

Analisis Pengaruh Gamifikasi pada TikTok Live terhadap Gifting Intention dan Word of Mouth = Analysis The Impact of Gamification on TikTok Live on Gifting Intention and Word of Mouth

Lela Monica Fitriany, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920542022&lokasi=lokal>

Abstrak

Gamifikasi merujuk kepada adaptasi elemen permainan ke dalam elemen non-permainan. Fenomena adaptasi gamifikasi semakin meningkat seiring dengan banyaknya developer aplikasi yang ingin meningkatkan interaksi pengguna dan menjadikan elemen game sebagai salah satu langkah peningkatan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh elemen gamifikasi dalam meningkatkan keterlibatan pengguna seperti Gifting Intention dan Word of Mouth dalam platform TikTok Live dengan menggunakan kerangka Mechanics Dynamics Aesthetics (MDA). Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah mixed-methods yang diawali dengan metode kuantitatif kemudian kualitatif. Analisis data kuantitatif dilakukan menggunakan metode PLS-SEM dengan total sampel valid sebanyak 391 responden. Analisis kualitatif menggunakan metode wawancara dengan 7 responden. Hasil dari pengolahan analisis data menunjukkan bahwa Achievement Gamification Element dan Socialization Gamification Element memengaruhi Social Interaction Ties, Perceived Usefulness, dan Perceived Enjoyment dari penonton TikTok Live. Lebih lanjut, Social Interaction Ties dan Perceived Usefulness memiliki pengaruh terhadap Gifting Intention. Selain itu, Social Interaction Ties, Perceived Usefulness, dan Perceived Enjoyment berpengaruh terhadap Word of Mouth. Penelitian ini diharapkan dapat membantu penyedia platform social live streaming mengetahui apakah gamifikasi yang sudah ada memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pengguna memberikan virtual gift dan merekomendasikan platform kepada orang lain. Dengan adanya keterbatasan lingkup pada penelitian ini, maka penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas lingkup demografi responden serta platform live streaming lainnya.

.....Gamification refers to the adaptation of game elements into non-game contexts. The phenomenon of gamification adaptation is increasing as more application developers seek to enhance user interaction and incorporate game elements as a means of improvement. This research aims to identify the impact of gamification elements toward the engagement of TikTok Live viewers through internal factors that influence the engagement such as Gifting Intention and Word of Mouth using the Mechanics Dynamics Aesthetics (MDA) framework. The research employs a mixed-methods analysis approach, starting with quantitative analysis followed by qualitative analysis. The quantitative data analysis utilizes the PLS-SEM method, with a valid sample of 391 respondents. The qualitative analysis utilizes interview method with 7 respondents. The results of the data analysis indicate that achievement and socialization gamification element significantly influence the dynamics of TikTok Live viewers. Furthermore, social interaction ties and perceived usefulness have a positive influence on gifting intention. Additionally, word of mouth is influenced by social interaction ties, perceived usefulness, and perceived enjoyment. The findings of this research are expected to assist social live streaming platform providers, especially TikTok, in understanding the significant impact of gamification elements implemented in TikTok Live on users' intention to give virtual gifts and recommend the platform to others. Given the limited scope of this research, further research is suggested to broaden the demographic scope of the respondents and other live streaming platforms.