

Audience effect: the effect of a virtual audience = Efek audiens: efek dari virtual audience

Irham Hudiya Hardi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20506901&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Efek audiens adalah sebuah fenomena dimana perilaku dan level performa seseorang berubah di keberadaan audiens. Jika tugasnya mudah, perfoma akan membaik, dan jika tugasnya sulit maka perfoma akan menurun. Penelitian ini ingin melihat apakah hal ini juga terjadi terhadap audiens virtual dengan membandingkan performa partisipan penelitian (N=30) dalam tugas mencari kata yang terbagi dalam tiga kondisi yaitu adanya orang lain yang hadir secara fisik, tanpa adanya orang lain, dan orang lain yang hadir secara virtual (virtual audience) untuk mensimulasi live stream. Tiga hipotesa yang diuji adalah: kehadiran orang lain secara fisik memberikan efek lebih signifikan dalam membantu performa, kehadiran orang lain secara virtual akan memberikan efek yang lebih lemah dibandingkan dengan audiens langsung, dan kondisi tanpa audiens akan memberikan efek paling lemah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi kehadiran orang lain tidak memiliki efek signifikan pada performa partisipan. Hasil ini menunjukka bahwa masih diperlukan peneltian lanjut dimana kondisi audiens langsung dan virtual lebih kuat, serta menguji variabel lain seperti kompetisi dan adanya penilaian terhadap performa.

ABSTRACT

Audience effect is a phenomenon where the behavior and performance level of a person is affected due to the presence of an audience or observer. Performance tends to improve when doing an easy or simple task, while doing a complex or difficult task often lowers performance We aim to see if this affect extends to a virtual audience. The participants (N=30) where divided equally into one of three conditions. They are the live audience condition, the virtual audience condition, and the no audience condition. The virtual audience used a camera and laptop to simulate a live stream. We propose three hypotheses for our results. First is that the live audience condition will provide the greatest social facilitation, second is that the virtual audience condition will also provide social facilitation but not to the extent of a live audience, and last is that the no audience condition will create the weakest social facilitation. Our findings revealed that no significant social facilitation occurred in any of the three conditions. This suggest further research with a more powerful live and virtual audience condition, as well including other variables such as competition and performance evaluation.