

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan digitalisasi saat ini sudah sangat berkembang dengan pesat. Kemajuan dari teknologi tidak hanya fokus pada bidang komunikasi dan informasi, tetapi juga telah masuk ke berbagai aspek kehidupan manusia, baik dari segi pendidikan, ekonomi dan sosial. Teknologi telah memberikan perubahan yang besar pada kehidupan manusia dari cara berinteraksi, cara bekerja, dan mengakses informasi, sehingga menciptakan era baru yang serba cepat dan terhubung secara global. Perubahan yang terjadi membawa dampak yang besar seperti lahirnya ide atau inovasi baru yang semakin luas dan mendorong dari batas-batas kemungkinan. Salah satu contoh nyata dari perkembangan teknologi ini adalah lahirnya media sosial yang sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern.

Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda. Seperti yang diketahui media sosial merupakan media *Online* yang mendukung interaksi sosial yang dapat memberikan ruang bagi tiap individu untuk mengekspresikan diri baik dalam bentuk tulisan, gambar ataupun video. Perkembangan media sosial yang pesat banyak mengubah cara tiap pengguna dalam berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. Pada tahun 2023 jumlah pengguna aktif media sosial di seluruh dunia mencapai 4,9 Miliar [1]. Di Indonesia sendiri pengguna media sosial hingga tahun 2024 mencapai 191 juta (73,7% populasi) dan total pengguna aktif media sosial 167 juta pengguna atau 64,3% [2]. Semakin banyaknya pengguna juga disebabkan dari berbagai banyak hal, salah satunya adalah adanya tampilan yang lebih interaktif dari platform-platform tersebut seperti diterapkannya fitur gamifikasi.

TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang penggunanya dapat membuat video durasi pendek yang didukung dengan fitur *filter*, musik dan fitur lainnya [1]. TikTok sangat populer di berbagai kalangan tidak terkecuali generasi muda, hal tersebut dikarenakan. TikTok tidak hanya sebagai media hiburan tetapi juga

sebagai sarana media interaksi, media promosi, dan juga sarana pembelajaran. Dengan algoritma konten yang menarik dan fitur-fitur yang sangat interaktif, TikTok berhasil menarik pengguna setiap saatnya. Hingga saat ini pengguna TikTok di Indonesia mencapai 34,75% dari populasi atau sekitar 89 juta pengguna [1]. TikTok berhasil menarik jutaan pengguna aktif setiap harinya. Terdapat beberapa faktor yang membuat TikTok begitu populer salah satu faktor utamanya adalah kemampuannya dalam mempertahankan *engagement* pengguna melalui berbagai fitur inovatif, termasuk pada penerapan gamifikasi.

Gamifikasi merupakan penerapan fitur-fitur permainan ke dalam konteks bukan permainan[1], dan hal ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi pengguna. Fitur gamifikasi biasanya berbentuk lencana, poin, *leaderboard*, tantangan [1], dan fitur ini sudah banyak sekali digunakan oleh berbagai media termasuk pada media sosial hal ini diterapkan dengan tujuan menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan menyenangkan. Salah satu platform media sosial yang juga menerapkan fitur gamifikasi yaitu TikTok, hal ini bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan interaksi pengguna.

Salah satu media sosial yang menerapkan fitur gamifikasi yaitu TikTok. Banyak fitur gamifikasi yang diterapkan oleh TikTok salah satunya yang menarik perhatian adalah respons *Streak* api dan *Streak Pet*. Fitur ini dirancang untuk meningkatkan interaksi pengguna melalui obrolan pesan langsung. *Streak* api ini merupakan sebuah penanda atau simbol berbentuk api sebagai lencana runtutan, bahwa pengguna rutin dalam berkiriman pesan kepada sesama pengguna lainnya. Cara untuk mendapatkan atau mempertahankan *streak* api ini cukup mudah, yaitu cukup dengan melakukan obrolan chat di TikTok. *Streak Pet* sendiri berbentuk karakter virtual yang dapat dipelihara bersama pengguna lainnya selama *streak* api sudah didapatkan. Kedua fitur ini dapat hangus atau padam jika tidak ada interaksi atau tidak adanya obrolan di TikTok lebih dari 2 hari.

Pemilihan TikTok sebagai subjek penelitian didasarkan pada implementasi fitur gamifikasinya yang unik, yang melampaui fitur *streak* konvensional. Berbeda dengan platform lain seperti Snapchat yang berfokus pada konsistensi interaksi harian, TikTok

mengintegrasikan dua pendekatan gamifikasi yang berbeda. Platform ini tidak hanya menyajikan fitur *Streak Api* yang berorientasi pada pencapaian progres, tetapi juga melengkapinya dengan *Streak Pet* yang melibatkan elemen perawatan karakter virtual. Desain fitur ganda ini secara teoretis tidak hanya berpotensi menciptakan ikatan sosial yang kuat, tetapi juga dirancang untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Namun, meski fitur ini dirancang untuk meningkatkan interaksi pengguna, belum dapat diketahui pasti apakah fitur ini meningkatkan *user engagement*. Pengguna berisiko kehilangan minat terhadap fitur *streak* ini jika tidak adanya manfaat tambahan yang jelas dan dapat menyebabkan penurunan *user engagement*.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini diangkat berdasarkan adanya peluang perbaikan ke depan (*opportunity*) yaitu belum adanya evaluasi secara formal terhadap efektivitas fitur gamifikasi *Streak api* dan *Streak Pet* yang diperkenalkan TikTok pada tahun 2024. Kedua fitur ini mendorong interaksi harian pengguna melalui fitur gamifikasi, namun sejauh ini belum ada penelitian akademik yang secara khusus mengkaji pengaruhnya terhadap keterlibatan pengguna.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah. Pertanyaan yang muncul adalah :

Bagaimana pengaruh fitur gamifikasi *Streak api* dan *Streak Pet* terhadap *user engagement* di TikTok?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis pengaruh fitur *Streak api* dan *Streak Pet* terhadap *user engagement* di TikTok.

1.5 Batasan Masalah

Pada penelitian ini terdapat beberapa batasan masalah yaitu :

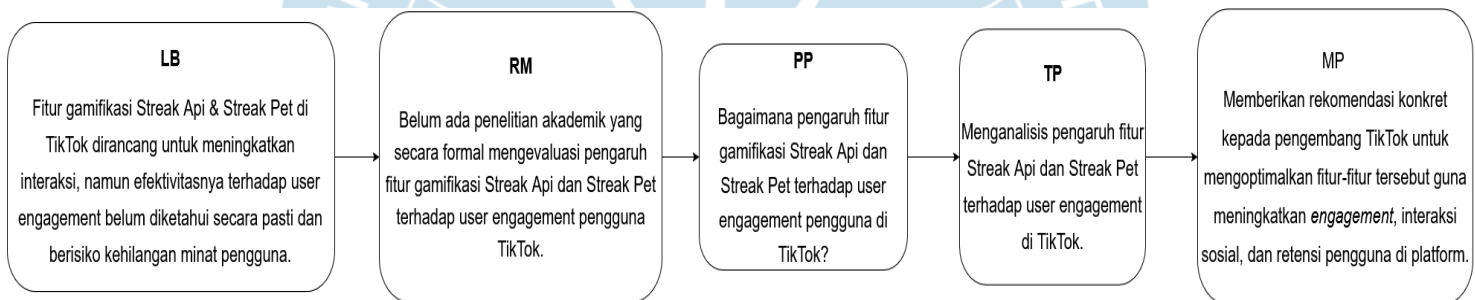
1. Penelitian ini hanya terfokus pada fitur gamifikasi *Streak api* dan *Streak Pet* di TikTok, tidak termasuk fitur gamifikasi lainnya seperti *challenge*, *duet*, atau efek.

2. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh fitur *Streak api* dan *Streak Pet* terhadap *user engagement*, tidak termasuk faktor-faktor eksternal seperti preferensi konten atau algoritma rekomendasi TikTok.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak dan dapat menjadi acuan serta pemahaman lebih dalam tentang fitur gamifikasi dan perilaku pengguna di TikTok, khususnya dalam konteks interaksi pesan langsung. Selain itu dapat memberikan rekomendasi konkret kepada pengembang TikTok tentang cara mengoptimalkan fitur "*Streak api*" dan "*Streak Pet*" untuk meningkatkan *engagement* pengguna. Dengan memahami evaluasi dari fitur-fitur ini, pengembang dapat merancang fitur gamifikasi yang lebih efektif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan interaksi sosial dan retensi pengguna di platform. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan retensi pengguna serta menciptakan pengalaman interaksi yang lebih menarik di platform.

1.7 Bagan Keterkaitan



Gambar 1.1 Bagan Keterkaitan