

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi digital telah berkembang dengan sangat pesat hingga merambah ke segala sektor kehidupan, termasuk media sosial. Media sosial yang tadinya hanya sebuah sarana hiburan, sekarang telah berkembang menjadi ruang interaksi sosial, pemasaran digital, edukasi, dan ekspresi diri yang menjangkau hampir seluruh lapisan masyarakat. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2026), dari total populasi Indonesia sebanyak 287,88 juta jiwa, sebanyak 235,26 juta di antaranya telah terhubung ke internet, dengan tingkat penetrasi mencapai 81,72 persen. Angka ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat.

Persaingan antarplatform media sosial yang semakin ketat mendorong para penyedia layanan untuk lebih meningkatkan kemampuan platformnya untuk menjaga keterlibatan pengguna (*user engagement*) dalam jangka panjang. Salah satu pendekatan yang efektif dalam mempertahankan keterlibatan pengguna adalah gamifikasi, yaitu penerapan elemen-elemen desain *game* ke dalam konteks *non-game* (Deterding *et al.*, 2011). TikTok adalah salah satu platform media sosial populer di dunia yang berhasil menerapkan elemen-elemen gamifikasi di dalam aplikasinya.

TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang dikembangkan oleh ByteDance, diluncurkan di Tiongkok pada tahun 2016 dan merambah pasar global pada tahun 2018. Dalam waktu yang relatif singkat, TikTok berhasil meraih posisi dominan di industri media sosial secara global, dengan jangkauan iklan mencapai sekitar 2,21 miliar pengguna di seluruh dunia (DataReportal, 2026). Di Indonesia, jumlah pengguna TikTok tercatat mencapai 180 juta orang pada akhir tahun 2025, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar TikTok terbesar di dunia (DataReportal, 2026). Tingginya angka pengguna ini mencerminkan

besarnya keterlibatan masyarakat Indonesia terhadap platform tersebut, yang mendorong pengembang untuk terus berinovasi guna mempertahankan posisinya di tengah persaingan.

Salah satu inovasi yang dikembangkan oleh TikTok melalui pendekatan gamifikasi adalah fitur TikTok Streak. Fitur ini memungkinkan dua pengguna untuk saling berinteraksi di dalam *Direct Message* secara berturut-turut setiap hari, yang ditandai dengan simbol api dan angka yang menunjukkan jumlah hari interaksi yang berhasil dipertahankan. Selain itu, adanya sistem reset harian serta notifikasi pengingat membuat pengguna terdorong untuk terus mempertahankan *streak* agar tidak terputus. Dalam praktiknya, fenomena ini bahkan berkembang menjadi budaya tersendiri di kalangan pengguna, misalnya melalui konten pengingat *streak* yang banyak beredar di media sosial.

Namun demikian, di balik fungsinya dalam meningkatkan interaksi, fitur *streak* juga menimbulkan dinamika yang tidak selalu positif. Dalam beberapa kasus, pengguna tetap melanjutkan interaksi karena tidak mau kehilangan *streak* yang telah dibangun. Kebutuhan untuk komunikasi pun tidak lagi menjadi alasan utama. Kondisi ini menunjukkan bahwa mekanisme fitur *streak* melibatkan aspek teknis, psikologis dan sosial yang cukup kompleks. Dalam beberapa kasus, hal tersebut dapat mengarah pada penggunaan yang bersifat kompulsif dan menimbulkan kelelahan dalam menggunakan media sosial (Dhir *et al.*, 2018).

Fenomena ini membuktikan adanya kesenjangan antara apa yang direncanakan pengembang untuk meningkatkan interaksi tidak selalu sejalan dengan apa yang dirasakan pengguna. Pengalaman pengguna (*user experience*) mencakup bagaimana pengguna merasakan, menilai, dan memaknai interaksi mereka dengan sistem, serta memastikan bahwa fitur telah berfungsi dengan baik. Oleh karena itu, diperlukan suatu kajian yang dapat memberikan gambaran sebuah fitur berdasarkan seberapa efektif fitur bekerja dan kualitas perasaan yang muncul saat menggunakannya.

Dalam hal ini, *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) dapat digunakan sebagai kerangka untuk memahami pengalaman pengguna

secara lebih menyeluruh. Kerangka ini memungkinkan analisis dengan memilih dimensi penilaian secara fleksibel berdasarkan konteks produknya dan telah divalidasi secara psikometrik untuk produk digital kompleks (Schrepp dan Thomaschewski, 2019). Dalam kajian ini, UEQ+ tidak digunakan sebagai alat ukur kuantitatif, melainkan sebagai landasan konseptual untuk mengkaji dan mensintesis berbagai temuan dari data sekunder yang relevan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, beberapa masalah yang diidentifikasi adalah sebagai berikut.

1. Terdapat indikasi bahwa mekanisme fitur TikTok Streak mendorong para pengguna untuk terus berinteraksi demi mempertahankan runtutan *streak* yang telah dibangun, sehingga komunikasi lebih banyak dipengaruhi oleh upaya menjaga *streak* saja.
2. Belum diketahui bagaimana *user experience* dalam menggunakan fitur TikTok Streak.
3. Mekanisme gamifikasi pada fitur TikTok Streak meliputi berbagai aspek teknis, psikologis, dan sosial yang saling berhubungan. Sintesis yang mengkaji hubungan antar aspek tersebut masih terbatas.
4. Penelitian yang mengkaji *user experience* pada fitur TikTok Streak secara multidimensi menggunakan kerangka UEQ+ masih terbatas. Hal ini mengakibatkan pemahaman tentang kualitas pengalaman pengguna pada fitur ini belum berkembang.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam kajian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep *user experience* dan gamifikasi dalam platform media sosial TikTok?
2. Bagaimana mekanisme fitur TikTok Streak bekerja dan berdampak pada pengalaman pengguna berdasarkan kerangka UEQ+?

3. Bagaimana gambaran kualitas *user experience* fitur TikTok Streak pada setiap dimensi UEQ+ berdasarkan sintesis temuan dari berbagai sumber data sekunder?

1.4 Pembatasan Masalah

Kajian ini dilakukan secara terfokus dan mendalam dengan batasan sebagai berikut.

1. Kajian dibatasi pada analisis dimensi *user experience* dalam konteks fitur gamifikasi berbasis *streak* di platform TikTok, dengan TikTok Streak sebagai objek utama kajian.
2. Kerangka analisis yang digunakan adalah UEQ+ dengan enam dimensi yang dipilih berdasarkan relevansinya, yaitu: *attractiveness*, *usefulness*, *stimulation*, *novelty*, *dependability*, dan *social interaction*.
3. Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder, meliputi literatur akademik, laporan survei industri, hasil penelitian terdahulu, serta respons pengguna yang tersedia secara publik.
4. Kajian ini berfokus pada analisis dan sintesis terhadap fitur yang telah ada, yaitu TikTok Streak dan tidak mencakup perancangan atau pengembangan fitur baru.
5. Kajian ini menggunakan UEQ+ sebagai acuan analisis terhadap *user experience* fitur *streak*, dan hanya mengadopsi dimensi-dimensi yang relevan sebagai kerangka konseptual dan tidak menggunakan instrumen kuesioner UEQ+ untuk memperoleh data primer serta tidak menghasilkan skor pengukuran *user experience*.

1.5 Tujuan Penyusunan Laporan

Berdasarkan latar belakang dan batasan yang telah diuraikan, tujuan dari penyusunan laporan ini adalah sebagai berikut.

1. Mengkaji konsep *user experience* dan gamifikasi dalam platform media sosial, khususnya TikTok.
2. Menganalisis mekanisme dan dampak fitur TikTok *Streak* terhadap pengalaman pengguna berdasarkan kerangka UEQ+.

3. Mensintesis temuan dari berbagai data sekunder untuk menghasilkan gambaran yang objektif tentang kualitas *user experience* fitur TikTok *Streak* pada setiap dimensi yang dikaji.

1.6 Manfaat Kajian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai penerapan kerangka UEQ+, baik sebagai instrumen kuesioner maupun sebagai kerangka konseptual dalam kajian yang bersifat sintesis literatur. Selain itu, kajian ini juga diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai mekanisme *streak* sebagai bentuk gamifikasi pada platform media sosial dengan meninjaunya dari berbagai dimensi pengalaman pengguna, yang hingga saat ini masih relatif terbatas.

1.6.2 Manfaat Praktis

Bagi pengembang TikTok maupun platform media sosial sejenis, hasil kajian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan fitur gamifikasi yang mampu meningkatkan *engagement*, mendukung keandalan sistem, dan menjaga kualitas interaksi sosial antar penggunanya.

Bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya, kajian ini diharapkan dapat menjadi referensi awal dan landasan konseptual untuk mengembangkan penelitian empiris mengenai fitur gamifikasi berbasis *streak*, khususnya yang menggunakan kerangka UEQ+.

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan ini disusun dalam lima bab yang saling berkaitan. Bab I menyajikan pendahuluan berupa uraian latar belakang yang membangun permasalahan, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan serta manfaat penulisan. Bab II membahas landasan teoretis dan kajian keilmuan yang mencakup konsep *user experience*, gamifikasi, profil platform TikTok, kerangka UEQ dan UEQ+, penelitian yang relevan, serta kerangka pemikiran yang menjadi urutan jalannya

analisis. Bab III menguraikan metode kajian yang digunakan, meliputi desain kajian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, kerangka dan teknik analisis data, etika penggunaan data publik, dan keabsahan kajian. Bab IV merupakan inti dari laporan ini, yang menyajikan analisis terhadap mekanisme TikTok Streak berdasarkan setiap dimensi UEQ+ yang dipilih, dilengkapi dengan sintesis data sekunder dan implikasinya bagi pengembangan. Bab V menyampaikan simpulan dan rekomendasi yang menjawab tujuan kajian secara langsung. Laporan ditutup dengan daftar pustaka yang mencantumkan seluruh sumber yang dirujuk.

