

**STRATEGI GAMIFIKASI DALAM MEMENGARUHI KEBIASAAN
PENGGUNA: STUDI PADA DESAIN UI/UX STREAKS TIKTOK**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2025**

**STRATEGI GAMIFIKASI DALAM MEMENGARUHI KEBIASAAN
PENGGUNA: STUDI PADA DESAIN UI/UX STREAKS TIKTOK**



Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual
2025

Tugas Akhir Pengkajian berjudul:

STRATEGI GAMIFIKASI DALAM MEMENGARUHI KEBIASAAN PENGGUNA: STUDI PADA DESAIN UI/UX STREAKS TIKTOK diajukan oleh Kezia Victoria Tisar Ayuratri, NIM 2112789024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 13 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing 1

Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.

NIP 19700106 200801 1 017/NIDN 0006017002

Pembimbing 2

Andi Usyanto, S.Sn., M.Sn.

NIP 19801125 200812 1 003/NIDN 0025118007

Mochamad Fauzal Rochman, S.Sn., M.T.

NIP 19780221 200501 1 002/NIDN 0021027802

Koodinator Program Studi

Francisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn.

NIP 19900215 201903 2 018/NIDN 0015029006

Ketua Jurusan Desain

Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn.

NIP 19730129 200501 1 001/NIDN 0029017304

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Muhammad Sholahuddin, S.Sn., M.T.

NIP 19701019 199903 1 001/NIDN 0019107005

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Kezia Victoria Tisar Ayuratri

NIM : 2112789024

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni Rupa

Jenis : Tugas Akhir Pengkajian

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Tugas Akhir Pengkajian yang berjudul **STRATEGI GAMIFIKASI DALAM MEMENGARUHI KEBIASAAN PENGGUNA: STUDI PADA DESAIN UI/UX STREAKS TIKTOK** yang dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta sepenuhnya merupakan hasil pemikiran saya dan sejauh yang saya ketahui belum pernah diajukan maupun dipublikasikan dalam bentuk apapun baik di Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasi yang tercantum sebagai acuan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim. Demikian pernyataan ini dibuat dengan kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 13 Juni 2025
METERAL TEMPEL
ZAMX364322014



Kezia Victoria Tisar Ayuratri

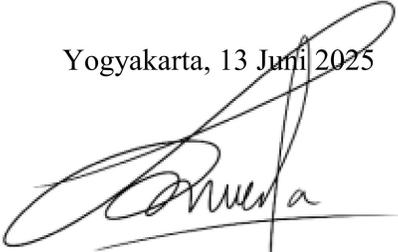
NIM 2112789024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah Bapa di Surga karena atas penyertaan dan kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Gamifikasi dalam Memengaruhi Kebiasaan Pengguna: Studi pada Desain UI/UX Streaks TikTok”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan penulis terhadap perkembangan teknologi digital, khususnya dalam ranah desain antarmuka pengguna (UI), pengalaman pengguna (UX), serta fenomena gamifikasi yang semakin melekat dalam keseharian pengguna media sosial. Fitur Streaks TikTok, sebagai inovasi baru yang muncul pada tahun 2024, menjadi objek yang menarik untuk ditelaah karena berhasil mengubah kebiasaan ringan menjadi rutinitas digital yang konsisten melalui pendekatan desain yang persuasif.

Yogyakarta, 13 Juni 2025



Kezia Victoria Tisar Ayuratri

NIM 2112789024

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, doa, semangat, dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa dukungan tersebut, penyelesaian skripsi ini tidak mungkin terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih ini secara khusus peneliti tujukan kepada:

1. Dr. Irwandi, M. Sn. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn. selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Ibu Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn. selaku Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual.
5. Bapak Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta jadwal konsultasi yang teratur hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dalam tata cara penulisan, memberikan masukan yang tajam, serta membantu memperluas sudut pandang dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Mochamad Faizal Rochman, S.Sn., M.T. selaku *cognate* yang telah membimbing dan mengevaluasi usai sidang, hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lebih maksimal.
8. Alit Ayu Dewantari, M.Sn. selaku dosen wali yang telah hadir dan mendampingi selama masa perkuliahan serta membantu dalam proses persetujuan sidang.

9. Seluruh staf pengajar Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Yogyakarta atas ilmu, bimbingan, dan motivasi yang telah diberikan selama masa studi.
10. Kedua orang tua penulis, Bapak Eko Sarwono yang lewat kabar singkat dan foto-foto kucing di rumah, telah menjadi pengingat hangat dan penyemangat selama masa studi ini; serta Ibu Tiara Novia Hendriana atas perhatian, doa, serta dukungan emosional selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Kakak kandung penulis, Regita Tisar Vallen Ayuapsari yang telah memberikan dukungan finansial dan emosional, doa, menjadi teman diskusi, bercerita, serta berbagi canda.
12. Adik kandung penulis, Angeline Gresanda Tisar Ayuastri, yang sudah hadir sebagai teman berbagi cerita, bercanda, dan memberikan dukungan moral selama proses penyelesaian studi ini.
13. Bapak David Hendrik Salim selaku pemberi beasiswa yang tulus dan tanpa syarat, serta telah memberikan dukungan moral dan spiritual yang terus memotivasi saya selama menempuh studi.
14. Bapak Fransiskus, selaku pemberi bantuan finansial secara berkala selama masa studi ini yang tulus tanpa syarat, serta dukungan moral dan spiritual yang memotivasi saya untuk terus maju.
15. Teman saya, Gendis Gynandra Ahimsa yang telah memberikan banyak bantuan nyata, menjadi teman diskusi, dan pendukung setia hampir setiap hari selama proses pengerjaan skripsi hingga sidang.
16. Teman saya, Silvia Wahyuningrum yang telah menjadi teman seperjuangan selama proses pengerjaan skripsi hingga sidang, dengan memberikan dukungan moral dan menjadi teman diskusi, serta menemani saya agar terus termotivasi untuk menyelesaikan studi tepat waktu.

17. Teman sekamar saya selama tiga tahun berkuliah, Angelita Feby Herwanto, yang sudah banyak membantu dalam hampir segala hal dengan sabar dan tanpa pamrih. Terima kasih sudah menjadi pendengar setia hingga larut malam, berbagi keluh-kesah, tawa, dan saling berbagi tanpa banyak sungkan, selayaknya saudara sendiri.
18. Teman-teman saya, Tara Keisha, Indin Nabilatus Salsabila, Violin Veronica Hutasoit, Timothy Billy Palapa, Mikael Kristian Dewantoro, dan Ajeng Wahyu Nuraini, atas kebersamaan, dukungan moral, serta keceriaan yang mereka berikan selama proses pengerjaan skripsi, sehingga membantu mengurangi stres dan menjaga semangat saya.
19. Teman-teman saya, Nanda Ifania Febtanti, Nilnarohmah, Friska Angela Gijantoro, Ira Veoria Br. S. Brahmana, Cecilia, Yohanna, Farah Nur Anisa, Hilda Putri Afriani, Daud Hendawan Guritna Putra, Gizkha Novelinda Syahlaisya, Jihan Putri Alifah, yang telah hadir dengan cara mereka masing-masing, tetap terhubung, dan menjadi ruang berbagi cerita serta tawa selama proses ini.
20. Teman-teman SMA saya, Under 24, Elsa Ester Marantika, Cristina Boru Nainggolan, Graseyla Puspa Artanti, Eilena Prudencia, Hilda Angelina, Rosy Devi Elsiani, Rinda Theodora Hernawati, yang telah menjadi bagian dari lingkaran pertemanan sejak masa SMA dan tetap terhubung hingga kini. Terima kasih atas dukungan, doa, dan kebersamaan yang selalu terasa cukup, tanpa harus sering bertemu.
21. Teman saya, Diptya Pungkaswarsa Maranello, atas bantuan teknis yang berarti dalam proses penyusunan skripsi ini, serta kehadiran, perhatian, dan pembelajaran yang sempat ikut memberi warna di masa-masa akhir perkuliahan saya.
22. Diri saya sendiri, Kezia Victoria Tisar Ayuratri, atas keteguhan dalam menjalani proses ini dengan terus berusaha semaksimal

mungkin; sebuah perjalanan yang kiranya tidak akan dapat saya lalui tanpa pertolongan dan penyertaan Tuhan Yesus Kristus.



**LEMBARAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Nama : Kezia Victoria Tisar Ayuratri

NIM : 2112789024

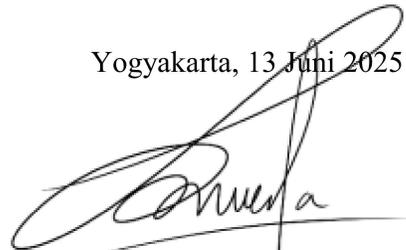
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni Rupa dan Desain

Jenis : Tugas Akhir Pengkajian

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada perpustakaan UPT ISI YOGYAKARTA, karya tugas akhir pengkajian yang berjudul **STRATEGI GAMIFIKASI DALAM MEMENGARUHI KEBIASAAN PENGGUNA: STUDI PADA DESAIN UI/UX STREAKS TIKTOK**. Dengan demikian penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 13 Juni 2025



Kezia Victoria Tisar Ayuratri

NIM 2112789024

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana peran desain antarmuka dan pengalaman pengguna (UI/UX) serta strategi gamifikasi membentuk kebiasaan pengguna, dengan fokus pada studi kasus fitur Streaks TikTok. Fitur ini mulai diperkenalkan secara bertahap pada tahun 2024 sebagai bentuk inovasi penerapan elemen gamifikasi pada platform media sosial. Melalui penggunaan desain visual yang menarik perhatian, seperti ikon, karakter virtual bernama Streak Pet, notifikasi, hingga animasi mikro, fitur ini mendorong terbentuknya perilaku harian yang berulang pada pengguna. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi langsung terhadap fitur, wawancara, serta dokumentasi data dari pengguna aktif Streaks TikTok berusia 17–26 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain visual Streaks memanfaatkan prinsip-prinsip teori UI untuk menarik atensi awal. Sementara itu, pengalaman pengguna (UX) yang tercipta mendukung keterikatan emosional serta membangun konsistensi perilaku. Analisis UX dibagi menjadi dua tahapan: tahap pemicu awal, ketika UI berperan besar dalam menarik perhatian, dan tahap keterikatan lanjut, ketika UX menjadi faktor utama dalam membentuk keterikatan emosional di antara pengguna. Temuan ini mendukung hipotesis peneliti bahwa TikTok berhasil mengidentifikasi serta menguatkan kebiasaan digital alami pengguna, menjadi pola keterlibatan yang lebih terarah melalui strategi gamifikasi pada fitur Streaks.

Kata kunci: UI, UX, gamifikasi, kebiasaan pengguna, Streaks TikTok

ABSTRACT

This study examines how user interface (UI) and user experience (UX) design, along with gamification strategies, shape user habits, focusing on a case study of TikTok's Streaks feature. Introduced gradually in 2024, this feature represents an innovative application of gamification elements within a social media platform. Through the use of attention-grabbing visual designs, such as icons, a virtual character named Streak Pet, notifications, and micro-animations, this feature encourages the formation of repetitive daily user behavior. The research employs a descriptive qualitative approach through direct observation of the feature, interviews, and data documentation from active Streaks users aged 17–26. The results indicate that the visual design of Streaks utilizes UI principles to capture initial attention. Meanwhile, the resulting UX supports emotional engagement and helps build consistent behavioral patterns. The UX analysis is divided into two phases: the initial trigger phase, where UI plays a major role in attracting attention, and the sustained engagement phase, where UX becomes the primary factor in fostering emotional connection among users. These findings support the researcher's hypothesis that TikTok has successfully identified and reinforced users' natural digital habits, shaping them into more structured engagement patterns through the gamification strategy implemented in the Streaks feature.

Keywords: *UI, UX, gamification, user behaviour, TikTok Streak*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
LEMBARAN PERNYATAAN	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	3
D. Perumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	6
A. Landasan Teori	6
B. Kajian Hasil-hasil Penelitian	21
C. Kerangka Pemikiran	23
D. Pengajuan Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
A. Metode dan Desain Penelitian	27
B. Populasi dan Sampel	28
C. Metode Pengumpulan Data	29
D. Instrumen Penelitian	29
E. Teknik Analisis Data	31
F. Definisi Operasional	32
G. Prosedur Penelitian	33
BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	36
A. Variabel yang Diteliti	36
B. Deskripsi Hasil Penelitian	36
C. Pembahasan Hasil Analisis	74
D. Validasi Hipotesis	101
BAB V PENUTUP	103
A. Rangkuman	103

B. Kesimpulan.....	105
C. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Ikon Streaks (<i>Floating</i>).....	40
Gambar 4. 2 Ikon Streaks.....	40
Gambar 4. 3 Streak Badge.....	40
Gambar 4. 4 Streak Pet.....	41
Gambar 4. 5 Daftar Streak Badges.....	41
Gambar 4. 6 Tingkatan Level Streak Pet.....	42
Gambar 4. 7 Detail Panel Streak Pet.....	43
Gambar 4. 8 Transisi Animasi Ikon Streaks.....	44
Gambar 4. 9 Transisi Animasi Streak Badge.....	45
Gambar 4. 10 Variasi Pose Streak Pet Level 3.....	46
Gambar 4. 11 Streak Pet <i>Progress Bar</i>	46
Gambar 4. 12 Notifikasi Streak Berhenti.....	47
Gambar 4. 13 Tangkapan Layar Video 1.....	48
Gambar 4. 14 Tangkapan Layar Video 2.....	49
Gambar 4. 15 Tangkapan Layar Video 3.....	49
Gambar 4. 16 Tangkapan Layar Video 4.....	50
Gambar 4. 17 Tangkapan Layar Video 5.....	51
Gambar 4. 18 Tangkapan Layar Video 6.....	52
Gambar 4. 19 Tangkapan Layar Video 7.....	52
Gambar 4. 20 Tangkapan Layar Video 8.....	53
Gambar 4. 21 Tangkapan Layar Video 9.....	54
Gambar 4. 22 Tangkapan Layar Video 10.....	54
Gambar 4. 23 Diagram Hasil Kuesioner 1.....	57
Gambar 4. 24 Diagram Hasil Kuesioner 2.....	58
Gambar 4. 25 Diagram Hasil Kuesioner 3.....	59
Gambar 4. 26 Diagram Hasil Kuesioner 4.....	59
Gambar 4. 27 Diagram Hasil Kuesioner 5.....	61
Gambar 4. 28 Diagram Hasil Kuesioner 6.....	62
Gambar 4. 29 Diagram Hasil Kuesioner 7.....	63
Gambar 4. 30 Diagram Hasil Kuesioner 8.....	64
Gambar 4. 31 Diagram Hasil Kuesioner 9.....	64
Gambar 4. 32 Diagram Hasil Kuesioner 10.....	66
Gambar 4. 33 Diagram Hasil Kuesioner 11.....	67
Gambar 4. 34 Diagram Hasil Kuesioner 12.....	68
Gambar 4. 35 Diagram Hasil Kuesioner 13.....	68
Gambar 4. 36 Diagram Hasil Kuesioner 14.....	69
Gambar 4. 37 Diagram Hasil Kuesioner 15.....	69
Gambar 4. 38 Diagram Hasil Kuesioner 16.....	70
Gambar 4. 39 Diagram Hasil Kuesioner 17.....	71
Gambar 4. 40 Diagram Hasil Kuesioner 18.....	71
Gambar 4. 41 Diagram Hasil Kuesioner 19.....	72
Gambar 4. 42 Diagram Hasil Kuesioner 20.....	73
Gambar 4. 43 Diagram Pengaruh UI.....	93
Gambar 4. 44 Diagram Pengaruh UX.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang kini menjadi salah satu aplikasi dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia. Sejak bergabung dengan aplikasi asal Tiongkok, Musical.ly, pada tahun 2018, TikTok semakin berkembang dan digunakan secara global (Figliola, 2020). Bahkan, TikTok menjadi satu-satunya platform media sosial yang populer baik di dalam maupun di luar Tiongkok (Haenlein et al., 2020). Platform ini dikenal sebagai media sosial yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z di seluruh dunia, dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan (Gu et al., 2022; Boeker & Urman, 2022 dalam Ionescu & Licu, 2023). Hingga tahun 2023, jumlah pengguna TikTok tercatat telah melebihi 1,7 miliar secara global (GilPress, 2023) menjadikannya salah satu aplikasi media sosial yang paling banyak diunduh.

Salah satu strategi yang diterapkan TikTok untuk mempertahankan keterlibatan pengguna adalah gamifikasi, yaitu penerapan elemen permainan dalam konteks non-permainan untuk meningkatkan interaksi dan loyalitas pengguna. Konsep gamifikasi ini diperkenalkan secara formal pada tahun 2008 (Deterding et al., 2011), meskipun praktiknya telah diterapkan jauh sebelum istilah tersebut dicetuskan. Dengan menambahkan tantangan, batasan, atau memberikan hadiah atas suatu tindakan (Hamari et al., 2014), gamifikasi memengaruhi perilaku pengguna (*user behaviour*), cara mereka berkomunikasi, dan hubungan sosial mereka yang menguntungkan para pembuat media sosial. Salah satu contoh implementasi gamifikasi yang berdampak pada keterlibatan pengguna adalah fitur Streaks TikTok yang diperkenalkan pada pertengahan tahun 2024.

TikTok lebih berfokus pada hiburan visual dibanding komunikasi personal. Fokus utamanya adalah pembuatan dan konsumsi video pendek,

dengan interaksi pengguna lebih banyak terjadi melalui tantangan, tren, dan reaksi terhadap video dibandingkan dengan percakapan langsung (Montag et al., 2021). Meskipun memiliki fitur pesan langsung (*direct message*), TikTok tidak mengutamakan komunikasi personal seperti WhatsApp atau Messenger. Oleh karena itu, dibandingkan aplikasi yang berfokus pada percakapan pribadi, TikTok dapat dikategorikan sebagai platform media sosial hiburan.

Namun, seiring berjalannya waktu, pengguna mulai mengembangkan kebiasaan berbagi video melalui fitur *direct message* (DM) sebagai bentuk interaksi sosial yang ringan. Kebiasaan ini terbentuk secara organik tanpa adanya sistem imbalan (*reward*) atau tekanan untuk mempertahankannya, tetapi tetap menjadi bagian dari cara pengguna berkomunikasi di platform. Banyaknya video di TikTok yang membahas kebiasaan ini, menunjukkan bahwa orang-orang di berbagai komunitas mengalami hal yang sama. Hal ini menandakan bahwa berbagi video pendek bukan hanya aktivitas iseng, tetapi telah menjadi pola komunikasi baru yang terinternalisasi dalam kebiasaan pengguna media sosial. Hingga kemudian pada pertengahan tahun 2024, TikTok memperkenalkan Streaks, sebuah fitur yang menambahkan elemen penghargaan dalam interaksi melalui DM. Meskipun fitur ini tidak secara langsung dimaksudkan untuk mendukung kebiasaan berbagi video, keberadaannya tampak selaras dengan pola interaksi yang telah berkembang sebelumnya di antara pengguna.

Dalam konteks Desain Komunikasi Visual (DKV), fitur gamifikasi Streaks di TikTok dapat dianalisis melalui pendekatan gamifikasi dan UI/UX. Dari segi desain antarmuka (UI), fitur ini menggunakan elemen visual seperti ikon dan animasi yang dirancang untuk menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Selain itu, sistem penghargaan dalam fitur ini selaras dengan kebiasaan berbagi video di DM yang telah terbentuk sebelumnya, mendorong interaksi berulang di antara pengguna. Dengan memanfaatkan prinsip gamifikasi dan strategi pengalaman pengguna (UX), Streaks berkontribusi dalam mempertahankan keterikatan

pengguna dengan platform.

Penelitian ini memiliki signifikansi yang penting, terutama dalam melihat bagaimana desain UI/UX yang mengandung elemen gamifikasi dapat mempertahankan kebiasaan yang telah terbentuk secara organik di media sosial. Dalam konteks Desain Komunikasi Visual, fokus utama penelitian ini adalah menganalisis peran elemen visual, seperti ikon api, karakter Streak Pet, animasi, dan notifikasi yang digunakan dalam fitur Streaks. Elemen-elemen ini tidak hanya berfungsi sebagai pemanis antarmuka, tetapi juga berperan aktif dalam menarik perhatian, membentuk persepsi, dan memicu aksi pengguna secara berulang. Desain visual yang menarik dan interaktif memungkinkan pengguna merasakan keterlibatan emosional dan sosial yang lebih kuat, tanpa tekanan eksplisit. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana integrasi strategi gamifikasi dalam desain UI/UX mampu memengaruhi perilaku dan membentuk kebiasaan pengguna. Hasilnya diharapkan dapat menjadi acuan dalam merancang elemen visual antarmuka yang efektif dan komunikatif untuk meningkatkan retensi pengguna pada platform serupa.

B. Identifikasi Masalah

Streaks merupakan elemen gamifikasi pada aplikasi media sosial berupa fitur baru di TikTok. Fitur ini mampu memanfaatkan kebiasaan yang sudah ada secara organik, untuk meningkatkan loyalitas para pengguna TikTok. Namun, ternyata belum ada penelitian yang secara spesifik menelaah bagaimana elemen gamifikasi tersebut dirancang secara visual melalui pendekatan UI/UX, serta bagaimana strategi visual ini berkontribusi dalam mempertahankan kebiasaan pengguna dan meningkatkan keterikatan mereka terhadap platform.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada analisis fitur Streaks di TikTok dalam konteks Desain Komunikasi Visual, khususnya terkait dengan desain

antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX). Subjek penelitian dibatasi pada pengguna aktif TikTok yang menggunakan fitur Streaks. Penelitian ini tidak akan mengkaji secara mendalam aspek psikologis pengguna dalam jangka panjang, tetapi lebih menyoroti bagaimana fitur TikTok Streaks memanfaatkan elemen gamifikasi melalui desain UI/UX dan pengaruhnya terhadap kebiasaan pengguna.

Ruang lingkup temporal penelitian ini mencakup periode sejak peluncuran fitur Streaks pada pertengahan tahun 2024 hingga awal 2025. Fokus penelitian akan terbatas pada analisis relevansi dan dampak fitur ini dalam jangka waktu tersebut.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah data primer, yang mencakup observasi langsung terhadap interaksi pengguna dengan fitur Streaks. Sedangkan, data sekunder berupa literatur dan studi terdahulu juga akan digunakan untuk memperkuat pembahasan. Batasan lain yang ada dalam penelitian ini adalah keterbatasan waktu penelitian yang relatif singkat, sehingga analisis dilakukan dengan ruang lingkup yang terbatas untuk memastikan penelitian dapat diselesaikan dengan baik sesuai dengan jadwal yang tersedia.

D. Perumusan Masalah

Bagaimana strategi gamifikasi pada fitur Streaks, melalui pendekatan desain UI/UX, memengaruhi kebiasaan pengguna TikTok?

E. Tujuan Penelitian

Menganalisis bagaimana fitur Streaks sebagai bagian dari strategi gamifikasi dalam desain UI/UX memengaruhi kebiasaan pengguna.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam memperluas pemahaman mengenai penerapan strategi

gamifikasi pada platform media sosial berbasis video pendek. Dengan mengeksplorasi konsep gamifikasi dalam konteks desain UI/UX, penelitian ini menyoroti peran strategi gamifikasi dalam desain pengalaman pengguna (UX) yang dapat meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pengguna. Selain itu, penelitian ini juga meninjau peran elemen visual dalam antarmuka pengguna (UI) sebagai pendukung penting dalam desain yang berbasis gamifikasi. Temuan dari penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi studi lanjutan dalam bidang desain digital, khususnya UI/UX dengan pendekatan gamifikasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembang aplikasi media sosial dalam merancang fitur yang lebih menarik dan relevan bagi pengguna melalui pendekatan desain UI/UX. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan acuan dalam merancang antarmuka visual yang mengintegrasikan strategi gamifikasi, dengan memanfaatkan potensi perilaku pengguna yang sudah ada. Dengan memahami bagaimana desain UI/UX tertentu dapat mendorong respons dan kebiasaan pengguna, desainer dapat mengadaptasi pendekatan serupa pada platform mereka, sebagaimana TikTok mengoptimalkan fitur Streaks sebagai pemicu keterlibatan yang berkelanjutan.