



Pengalaman Penggunaan Microsoft Copilot dalam Otomatisasi Pekerjaan: Studi pada Karyawan Perusahaan Teknologi

Yohana Vanessa Rebecca Simarmata¹✉, Fiona¹, Sri Rezeky Indiani Husnita¹, Irwansyah²

¹Universitas Pelita Harapan

²Universitas Indonesia

✉ yohanavrs07@gmail.com

doi <https://doi.org/10.30601/humaniora.v%vi%i.6579>

Published by Universitas Pelita Harapan

Artikel Info

Submitted:

08-03-2025

Revised:

30-03-2025

Accepted:

30-04-2025

Online first :

30-04-2025

Abstract

The emergence of artificial intelligence (AI) technologies such as Microsoft Copilot has brought significant changes to professional work practices, particularly in the automation of daily tasks. This study aims to: (1) explore employees' motivations for using Microsoft Copilot; (2) identify the forms of gratification experienced by users; and (3) understand the subjective experiences and personal meanings constructed using this technology. This research employs a qualitative approach with a descriptive case study design. Data were collected through semi-structured interviews with employees at a technology company and analyzed through open, axial, and selective coding. The findings reveal that work efficiency, ease of information access, and the drive for creative exploration are the main motivations for using Copilot. The study also uncovers various forms of gratification such as delegated knowing, linguistic empowerment, paradox of agency, and localization gratification, reflecting the complex interaction between humans and AI in digital workspaces. This research contributes to the development of the Uses and Gratifications theory in the context of AI-based technologies and offers practical insights for organizations seeking to integrate AI more effectively into the workplace.

Keywords: artificial intelligence, Microsoft Copilot, user experience, work automation, Uses and Gratifications.

Abstrak

Kemunculan kecerdasan buatan (AI) seperti Microsoft Copilot menghadirkan perubahan signifikan dalam praktik kerja profesional, khususnya dalam otomatisasi tugas harian. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengeksplorasi motivasi karyawan dalam menggunakan Microsoft Copilot; (2) mengidentifikasi bentuk gratifikasi yang dirasakan pengguna; dan (3) memahami pengalaman subjektif serta pemaknaan personal atas penggunaan teknologi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur terhadap karyawan di perusahaan teknologi, kemudian dianalisis melalui proses coding terbuka, aksial, dan selektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi kerja, kemudahan mengakses informasi, dan dorongan untuk eksplorasi kreatif merupakan motivasi utama penggunaan Copilot. Temuan juga mengungkapkan berbagai bentuk gratifikasi seperti delegated knowing, linguistic empowerment, paradox of agency, dan localization gratification, yang mencerminkan interaksi kompleks antara manusia dan AI dalam konteks kerja digital. Studi ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori Uses and Gratifications dalam konteks teknologi berbasis AI, sekaligus menawarkan wawasan praktis bagi organisasi dalam mengintegrasikan AI secara lebih efektif di lingkungan kerja.

Kata kunci: kecerdasan buatan, Microsoft Copilot, pengalaman pengguna, otomatisasi kerja, Uses and Gratifications



[This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi Artificial Intelligence (AI) telah membawa transformasi signifikan dalam dunia kerja, khususnya di sektor industri teknologi. AI tidak hanya membantu dalam otomatisasi proses bisnis, tetapi juga memperkuat pengambilan keputusan berbasis data, inovasi model bisnis, dan peningkatan pengalaman pelanggan (Yang et al., 2024). Salah satu wujud penerapan AI yang semakin menonjol adalah Microsoft Copilot, sebuah asisten digital berbasis AI yang terintegrasi dalam ekosistem Microsoft 365. Copilot, yang terintegrasi dengan aplikasi Microsoft 365 seperti Teams, Word, Excel, dan Outlook, memungkinkan pengguna untuk menyusun laporan, menganalisis data, dan merencanakan strategi secara lebih efisien (Asundi, 2025). (Bersano, 2024) mencatat bahwa integrasi Microsoft Copilot dalam ekosistem kerja profesional memberikan dampak nyata terhadap peningkatan efisiensi. Berdasarkan laporan pengguna awal, sekitar 70% dari mereka mengalami peningkatan efisiensi kerja hingga 29% dalam berbagai aktivitas harian seperti pencarian informasi, penulisan dokumen, dan penyusunan ringkasan. (Vasilescu & Gheorghe, 2024) menunjukkan bahwa Microsoft Copilot, sebagai asisten virtual berbasis AI, secara signifikan meningkatkan performa kerja karyawan perusahaan. Dengan kemampuannya dalam menyusun ringkasan otomatis, merencanakan tugas, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis konteks, Copilot membantu pengguna bekerja lebih efisien, menyelesaikan lebih banyak tugas, dan merasa lebih percaya diri dalam pekerjaannya. Dengan demikian, kehadiran Microsoft Copilot tidak hanya merepresentasikan kemajuan teknologi AI dalam dunia kerja, tetapi juga menjadi katalis penting dalam mendorong transformasi digital yang lebih adaptif, efisien, dan berorientasi pada peningkatan kinerja individu maupun perusahaan. AI seperti Copilot menjadi strategi jitu dalam pengembangan teknologi digital pada perusahaan, sebagai cara ampuh untuk merespons dinamika industri yang serba cepat.

Durach & Gutierrez (2024) mengemukakan bahwa chatbot berbasis AI, seperti Microsoft Copilot, dapat memberikan manfaat langsung dalam meningkatkan pengambilan keputusan dan alokasi sumber daya, sehingga membantu mengatasi hambatan operasional. Dipaparkan oleh (Kytö, 2024), salah satu fitur utamanya adalah kemampuan untuk menghasilkan konten secara otomatis, seperti menyusun dokumen di Word berdasarkan presentasi PowerPoint atau membuat slide secara instan dari teks dokumen. Selain itu, Copilot terintegrasi dengan Outlook dan Microsoft Teams untuk secara otomatis merangkum percakapan email, menyusun catatan rapat, dan membantu pengguna mengejar informasi yang tertinggal tanpa harus membaca ulang seluruh isi komunikasi. Berperan sebagai mitra kerja digital, menjadi penting untuk memahami motivasi dan kepuasan pengguna terhadap teknologi Microsoft Copilot dalam konteks transformasi digital yang sedang berlangsung di dunia kerja. Dalam studi yang dilakukan oleh Adil (2024) terungkap bahwa motivasi utama pengguna dalam mengadopsi Copilot berkaitan dengan kebutuhan untuk

mengurangi beban administratif, mempercepat pencarian informasi, serta meningkatkan efisiensi komunikasi antar tim dan proses koordinasi dengan klien.

Kajian-kajian terdahulu mengenai adopsi dan pemanfaatan Microsoft Copilot sebagian besar masih bersifat kuantitatif, dengan penekanan pada evaluasi kinerja sistem, efisiensi waktu, serta peningkatan produktivitas pengguna. Adil (2024) mengemukakan bahwa Copilot berpotensi mengurangi beban administratif dan mempercepat proses kerja melalui uji coba terbatas dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM). Penelitian lain oleh Kytö (2024) menunjukkan bahwa penggunaan Copilot memungkinkan penyelesaian tugas hingga 26% lebih cepat dibandingkan kelompok kontrol, sementara Asundi (2025) menekankan fungsi Copilot dalam mendukung pengambilan keputusan berbasis data di lingkungan kerja strategis. Meskipun temuan-temuan tersebut berkontribusi pada pemahaman mengenai efektivitas teknologis Copilot, pendekatan kuantitatif yang digunakan cenderung mengabaikan aspek-aspek subjektif dan kontekstual dari pengalaman pengguna, seperti motivasi personal, persepsi interaksi, dan konstruksi makna terhadap teknologi dalam praktik kerja sehari-hari. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan untuk melakukan penelitian kualitatif yang mampu menggali secara mendalam dimensi pengalaman dan kepuasan pengguna dari kajian komunikasi. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan pendekatan kualitatif yang berfokus pada eksplorasi pengalaman subjektif pengguna Copilot, dalam rangka memperoleh pemahaman yang lebih holistik mengenai peran AI dalam transformasi digital di tempat kerja.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berupaya untuk memahami bagaimana pengguna membangun relasi makna terhadap keberadaan Microsoft Copilot di lingkungan kerja. Seiring dengan meningkatnya integrasi kecerdasan buatan dalam lingkungan kerja profesional, muncul pertanyaan mengenai bagaimana karyawan memaknai kehadiran teknologi ini dalam menunjang aktivitas dan produktivitas mereka. Penelitian ini secara khusus mengangkat tiga fokus utama, yaitu: (1) bagaimana karyawan memaknai penggunaan Microsoft Copilot dalam pekerjaan mereka; (2) apa yang menjadi motivasi mereka dalam menggunakan Copilot; serta (3) bentuk gratifikasi atau kepuasan seperti apa yang dirasakan selama berinteraksi dengan teknologi tersebut. Ketiga rumusan ini menjadi dasar untuk menggali lebih dalam pengalaman subjektif pengguna melalui pendekatan kualitatif, guna memperoleh pemahaman holistik mengenai peran Microsoft Copilot dalam praktik komunikasi dan kerja digital masa kini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam pengalaman pengguna terhadap teknologi kecerdasan buatan, khususnya Microsoft Copilot, dalam konteks kerja profesional. Secara spesifik, tujuan dari penelitian ini mencakup: (1) menggali motivasi karyawan dalam menggunakan Microsoft Copilot; (2) mengidentifikasi bentuk-bentuk gratifikasi atau kepuasan yang dirasakan oleh pengguna selama berinteraksi dengan teknologi tersebut; dan (3) memahami pengalaman subjektif serta pemaknaan personal yang dikonstruksi oleh pengguna dalam proses penggunaan Microsoft Copilot. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih holistik mengenai relasi antara manusia dan teknologi dalam dinamika komunikasi kerja digital.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam dua ranah utama, yaitu teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini bertujuan untuk memperluas penerapan *Uses and Gratifications Theory* (UGT) melalui pendekatan kualitatif, yang selama ini lebih dominan digunakan dalam kerangka penelitian kuantitatif. Dengan mengeksplorasi motivasi, gratifikasi, dan pemaknaan pengguna secara mendalam melalui wawancara, studi ini memperkaya khazanah teoritis UGT dalam konteks media baru dan interaksi manusia dengan teknologi berbasis kecerdasan buatan. Sementara itu, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang relevan bagi pengembang teknologi dan organisasi (khususnya perusahaan teknologi) dalam merancang dan mengimplementasikan sistem AI seperti Microsoft Copilot yang lebih responsif terhadap kebutuhan, ekspektasi, dan pengalaman pengguna.

KAJIAN TEORI

Teori Uses and Gratifications (UGT)

Teori Uses and Gratifications (UGT) merupakan salah satu pendekatan dalam kajian komunikasi yang berfokus pada bagaimana individu secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam pendekatan ini, pengguna media dipandang sebagai agen yang sadar dan terarah dalam berkomunikasi, serta memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengungkapkan motivasi dan kepuasan yang diperoleh dari media yang mereka konsumsi. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Katz et al. (1973), yang menyatakan bahwa audiens bukanlah pihak pasif, melainkan aktor aktif yang secara sadar menggunakan media untuk tujuan tertentu. Lima asumsi dasar teori ini adalah: (1) penggunaan media bersifat *goal-directed* atau bertujuan; (2) audiens memiliki kontrol terhadap pilihan media; (3) media bersaing

dengan sumber lain untuk memenuhi kebutuhan; (4) individu menyadari motif dan kepuasan mereka; dan (5) hanya pengguna yang dapat memberikan evaluasi terhadap nilai media yang dikonsumsi.

UGT awalnya diterapkan pada media konvensional seperti televisi dan radio, namun dalam perkembangannya, teori ini telah banyak digunakan untuk memahami interaksi manusia dengan media baru, termasuk media sosial dan kecerdasan buatan (AI). Salah satu contoh penerapannya dalam konteks teknologi AI terkini dapat dilihat pada studi Zhang et al. (2025), yang mengadopsi pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi bagaimana orang tua dan anak-anak memanfaatkan ChatGPT dalam kehidupan sehari-hari. Studi tersebut menunjukkan bahwa UGT mampu menjelaskan berbagai motivasi dan pengalaman pengguna terhadap agen percakapan berbasis AI, seperti informasi, produktivitas, hiburan, hingga penguatan ikatan sosial dalam keluarga.

Diperkuat oleh Studi (Falgoust et al., 2022) yang menunjukkan bahwa UGT dapat diaplikasikan secara kualitatif dalam memahami motivasi partisipasi pengguna terhadap tantangan media sosial. Dalam penelitian tersebut, wawancara mendalam digunakan untuk mengidentifikasi kategori motivasi seperti hiburan, kenyamanan, interaksi sosial, dukungan sosial, pencarian informasi, dan pelarian dari realitas. Hasil ini menunjukkan fleksibilitas UGT sebagai kerangka teoritis dalam menjelaskan keterlibatan pengguna dengan media berbasis AI yang bersifat interaktif dan algoritmik.

Microsoft Copilot sebagai Media Baru Berbasis AI

Microsoft Copilot adalah sistem asisten digital berbasis kecerdasan buatan yang terintegrasi dalam ekosistem Microsoft 365. Teknologi ini dirancang untuk mendampingi pengguna dalam menjalankan tugas sehari-hari, seperti menyusun dokumen, menganalisis data, menjawab email, serta mengelola rapat dan informasi secara otomatis. Dalam konteks komunikasi digital, Copilot tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai mitra kolaboratif yang mengubah cara individu berinteraksi dengan informasi, kolega, dan sistem kerja. Kytö (2024) mencatat bahwa Copilot mampu meningkatkan produktivitas kerja hingga 26% dengan cara mengotomatisasi tugas administratif dan menyediakan informasi relevan secara cepat. Sementara itu, Asundi (2025) menekankan peran Copilot dalam mendukung pengambilan keputusan strategis berbasis data, dengan menempatkan AI sebagai mitra kerja yang memperkuat intuisi manusia. Dalam konteks ini, Copilot dapat dipandang sebagai media baru yang tidak hanya menyampaikan

informasi, tetapi juga turut berpartisipasi dalam konstruksi makna dan pengambilan keputusan pengguna.

Integrasi UGT dan Pengalaman Pengguna AI

Penggunaan UGT dalam kajian pengalaman pengguna Microsoft Copilot menawarkan pendekatan yang menempatkan individu sebagai subjek aktif yang secara sadar memaknai interaksinya dengan teknologi. Motivasi seperti efisiensi, kemudahan, kenyamanan, serta pencapaian profesional menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan Copilot. Gratifikasi yang diperoleh tidak hanya berupa manfaat fungsional, tetapi juga perasaan kompeten, dukungan emosional, dan penguatan peran sosial di lingkungan kerja.

Dengan demikian, penelitian ini mengadopsi UGT sebagai kerangka teoritis untuk mengeksplorasi tiga aspek utama: (1) motivasi penggunaan Copilot oleh karyawan, (2) bentuk gratifikasi atau kepuasan yang diperoleh dari penggunaan tersebut, dan (3) bagaimana pengalaman subjektif tersebut dimaknai dalam dinamika komunikasi kerja digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap kompleksitas hubungan manusia dan AI dalam konteks kerja kontemporer yang semakin terdigitalisasi.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi pengalaman karyawan dalam menggunakan Microsoft Copilot dalam otomatisasi pekerjaan. (Bunkar et al., 2024) menekankan bahwa studi kasus memberikan kedalaman analisis terhadap proses, pengalaman, dan makna yang penting dalam penelitian kualitatif berbasis naratif dan interpretatif. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteks sulit dipisahkan.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara semi terstruktur terhadap enam karyawan yang bekerja di sebuah perusahaan teknologi di Jakarta Selatan dan menggunakan Microsoft Copilot dalam aktivitas kerja mereka sehari-hari. Menurut Ruslin et al.

(2022), *semi-structured interview* memungkinkan terjadinya dialog terbuka antara peneliti dan partisipan dan juga tetap menjaga arah pembicaraan agar tetap relevan dengan fokus penelitian. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menggali secara mendalam pengalaman subjektif, persepsi, dan makna yang dikonstruksikan oleh para informan terkait penggunaan Copilot dalam otomatisasi pekerjaan, mulai dari aspek efisiensi, peran AI sebagai mitra kognitif, hingga dampaknya terhadap kepercayaan diri, kreativitas, dan ketergantungan teknologi. Metode ini memungkinkan peneliti menangkap kompleksitas fenomena secara naratif dan reflektif dalam konteks kehidupan nyata informan.

Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dimulai dengan identifikasi dan pemilihan informan yang relevan, yaitu karyawan dari berbagai divisi di sebuah perusahaan teknologi yang berbasis di Jakarta Selatan dan secara aktif menggunakan Microsoft Copilot dalam kegiatan kerja mereka sehari-hari. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive* dengan mempertimbangkan variasi posisi dan fungsi kerja, seperti *Business Development*, *System Administrator*, dan *Development Manager*, untuk memperoleh perspektif yang kaya dan beragam. Setelah memperoleh persetujuan partisipasi, peneliti melakukan wawancara semi-terstruktur kepada enam informan. Panduan wawancara disusun berdasarkan kerangka teori *uses and gratifications*, konsep *delegated knowing*, *linguistic empowerment*, *paradox of agency*, dan *localization gratification*. Namun, format semi-terstruktur memberikan keleluasaan bagi peneliti untuk menggali informasi di luar panduan apabila informan menunjukkan arah pembahasan yang menarik dan relevan.

Seluruh wawancara direkam dengan izin informan, yang kemudian ditranskripsi secara verbatim. Transkrip dianalisis menggunakan pendekatan koding kualitatif yang terdiri dari koding terbuka, aksial, dan selektif. Melalui proses ini, enam tema utama berhasil diidentifikasi: efisiensi kerja, pengalihan pengetahuan (*delegated knowing*), pemberdayaan linguistik, kreativitas visual, paradoks agensi, dan kebutuhan lokal (*localization*). Untuk menjaga validitas data, dilakukan triangulasi dengan membandingkan temuan antar informan, mencermati konsistensi dalam narasi, serta merujuk pada dokumentasi atau konteks kerja yang disebutkan oleh partisipan. Proses analisis bersifat iteratif dan reflektif, di mana peneliti secara aktif meninjau ulang makna-makna yang muncul dalam percakapan guna memastikan bahwa interpretasi yang dihasilkan tidak lepas dari konteks sosial dan budaya kerja informan. Pelaksanaan penelitian ini memberikan gambaran yang

mendalam mengenai bagaimana Microsoft Copilot diintegrasikan dalam praktik kerja sehari-hari dan bagaimana pengguna mengartikulasikan pengalaman mereka terhadap teknologi tersebut dalam kaitannya dengan produktivitas, identitas profesional, dan relasi dengan sistem otomatisasi.

Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif yang berorientasi pada *grounded theory*, sesuai dengan tradisi (Corbin & Strauss, 1996). Setelah proses wawancara selesai, seluruh rekaman wawancara ditranskrip verbatim. Peneliti kemudian melakukan koding terbuka dengan mengidentifikasi kategori awal dari kutipan-kutipan yang relevan. Koding ini dilakukan secara manual dengan membaca transkrip berulang-ulang untuk menangkap makna implisit maupun eksplisit dari pengalaman informan. Setelah kategori awal terbentuk, dilakukan koding aksial untuk menghubungkan kategori-kategori tersebut berdasarkan hubungan sebab-akibat, kontekstual, dan interaksional. Misalnya, kategori “efisiensi kerja” dihubungkan dengan penggunaan Copilot dalam mempercepat proses koordinasi dan produksi dokumen. Kategori “*delegated knowing*” dikaitkan dengan perubahan pola pencarian informasi, serta “*linguistic empowerment*” dijelaskan melalui transformasi kepercayaan diri dalam komunikasi formal. Langkah terakhir adalah koding selektif, yaitu merumuskan tema-tema inti dari kategori yang telah terhubung. Dari proses ini, diperoleh enam tema utama yang merefleksikan kebutuhan dan gratifikasi pengguna Microsoft Copilot: efisiensi kerja, *delegated knowing*, *linguistic empowerment*, kreativitas visual, *paradox of agency*, dan *localization gratification*.

Untuk meningkatkan kredibilitas, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan data dari enam informan berbeda yang berasal dari berbagai divisi dan posisi pekerjaan. Selain itu, *member checking* dilakukan dengan memberikan ringkasan interpretasi awal kepada informan untuk memastikan bahwa pemaknaan yang dibuat peneliti tidak melenceng dari pengalaman asli mereka. Masukan dari rekan sejawat (*peer debriefing*) juga turut digunakan dalam tahap analisis, untuk menghindari bias personal dan memastikan bahwa tema yang muncul benar-benar berakar pada data, bukan asumsi peneliti. Dengan demikian, proses analisis dalam penelitian ini tidak hanya mengorganisir data secara tematik, tetapi juga membangun pemahaman teoritis secara induktif yang selaras dengan konteks dan pengalaman nyata pengguna Microsoft Copilot.

Pelaporan Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman karyawan dalam menggunakan Microsoft Copilot mencerminkan enam tema utama. Pertama, Copilot dirasakan sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi kerja, terutama dalam pembuatan dokumen dan pencarian informasi awal, mencerminkan gratifikasi instrumental dan delegated knowing. Kedua, karyawan merasa lebih percaya diri dalam komunikasi profesional berbahasa Inggris berkat fitur penyuntingan bahasa, yang menunjukkan bentuk linguistic empowerment. Ketiga, fitur visualisasi cepat memperkuat kreativitas dan produktivitas dalam pekerjaan presentasi. Namun, di sisi lain, muncul *paradox of agency*, di mana sebagian informan merasa cemas akan ketergantungan berlebih pada AI. Terakhir, muncul hambatan teknis seperti latensi dan keterbatasan lokalitas, yang menyoroti pentingnya *localization gratification* dalam pengalaman pengguna. Temuan ini menegaskan bahwa pengalaman penggunaan AI sangat bergantung pada konteks kerja dan kesiapan infrastruktur digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Rekap Wawancara

| No. | Pertanyaan Inti | DD | ANR | MI | MFA | DS | RR |
|-----|------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| 1 | Pemicu ketertarikan | AI sejak 90-an; lisensi mudah | Coba & akurat bantu tim | FOMO + mandat manajemen | Produktivitas & hiburan | Sudah di ekosistem Microsoft | Integrasi luas & tombol Copilot |
| 2 | Derajat bantuan | Sangat membantu tugas kreatif | – | – | – | Admin & dokumen | Ide, Excel, meeting |
| 3 | Harapan/kebutuhan | Voice assistant IoT | Attach file & analisis akurat | Inspirasi, riset, ringkas meeting | Grammar, riset produk | Prompt sederhana | Insight bisnis mendalam |
| 4 | Tugas dipermudah | PPT, ilustrasi, summary data | Banding AI lain | – | – | Reporting, catch-up | Data Excel skala besar |
| 5 | Perubahan kerja tim | Tim lain adaptasi | Minim (akurasi rendah) | AI-oriented, tanya AI dulu | Rapi, formal | – | Diskusi setelah jawaban AI |
| 6 | Fitur favorit | Analisa-summary-PPT | Foto-solve quiz | Recap, generate PPT | Improve writing | Image & PPT | Image creator, Excel |
| 7 | Frustrasi | Latensi US server | Tidak ada | Error, sumber tak kredibel | Jawaban beda-beda | Prompt tak nyambung | Belum ada serius |
| 8/9 | Pengaruh produktivitas | Berimbang, hemat waktu | Membantu hal basic | Efisien | Lebih cepat | Waktu kerja turun | Mempercepat task |

| No. | Pertanyaan Inti | DD | ANR | MI | MFA | DS | RR |
|-------|--------------------------|----------------------|----------------------|---------------------------------|----------------------|--------------------|--------------------------|
| 10 | Ketergantungan | Mulai ada dependensi | Rendah | Ada, tapi siap lepas jika mahal | 70 % ke AI | Lumayan bergantung | 30 % ketergantungan |
| 11 | Peningkatan diinginkan | Lokalisasi server | Analisis file, harga | Deep research | Integrasi smartphone | Histori stabil | Pencarian lebih dalam |
| 12/13 | Kepercayaan & komunikasi | Lebih percaya diri | Pede email Inggris | Kurangi self-confidence | Kurangi percaya diri | Tak banyak berubah | Sedikit meningkat |
| 14 | Pandangan AI | Mendukung | Mendukung | Mengancam privacy | Pisau bermata dua | Mendukung | Mendukung |
| 15 | Tanpa Copilot | “Perusahaan bodoh” | Tak berdampak besar | Ada AI lain | Ada AI lain | Bisa bekerja | Sedikit lebih lambat |
| 16 | Fitur diubah | - | Harga wajar | Kredibel source | Integrasi mobile | Deep search | Deep search |
| 17 | Pesan akhir | - | - | - | - | Histori stabil | Integrasi ekosistem kuat |

Tabel 2. Matriks Koding–Tema Selektif

| Tema Selektif | Informan Pendukung | Indikator Kunci |
|-----------------------------------|--------------------|--|
| Efisiensi | DD, DS | Kecepatan produksi konten; reporting otomatis |
| <i>Linguistic Empowerment</i> | ANR, MFA | <i>Proof-reading</i> ; rasa percaya diri berbahasa |
| <i>Delegated Knowing</i> | MI | Konsultasi awal sebelum atasan; ringkasan rapat |
| <i>Paradox of Agency</i> | MFA, MI | Ketergantungan emosional; <i>self-efficacy</i> turun |
| <i>Localization Gratification</i> | DS, DM | Latensi, histori hilang, kebutuhan server lokal |
| Kreativitas Visual | RR, DM | Image-creator, ilustrasi otomatis, ide presentasi |

Penelitian ini wawancara mendalam dilakukan terhadap enam informan yang bekerja di berbagai posisi dalam Perusahaan teknologi yang berbasis di Jakarta Selatan, yang mana menggunakan Microsoft Copilot dalam aktivitas sehari-hari. Dari analisis koding terbuka hingga selektif, diperoleh enam tema utama yang merefleksikan kebutuhan dan gratifikasi pengguna atas teknologi AI berbasis mobile ini. (1) Pertama, efisiensi menjadi daya tarik utama yang hampir disepakati seluruh informan. *Development Manager* (DD) mengungkapkan bahwa Microsoft Copilot memungkinkan percepatan proses pembuatan dokumen dan koordinasi antar tim yang sebelumnya memakan waktu sehari-hari. DD menjelaskan, “Dulu saya harus menunggu *feedback* antar departemen, merapikan desain satu per satu. Sekarang saya tinggal beri kerangka dan instruksi, dalam lima menit draft lengkap sudah tersedia beserta ilustrasi yang langsung siap pakai.” Temuan

ini sesuai dengan konsep gratifikasi instrumental dalam *Uses and Gratifications*, di mana media dipilih karena kegunaannya untuk menghemat waktu dan usaha dalam mencapai tujuan (Katz et al., 1973b). (2) Selain efisiensi, muncul pula tema *delegated knowing* atau pengalihan pengetahuan kepada AI. *Business Development* (MI) menuturkan kebiasaan barunya dalam mencari solusi awal dari Copilot sebelum membawa pertanyaan ke atasan: “Saya biasanya tanya dulu ke Copilot, dapat jawaban kasar. Ini membantu saya lebih siap menghadapi bos.” Konsep ini mencerminkan transformasi dalam kebutuhan informasi pengguna di mana pencarian informasi yang dulu dilakukan secara manual kini telah bergeser ke penggunaan AI sebagai sumber pengetahuan awal (Floridi, 2014).

Informan RR juga mengkonfirmasi hal ini, menggunakan Copilot untuk membuat rumus Excel kompleks, sehingga mengurangi kebutuhan penguasaan teknis manual. (3) Selanjutnya, terdapat *linguistic empowerment* yang menjadi gratifikasi signifikan bagi pengguna. *Business Development* (ANR) dan *Business Development* (MFA) menuturkan bahwa AI membantu mereka memperbaiki tata bahasa dan gaya bahasa Inggris dalam korespondensi bisnis, yang sebelumnya menjadi penghalang karena kurang percaya diri. ANR menyatakan, “Saya biasanya grogi saat harus menjawab email bahasa Inggris formal, tapi sekarang tinggal *paste* ke Copilot, dia rapikan dan buat tone-nya sopan.” Hal ini menguatkan gagasan bahwa media tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi tetapi juga membangun identitas sosial dan kepercayaan diri pengguna dalam konteks digital (Baym, 2015). (4) Keempat, kreativitas visual muncul sebagai tema yang menarik. Informan *System Administrator* (RR) mengapresiasi fitur *image-creator* di Copilot yang memudahkan pembuatan visual presentasi dengan cepat, “Mirip Canva tapi langsung di Word dan tanpa lisensi, cuma dengan deskripsi kalimat.” DD juga menyebutkan penggunaan Copilot sebagai inspirasi desain ketika mengalami kebuntuan ide.

Di sini, gratifikasi hiburan dan produktivitas bertemu, sebagaimana (Ling, 2010) menjelaskan bahwa *micro-coordination* kini berkembang menjadi *micro-production*, di mana pekerja tidak hanya mengatur jadwal tetapi juga menghasilkan konten kreatif secara instan. (5) Meski demikian, muncul paradoks berupa *paradox of agency* yang menandai ketegangan antara manfaat dan ketergantungan. MFA mengakui mulai merasa enggan menulis *email* tanpa Copilot karena takut membuat kesalahan, “Dulu saya pede menulis, sekarang malah takut salah.” MI juga menyebutkan rasa kekhawatiran atas kemampuan manual yang menurun karena terlalu bergantung pada AI.

Kondisi ini menggambarkan *gratification–discontent gap* di mana kepuasan praktis disertai rasa cemas akan berkurangnya kompetensi manusia (Giddens, 1991). (6) Selain itu, hambatan teknis menjadi salah satu perhatian penting dalam penggunaan Microsoft Copilot. Salah satu informan, DD, mengeluhkan latensi yang cukup signifikan akibat lokasi data center yang jauh, sehingga terkadang mereka harus menunggu lama hingga akhirnya kembali menggunakan cara tradisional. Hal ini juga diperkuat oleh pengakuan *System Administrator* (DS) yang merasa kesulitan karena hilangnya histori percakapan AI, yang menyulitkan pelacakan dan penggunaan ulang prompt sebelumnya.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan pengguna akan *localization gratification*, yaitu harapan agar layanan dapat memberikan respons yang cepat dan relevan sesuai dengan konteks lokal, termasuk infrastruktur teknologi yang mendukung. Konsep ini sejalan dengan pemikiran Shi et al. (2016) yang menekankan pentingnya *edge computing* sebagai solusi untuk mengatasi keterbatasan latensi dan *bandwidth* dengan membawa proses komputasi lebih dekat ke pengguna akhir. Selaras dengan itu, Taleb et al. (2017) juga menyoroti peran arsitektur *edge cloud* dalam jaringan 5G yang memungkinkan orkestrasi layanan cerdas secara efisien di tepi jaringan, sehingga meningkatkan performa layanan mobile yang sangat bergantung pada kecepatan dan kualitas interaksi. Dengan demikian, hambatan teknis yang dialami oleh pengguna Copilot dapat menjadi pendorong penting bagi pengembangan layanan yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan lokal di Indonesia.

Analisis kualitatif menunjukkan bahwa kebutuhan gratifikasi pengguna dapat dipetakan ke dalam kerangka teori *Uses and Gratifications*, namun dengan perluasan yang menyesuaikan konteks AI interaktif dan budaya kerja lokal. Pertama, efisiensi sebagai motivasi utama selaras dengan teori *Uses and Gratifications* klasik yang menegaskan penggunaan media sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu, dalam hal ini percepatan pekerjaan dan penghematan waktu (Katz et al., 1973b). Copilot tidak hanya mempercepat produksi teks dan visual, tetapi juga mengurangi kebutuhan koordinasi yang rumit antar tim, mempertegas konsep *goal-directed media use*. Namun, berbeda dari media tradisional, Copilot berperan aktif sebagai mitra kerja digital yang mengintegrasikan instruksi pengguna menjadi produk akhir secara real-time. Interaksi ini merupakan bentuk *machine-agency gratification*, di mana pengguna menikmati kendali kreatif atas mesin yang secara otomatis mewujudkan ide mereka.

Selanjutnya, fenomena *delegated knowing* menunjukkan pergeseran mendasar dalam cara pekerja memperoleh dan memvalidasi informasi. Copilot berperan sebagai sumber pengetahuan awal yang memperkaya kapasitas kognitif tanpa menggantikan peran manusia sepenuhnya. Ini paralel dengan gagasan Floridi (2014) tentang *infosphere* sebagai lingkungan pengetahuan bersama antara manusia dan agen non-manusia. Namun, sisi paradoks muncul ketika ketergantungan ini berpotensi melemahkan kemampuan manual dan kritis pengguna, sebuah dilema yang diangkat dalam studi Giddens (1991) tentang kepercayaan sistem abstrak. Lalu, identitas linguistik yang terangkat melalui *linguistic empowerment* menunjukkan bagaimana AI membantu mengatasi kendala bahasa dalam komunikasi profesional, terutama bagi pekerja *non-native speaker* seperti di Indonesia. Temuan ini memperkaya literatur Baym (2015) mengenai media sebagai alat negosiasi identitas sosial dalam konteks digital dan budaya kerja global. Copilot berfungsi sebagai alat pemberdayaan yang meningkatkan rasa percaya diri dan kredibilitas pengguna dalam korespondensi lintas bahasa. Kemudian, peran Copilot dalam meningkatkan kreativitas visual menandai evolusi fungsi media dari sekadar hiburan menjadi alat produktivitas.

Ling (2010) mengemukakan *micro-coordination* sebagai pengaturan aktivitas kecil sehari-hari; kini konsep ini meluas menjadi *micro-production*, di mana pekerja secara instan menghasilkan konten kreatif sebagai respons atas tuntutan kerja modern. AI, dalam hal ini, mendukung penciptaan estetika dan kecepatan kerja secara bersamaan, memberikan gratifikasi estetis dan instrumental secara simultan. *Paradox of agency* menjadi sumbu evaluasi etis yang menantang keseimbangan antara manfaat dan risiko teknologi. Pengguna merasakan manfaat signifikan namun juga kecemasan atas penurunan kompetensi manual dan ketergantungan. Perlu digarisbawahi bahwa penting untuk menjaga agensi manusia dalam interaksi AI agar tidak terjadi dehumanisasi atau kehilangan otonomi profesional. Kondisi ini membuka ruang untuk riset lanjutan mengenai strategi pekerja dalam mempertahankan keseimbangan antara penggunaan dan pengendalian teknologi. Di samping itu, hambatan teknis seperti latensi *server* dan hilangnya histori percakapan memperlihatkan bahwa penggunaan AI mobile sangat dipengaruhi oleh kondisi infrastruktur lokal. Kendala jaringan dan lokalitas sangat menentukan keberhasilan adopsi teknologi canggih di negara-negara berkembang. Oleh karena itu, *localization gratification* menjadi aspek penting dalam desain dan implementasi teknologi AI agar sesuai kebutuhan dan harapan pengguna lokal.

Secara sintesis, hasil dan pembahasan penelitian ini memperluas peta *Uses and Gratifications* dalam konteks AI interaktif berbahasa Indonesia, sekaligus menyoroti pentingnya pengelolaan agensi manusia dalam menghadapi teknologi yang semakin *embodied*. Microsoft Copilot tidak hanya berfungsi sebagai alat produktivitas, tetapi juga sebagai mitra kreatif dan penunjang identitas profesional. Namun, pengguna dihadapkan pada dilema kecanggihan teknologi dan keterbatasan pribadi yang menuntut pengelolaan adaptif agar tidak kehilangan kompetensi inti.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkap enam tema utama yang merefleksikan kebutuhan dan gratifikasi pengguna Microsoft Copilot dalam konteks pekerjaan di perusahaan teknologi berbasis di Jakarta Selatan. Pertama, efisiensi menjadi daya tarik utama, di mana Copilot mempercepat penyelesaian tugas seperti pembuatan dokumen dan koordinasi tim, sesuai dengan konsep gratifikasi instrumental dalam teori *Uses and Gratifications*. Kedua, terjadi pergeseran dalam pencarian pengetahuan (*delegated knowing*), di mana AI berperan sebagai sumber informasi awal sebelum pengguna berkonsultasi dengan atasan, mencerminkan transformasi cara manusia mengakses pengetahuan. Ketiga, Copilot memberdayakan pengguna secara linguistik (*linguistic empowerment*), yakni membantu meningkatkan kualitas komunikasi bahasa Inggris dan membangun kepercayaan diri dalam korespondensi bisnis. Keempat, kreativitas visual menjadi gratifikasi penting, di mana fitur AI memungkinkan pembuatan desain dan inspirasi visual secara instan, memperluas konsep *micro-coordination* menjadi *micro-production*.

Namun, di balik manfaat tersebut, muncul paradoks agensi (*paradox of agency*), di mana ketergantungan pada AI menimbulkan kekhawatiran akan penurunan kemampuan dan otonomi pengguna. Selain itu, hambatan teknis seperti latensi server dan hilangnya histori percakapan menunjukkan pentingnya *localization gratification*, di mana infrastruktur teknologi harus dioptimalkan untuk mendukung pengalaman pengguna lokal.

Secara keseluruhan, temuan ini memperluas kerangka *Uses and Gratifications* dengan memasukkan dimensi interaksi manusia-AI, sekaligus menekankan perlunya keseimbangan antara pemanfaatan teknologi dan peningkatan kompetensi pengguna. Ke depan, pengembangan AI berbasis *mobile* perlu mempertimbangkan aspek adaptasi lokal, kecepatan respons, serta desain yang mendukung agensi manusia untuk meminimalkan risiko ketergantungan.

SARAN

- 1) Studi longitudinal dapat dilakukan untuk mengamati bagaimana ketergantungan pada AI memengaruhi kompetensi atau kemampuan individu dari pengguna dalam jangka waktu tertentu.
- 2) Perbandingan lintas negara juga dapat dilakukan untuk melihat pengaruh budaya lokal terhadap penerimaan AI di tempat kerja.
- 3) Pendekatan *mixed-methods* dapat memberikan pemahaman lebih holistik tentang dampak sosial, psikologis, dan teknis dari integrasi AI di dunia kerja.

IMPLIKASI

Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi yang relevan bagi para profesional, akademik, dan praktisi teknologi, antara lain:

- 1) Kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi digital dan teknologi kerja: Temuan ini memperluas pemahaman mengenai relasi manusia-AI dalam konteks kerja digital, khususnya terkait dengan penggunaan AI sebagai alat bantu kognitif, bahasa, dan visual.
- 2) Penambahan teori dan kerangka kerja baru: Penelitian ini dapat menjadi pijakan bagi pengembangan kerangka konseptual tentang *machine-agency gratification* dan *localization gratification*, sebagai perluasan dari teori *Uses and Gratifications* dalam konteks teknologi berbasis AI.
- 3) Dasar penelitian lanjutan: Temuan ini dapat mendorong penelitian lanjutan mengenai dampak jangka panjang penggunaan AI terhadap kompetensi profesional, ketergantungan teknologi, serta keseimbangan antara efisiensi dan otonomi kerja.
- 4) Bahan ajar dalam pengajaran teknologi komunikasi dan AI: Penelitian ini dapat digunakan oleh akademisi dalam pengajaran topik komunikasi digital, human-machine interaction, dan budaya kerja berbasis AI di tingkat perguruan tinggi.
- 5) Landasan untuk kolaborasi multidisipliner: Temuan ini juga membuka peluang kolaborasi riset antara akademisi dari bidang komunikasi, teknologi informasi, dan manajemen SDM untuk menyusun kebijakan penggunaan AI yang etis dan produktif di tempat kerja.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur akademik, tetapi juga memberi arah praktis dan teoritis bagi pengembangan teknologi kerja yang adaptif dan manusiawi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, S. J. (2024). *Exploration of Microsoft Copilot Use Cases for Process Optimization in SMEs*.
- Asundi, S. (2025). Microsoft Co-Pilot's Role in Augmenting Decision Intelligence for Executives. *IJARCCCE*, 14(3). <https://doi.org/10.17148/IJARCCCE.2025.14307>
- Baym, N. (2015). *Personal Connections in The Digital Age* (2nd ed.).
- Bersano, J. (2024). Exploring the role of Microsoft's Copilot in visual communication: Current use and considerations through science communicators' lens. In *Medical Writing* (Vol. 33, Issue 3, pp. 79–88). European Medical Writers Association. <https://doi.org/10.56012/pa15831>
- Bunkar, R. C., Chauhan, L., & Verma, A. (2024). CASE STUDY RESEARCH: A METHOD OF QUALITATIVE RESEARCH. <https://www.researchgate.net/publication/386182961>
- Corbin, J., & Strauss, A. (1996). *Basic of Qualitative Research*.
- Durach, C. F., & Gutierrez, L. (2024). "Hello, this is your AI co-pilot" – operational implications of artificial intelligence chatbots. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 54(3), 229–246. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-01-2024-0031>
- Falgoust, G., Winterlind, E., Moon, P., Parker, A., Zinzow, H., & Chalil Madathil, K. (2022). Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok. *Human Factors in Healthcare*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100014>
- Floridi, L. (2014). *THE FOURTH REVOLUTION - How thr Infosphere is Reshaping Human reality*. Oxford University Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity*. Stanford University Press.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973a). American Association for Public Opinion Research. In *Source: The Public Opinion Quarterly* (Vol. 37, Issue 4).
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973b). *Uses and Gratifications Research*. <http://poq.oxfordjournals.org/>
- Kytö, M. (2024). *Copilot for Microsoft 365: A Comprehensive End-user Training Plan for Organizations*.
- Ling, R. S. (2010). *New tech, new ties : how mobile communication is reshaping social cohesion*. MIT Press.
- Ruslin, Mashuri, S., Sarib, M., Rasak, A., & Alhabsyi, F. (2022). *Semi-structured Interview: A Methodological Reflection on the Development of a Qualitative Research Instrument in Educational Studies Ruslin*. 12(1), 22–29. <https://doi.org/10.9790/7388-1201052229>
- Shi, W., Cao, J., Zhang, Q., Li, Y., & Xu, L. (2016). Edge Computing: Vision and Challenges. *IEEE Internet of Things Journal*, 3(5), 637–646. <https://doi.org/10.1109/JIOT.2016.2579198>
- Taleb, T., Samdanis, K., Mada, B., Flinck, H., Dutta, S., & Sabella, D. (2017). On Multi-Access Edge Computing: A Survey of the Emerging 5G Network Edge Cloud Architecture and Orchestration. *IEEE Communications Surveys and Tutorials*, 19(3), 1657–1681. <https://doi.org/10.1109/COMST.2017.2705720>
- Vasilescu, C., & Gheorghe, M. (2024). Improving the Performance of Corporate Employees through the Use of Artificial Intelligence: The Case of Copilot Application. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 18(1), 1819–1830. <https://doi.org/10.2478/picbe-2024-0153>

Yang, S., Hussain, M., Ammar Zahid, R. M., & Maqsood, U. S. (2024). The role of artificial intelligence in corporate digital strategies: evidence from China. *Kybernetes*. <https://doi.org/10.1108/K-08-2023-1583>

Zhang, S., Li, J., Cagiltay, B., Kirkorian, H., Mutlu, B., & Fawaz, K. (2025). A qualitative exploration of parents and their children's uses and gratifications of ChatGPT. *Family Relations*. <https://doi.org/10.1111/fare.13171>