Studi Sebelumnya dengan Penelitian yang Diusulkan

No	Penulis (Tahun)	Topik Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian ini
1	Park & Yoon [9] (2024)	Adopsi AI generatif di perusahaan Korea	Kuantitatif, UTAUT	Effort expectancy dan social influence berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention; performance expectancy berpengaruh terhadap use behavior.	Dilakukan di Korea pada konteks perusahaan umum, bukan pada profesi editor video atau industri kreatif di Indonesia.
2	Li [5](2025)	Niat desainer menggunakan AI-generated content tools	Kuantitatif, PLS-SEM, UTAUT + anxiety & risk	Performance expectancy berpengaruh positif terhadap behavioral intention; perceived anxiety dan perceived risk berperan sebagai	Tidak spesifik pada editor video dan tidak dilakukan dalam konteks Indonesia.

No	Penulis (Tahun)	Topik Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian ini
				penghambat signifikan adopsi AI tools.	
3	Jing et al. [8] (2025)	Penerimaan AI-CST komunitas desain industri	Kuantitatif, SEM, UTAUT diperluas	Performance expectancy merupakan prediktor terkuat; technology optimism dan personal innovativeness berpengaruh positif; interactivity dan facilitating conditions merupakan determinan effort expectancy.	Dilakukan di China pada komunitas desainer industri, bukan pada profesi editor video di Indonesia.
4	Xu et al. [6] (2024)	Penerimaan AI tools oleh pendidik universitas	Kuantitatif, UTAUT2	Performance expectancy merupakan prediktor terkuat dari behavioral intention, diikuti oleh effort expectancy dan social influence.	Dilakukan dalam konteks pendidikan tinggi di China, bukan pada industri kreatif di Indonesia.
5	Jain et al. [11] (2022)	Adopsi AI-enabled tools pekerja NGO	Kuantitatif, UTAUT	Social influence dan facilitating conditions merupakan prediktor signifikan dari penggunaan AI tools dalam konteks negara berkembang.	Dilakukan di India pada organisasi non-pemerintah, bukan pada profesi editor video atau industri kreatif.

2.2. Dasar Teori

2.2.1. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah model penerimaan teknologi yang dikembangkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, dan Davis pada tahun 2003 [13]. Model ini dibangun melalui sintesis dan integrasi delapan teori penerimaan teknologi sebelumnya, yaitu: *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM and TPB* (CTAMTPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Diffusion of Innovations Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT). Melalui validasi empiris longitudinal,

UTAUT mampu menjelaskan sekitar 70% varians dalam *behavioral intention* dan sekitar 50% dalam perilaku penggunaan aktual, menjadikannya salah satu model penerimaan teknologi dengan daya prediksi tertinggi [13].

Venkatesh [14] secara khusus mengembangkan agenda riset UTAUT dalam konteks adopsi *AI tools*, mengidentifikasi karakteristik individu, karakteristik teknologi, dan faktor lingkungan sebagai arah penelitian yang layak dikaji. Venkatesh, Thong, dan Xu [15] kemudian melakukan tinjauan dan sintesis komprehensif terhadap lebih dari satu dekade penelitian UTAUT, mengonfirmasi bahwa model ini tetap relevan untuk riset adopsi teknologi mutakhir. UTAUT mengidentifikasi empat konstruk utama, yaitu *performance expectancy (PE), effort expectancy (EE), social influence (SI), dan facilitating conditions (FC)*, yang masing-masing dimoderasi oleh usia, jenis kelamin, pengalaman, dan kesukarelaan penggunaan [13].

Pemilihan model UTAUT original (2003) dalam penelitian ini, dibandingkan UTAUT2 (Venkatesh, Thong, dan Xu, 2012) maupun *AI Acceptance Model* seperti AIDUA *(Artificially Intelligent Device Use Acceptance*) yang dikembangkan oleh Gursoy, Chi, Lu, dan Nunkoo (2019) [16], didasarkan pada kesesuaian konteks penelitian. UTAUT2 secara eksplisit dirancang untuk konteks konsumen (*consumer context*), dengan menambahkan tiga konstruk baru yaitu *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* yang relevan untuk penggunaan teknologi bersifat hiburan atau kebutuhan pribadi, seperti aplikasi *mobile banking* atau layanan *streaming*. Sementara itu, penggunaan *AI editing tools* oleh editor video dalam penelitian ini merupakan penggunaan teknologi dalam konteks pekerjaan profesional (*organizational/workplace context*), bukan konsumsi pribadi, sehingga UTAUT original yang memang dirancang untuk konteks organisasional bisa dinilai lebih tepat

digunakan tanpa perlu menambahkan konstruk-konstruk konsumen tersebut.

Adapun AIDUA [16] dirancang secara spesifik untuk menjelaskan penerimaan perangkat AI (*AI device*) dalam konteks *service encounter*, seperti robot pelayanan pelanggan atau *AI concierge*, dengan enam anteseden yang mencakup *social influence*, *hedonic motivation*, *anthropomorphism*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *emotion*, di mana proses penerimaannya dimediasi oleh respons emosional pengguna. Konstruk *anthropomorphism* dalam AIDUA merepresentasikan sejauh mana suatu perangkat AI memiliki karakteristik menyerupai manusia, yang relevan untuk perangkat seperti robot atau asisten virtual, namun kurang relevan untuk *AI editing tools* yang berbentuk perangkat lunak produktivitas tanpa antarmuka *humanoid*. Selain itu, AIDUA berfokus pada penerimaan di titik interaksi layanan (*service encounter*) yang bersifat episodik, berbeda dengan penggunaan *AI editing tools* yang bersifat berkelanjutan sebagai bagian dari alur kerja profesional sehari-hari. Berdasarkan pertimbangan tersebut, UTAUT original dinilai sebagai kerangka teori yang paling sesuai dengan konteks penelitian ini, yaitu penerimaan teknologi AI dalam lingkungan kerja profesional oleh editor video.

Sejalan dengan pertimbangan tersebut, penelitian ini juga tidak mengikutsertakan konstruk *perceived anxiety* dan *perceived risk* yang digunakan pada beberapa studi UTAUT yang diperluas, seperti penelitian Li [5] terhadap adopsi *AI-generated content tools* oleh desainer. Kedua konstruk tersebut merupakan penambahan spesifik pada model UTAUT2 dan bukan bagian dari konstruk inti UTAUT original. Penelitian ini secara sengaja mempertahankan model UTAUT dalam bentuk originalnya (empat konstruk utama: *performance expectancy*,

effort expectancy, *social influence*, dan *facilitating conditions*) untuk menjaga parsimoni model dan konsistensi dengan mayoritas studi UTAUT yang menjadi rujukan utama penelitian ini [10], sekaligus untuk memfokuskan analisis pada faktor-faktor penerimaan yang bersifat fundamental sebelum mempertimbangkan perluasan konstruk pada penelitian selanjutnya. Studi terbaru oleh Lupiyoadi et al. [17] yang meneliti adopsi AI pada UMKM dan startup di Indonesia turut menunjukkan bahwa model UTAUT dasar tetap memiliki daya jelas yang kuat pada konteks Indonesia, dengan *facilitating conditions* dan *behavioral intention* terbukti signifikan memengaruhi *actual use*, memperkuat relevansi penggunaan UTAUT original dalam penelitian ini.

2.2.2. Performance Expectancy (PE)

Performance expectancy didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu meyakini bahwa penggunaan suatu sistem teknologi akan membantu mereka dalam mencapai peningkatan kinerja pekerjaan [13]. Konstruk ini merupakan integrasi dari *perceived usefulness (TAM), extrinsic motivation (MM), job fit (MPCU), relative advantage (IDT),* dan *outcome expectations (SCT)*. Dalam tinjauan sistematis yang dilakukan Xue et al. [10] terhadap 162 studi UTAUT, *performance expectancy* secara konsisten ditemukan sebagai prediktor terkuat dari *behavioral intention* lintas konteks. Hu et al. [18] mengonfirmasi bahwa *perceived usefulness* yang berpadanan dengan *performance expectancy* dalam UTAUT berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *AI drawing tools* oleh desainer media digital. Dalam konteks *AI editing tools*, *performance expectancy* tercermin dari keyakinan editor video bahwa penggunaan alat tersebut akan meningkatkan efisiensi pengeditan, mempercepat *workflow*, dan menghasilkan output video yang lebih berkualitas [1].

2.2.3. Effort Expectancy (EE)

Effort expectancy didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang diasosiasikan seorang individu dengan penggunaan suatu sistem teknologi [13]. Konstruk ini merupakan integrasi dari *perceived ease of use (TAM), complexity (MPCU), dan ease of use (IDT)*. Semakin mudah suatu teknologi untuk dipelajari dan digunakan, semakin tinggi kemungkinan individu untuk mengadopsinya [13]. Li [5] menemukan bahwa *perceived anxiety* berinteraksi negatif dengan *effort expectancy* dalam konteks adopsi *AI-generated content tools* oleh desainer, menegaskan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor krusial dalam menentukan adopsi *AI tools* oleh profesional kreatif. Jing et al. [8] lebih lanjut mengungkapkan bahwa *interactivity* dan *facilitating conditions* merupakan determinan positif dari *effort expectancy* dalam konteks AI-CST.

2.2.4. Social Influence (SI)

Social influence didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu mempersepsikan bahwa orang-orang penting di sekitarnya rekan kerja, atasan, komunitas professional percaya bahwa mereka seharusnya menggunakan teknologi baru tersebut [2]. Konstruk ini mengintegrasikan *subjective norm* (TRA, TAM2, TPB), *social factors* (MPCU), dan *image* (IDT). Kim et al. [9] mengonfirmasi bahwa *social influence* merupakan prediktor signifikan dari *behavioral intention* dalam adopsi AI generatif di lingkungan kerja. Hu et al. [18] mengonfirmasi bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berlangganan *AI drawing tools* oleh desainer media digital. Dalam industri kreatif Indonesia yang sangat berbasis komunitas, pengaruh sosial dari sesama editor video, direktur kreatif, dan komunitas profesional menjadi faktor determinan penting.

2.2.5. Facilitating Conditions (FC)

Facilitating conditions didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu meyakini bahwa infrastruktur teknis dan organisasional tersedia untuk mendukung penggunaan sistem teknologi [13]. Konstruk ini terintegrasi dari *perceived behavioral control (TPB), facilitating conditions (MPCU)* dan *compatibility (IDT)*. Jain et al. [11] menemukan bahwa *facilitating conditions* merupakan prediktor signifikan dalam konteks adopsi *AI-enabled tools* di negara berkembang seperti India. Md. Sakib et al. [12] mengonfirmasi bahwa *facilitating conditions* berpengaruh terhadap use behavior dalam konteks adopsi AI di Bangladesh. Bagi editor video di Indonesia, *facilitating conditions* mencakup ketersediaan perangkat keras yang memadai, akses internet yang stabil untuk layanan *cloud AI*, dukungan teknis, dan keterjangkauan biaya berlangganan *AI editing tools*.

2.2.6. Behavioral Intention (BI) dan Use Behavior (UB)

Behavioral intention merupakan variabel antara (mediator) dalam model UTAUT yang menggambarkan tingkat niat seorang individu untuk menggunakan suatu teknologi di masa depan [13]. Model UTAUT menyatakan bahwa PE, EE, dan SI secara langsung memengaruhi BI, sementara BI dan FC secara bersama-sama memengaruhi *use behavior* (UB) atau perilaku penggunaan aktual. Kim et al. [9] mengonfirmasi signifikansi hubungan antara BI dan UB dalam konteks adopsi AI generatif di lingkungan kerja profesional. Venkatesh, Thong, dan Xu [15] menegaskan bahwa hubungan BI dan UB ini merupakan inti dari model UTAUT yang telah tervalidasi secara konsisten lintas konteks.

2.2.7. Experience sebagai Variabel Moderasi

Dalam model UTAUT original, Venkatesh et al. [13] mengidentifikasi *experience* sebagai salah satu dari empat variabel moderasi yang meregulasi kekuatan hubungan antarkonstruk utama

terhadap *behavioral intention* dan *use behavior*. *Experience* didefinisikan sebagai lamanya dan intensitas seorang individu dalam menggunakan suatu teknologi tertentu sejak pertama kali diperkenalkan kepadanya [13]. Dalam konteks model UTAUT, *experience* secara khusus memoderasi hubungan antara *effort expectancy* dan *behavioral intention*, serta hubungan antara *facilitating conditions* dan *use behavior*. Venkatesh et al. [13] menemukan bahwa pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* cenderung lebih kuat pada pengguna dengan pengalaman yang lebih sedikit, dan melemah seiring bertambahnya pengalaman pengguna dengan teknologi tersebut. Hal ini dijelaskan oleh teori otomatisitas (*automaticity theory*), yang menyatakan bahwa semakin berpengalaman seseorang dengan suatu teknologi, semakin sedikit sumber daya kognitif yang dibutuhkan untuk menggunakannya, sehingga faktor kemudahan penggunaan menjadi kurang relevan dalam memengaruhi niatnya [13].

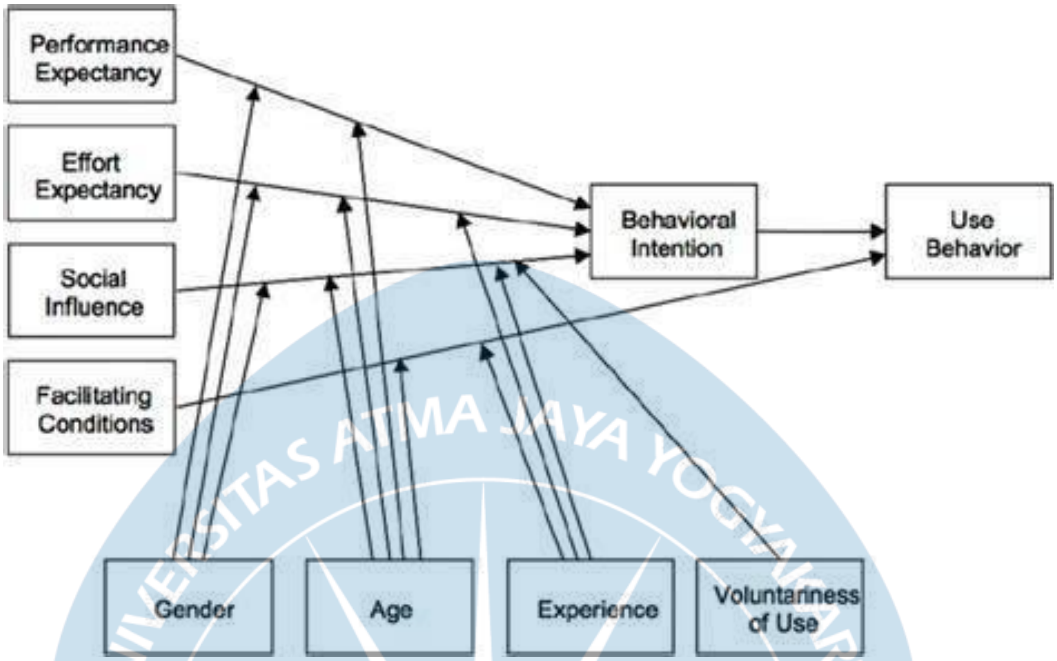
Dalam penelitian ini, experience tidak diposisikan sebagai variabel moderasi yang diuji secara statistik dalam model struktural. Sebaliknya, variabel ini dikendalikan melalui penetapan kriteria inklusi sampel, yaitu dengan membatasi responden pada editor video yang memiliki pengalaman minimal satu tahun dalam profesi tersebut. Pembatasan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa editor video dengan pengalaman minimal satu tahun telah memiliki eksposur yang cukup terhadap alur kerja pengeditan video secara profesional, sehingga mereka dapat memberikan penilaian yang lebih informed dan akurat mengenai persepsi mereka terhadap AI editing tools [13]. Dengan mengontrol experience melalui kriteria sampel, penelitian ini memastikan bahwa varians dalam variabel dependen tidak terkontaminasi oleh perbedaan tingkat pengalaman yang ekstrem di

antara responden, sehingga fokus analisis tetap pada pengaruh langsung dari empat konstruk utama UTAUT terhadap behavioral intention dan use behavior [10] [11].

2.2.8. AI Editing Tools

AI editing tools adalah perangkat lunak atau fitur berbasis kecerdasan buatan yang digunakan dalam proses pengeditan video. Anantrasirichai dan Bull [1] mengategorikan aplikasi *AI* dalam industri kreatif ke dalam lima kelompok: (i) pembuatan konten, (ii) analisis informasi, (iii) peningkatan konten dan alur pascaproduksi, (iv) ekstraksi dan peningkatan informasi, serta (v) kompresi data. *AI editing tools* secara langsung mencakup kelompok (i), (iii), dan (iv) dari kategorisasi tersebut. Teknologi ini memanfaatkan kombinasi *machine learning*, *computer vision*, *deep learning*, dan *natural language processing* untuk mengotomasi dan meningkatkan berbagai aspek pengeditan video [1]. Contoh kapabilitas yang umum digunakan oleh editor video mencakup *auto-cut*, transkripsi dan subtitle otomatis, *scene detection*, *background removal*, *color grading* berbasis *AI*, *noise reduction*, *smart reframing*, dan *speed warp retiming*.

Sebagai kerangka teoretis utama, Gambar 2.1 menampilkan model UTAUT original yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. [13]. Model tersebut terdiri dari empat konstruk independen, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*, yang memengaruhi *behavioral intention* dan *use behavior*, dengan empat variabel moderasi yang meregulasi kekuatan hubungan antarkonstruk tersebut.



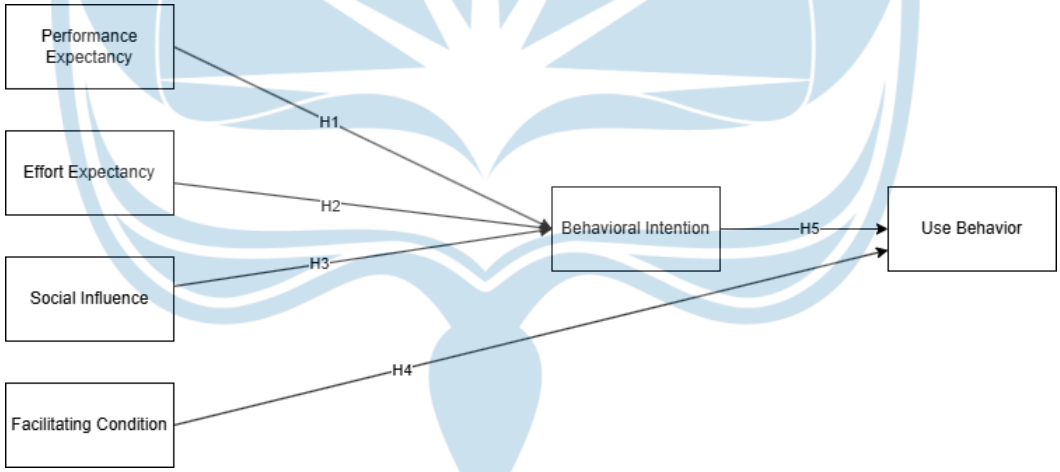
Gambar 2.1 Model Penelitian UTAUT Original

Pada model UTAUT original, terdapat empat variabel moderasi, yaitu *gender*, *age*, *experience*, dan *voluntariness of use*, yang meregulasi kekuatan pengaruh konstruk independen terhadap *behavioral intention* dan *use behavior*. Dalam penelitian ini, dari keempat variabel moderasi tersebut, hanya variabel *experience* yang diikutsertakan ke dalam model penelitian. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian ini secara eksplisit memfilter responden berdasarkan pengalaman minimal satu tahun sebagai editor video (sebagaimana diuraikan pada subbab 2.2.8 dan subbab 3.2.3), sehingga variabel *experience* menjadi relevan untuk diuji pengaruh moderasinya terhadap hubungan antarkonstruk. Sebagaimana dinyatakan oleh Venkatesh et al. [13], *experience* memoderasi hubungan antara *effort expectancy* dan *behavioral intention*, serta hubungan antara *facilitating conditions* dan *use behavior*, sehingga pengujiannya relevan dengan konteks editor video yang memiliki tingkat pengalaman yang bervariasi.

Adapun tiga variabel moderasi lainnya, yaitu *gender*, *age*, dan *voluntariness of use*, tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini. Ketiga variabel tersebut tidak diikutsertakan karena tujuan utama penelitian ini adalah

menganalisis pengaruh langsung konstruk utama UTAUT, bukan membandingkan kelompok demografis berdasarkan jenis kelamin atau usia. Selain itu, pengikutsertaan seluruh variabel moderasi akan membutuhkan ukuran sampel yang jauh lebih besar untuk menghasilkan *multi-group analysis* (MGA) yang memadai secara statistik [19], sementara lingkup penelitian ini difokuskan pada pengujian konstruk utama beserta satu variabel moderasi yang paling relevan dengan desain sampel yang digunakan.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan di atas, model penelitian yang digunakan dalam studi ini merupakan adaptasi dari model UTAUT original yang mengikutsertakan variabel moderasi experience namun tidak mengikutsertakan tiga variabel moderasi lainnya (*gender*, *age*, dan *voluntariness of use*). Model penelitian yang menggambarkan hubungan antarkonstruk beserta hipotesis yang diuji disajikan pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Model Penelitian yang Diusulkan

2.3. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan teori UTAUT dan tinjauan literatur yang telah dipaparkan, penelitian ini mengembangkan lima hipotesis sebagai berikut.

Dalam tinjauan sistematis Xue et al. [10] terhadap 162 studi UTAUT, *performance expectancy* secara konsisten ditemukan sebagai prediktor paling kuat dari *behavioral intention* lintas konteks. Temuan ini dikonfirmasi oleh Hu et al. **[18]** yang menemukan bahwa *perceived usefulness* padanan *performance expectancy*

dalam UTAUT berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *AI drawing tools* oleh desainer, serta oleh Li [5] dalam konteks adopsi *AI tools* oleh desainer. Venkatesh [14] secara eksplisit mengidentifikasi *performance expectancy* sebagai prediktor utama dalam konteks adopsi AI tools. Oleh karena itu:

H1: *Performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* editor video di Indonesia untuk menggunakan *AI editing tools*.

Kemudahan penggunaan (*effort expectancy*) secara signifikan memengaruhi keinginan pengguna mengadopsi teknologi baru, terutama pada tahap awal penggunaan [13]. Li [5] menemukan bahwa *perceived anxiety* berinteraksi negatif dengan *effort expectancy*, mengimplikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan yang tinggi dapat mengurangi hambatan adopsi *AI tools* oleh profesional kreatif. Hu et al. [18] mengonfirmasi bahwa *perceived ease of use* merupakan prediktor signifikan yang secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi niat penggunaan *AI drawing tools* oleh desainer media digital. Oleh karena itu:

H2: *Effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention editor* video di Indonesia untuk menggunakan *AI editing tools*.

Pengaruh sosial dari rekan profesional, komunitas, dan pemimpin opini dapat memengaruhi keputusan adopsi teknologi [13]. Kim et al. [9] mengonfirmasi bahwa *social influence* merupakan prediktor signifikan dari *behavioral intention* karyawan dalam mengadopsi AI generatif di lingkungan kerja. Hu et al. [18] juga mengonfirmasi bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berlangganan *AI drawing tools* oleh desainer media digital, menegaskan peran penting tekanan sosial dalam adopsi *AI tools* di kalangan profesional kreatif. Dalam industri kreatif Indonesia yang sangat terhubung melalui komunitas *online* dan forum profesional, pengaruh sosial menjadi faktor determinan penting. Oleh karena itu:

H3: *Social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* editor video di Indonesia untuk menggunakan *AI editing tools*.

Ketersediaan infrastruktur pendukung secara langsung memengaruhi *use behavior* aktual teknologi [13]. Jain et al. [11] menemukan bahwa *facilitating conditions* merupakan prediktor signifikan dari penggunaan *AI-enabled tools* dalam konteks negara berkembang. Md. Sakib et al. [12] mengonfirmasi hal serupa dalam konteks adopsi AI di Bangladesh. Bagi editor video di Indonesia, keterbatasan infrastruktur digital seperti spesifikasi perangkat keras yang belum memadai dan biaya berlangganan yang tinggi menjadi pertimbangan penting dalam keputusan adopsi *AI editing tools*. Oleh karena itu:

H4: *Facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* editor video di Indonesia dalam menggunakan AI editing tools.

Model UTAUT menyatakan bahwa *behavioral intention* adalah prediktor langsung dari *use behavior* [13]. Kim et al. [9] mengonfirmasi signifikansi hubungan ini dalam konteks adopsi AI generatif di lingkungan kerja profesional. Venkatesh, Thong, dan Xu [15] dalam tinjauan komprehensif mereka menegaskan bahwa hubungan BI dan UB merupakan inti yang tervalidasi dari model UTAUT lintas konteks. Individu dengan niat kuat untuk menggunakan teknologi tertentu lebih cenderung mengimplementasikannya dalam praktik kerja sehari-hari [10]. Oleh karena itu:

H5: *Behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* editor video di Indonesia dalam menggunakan AI editing tools.