

## ABSTRAKSI

Penelitian ini membahas pengaruh konsep *gamification* berdasarkan *game mechanics* dan *game dynamics* terhadap partisipasi pengguna yang mendorong terjadinya komitmen kuat di media online Kaskus. Kaskus merupakan forum online terbesar dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Setelah dilakukan observasi, ditemukanlah beberapa elemen game seperti poin, level, dan tantangan yang diterapkan dalam sistem forum di Kaskus. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah ada kemungkinan konsep *gamification* mempengaruhi perilaku Kaskuser sehingga memperkuat komitmen untuk terus terlibat di dalam Kaskus.

Dengan menggunakan metode kualitatif *depth interview* dan kuantitatif kusioner, penelitian ini menggali jawaban dari 175 responden berdasarkan *judgemental sampling technique*. Setiap responden mendapat pertanyaan mengenai konsep *gamification*, partisipasi di Kaskus, serta komitmen dalam memilih Kaskus. Hasilnya kemudian akan dianalisa menggunakan SPSS 18.00 dan AMOS 21.00.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang kuat dari *gamification* terhadap partisipasi pengguna. *Gamification* memberikan motivasi sehingga pengguna mau terlibat lebih dalam di fitur-fitur yang disediakan Kaskus. Partisipasi yang terjadi secara berkelanjutan akhirnya membentuk suatu komitmen yang kuat antara pengguna dengan Kaskus, khususnya keterikatan secara emosional.

Kata kunci: *gamification, game mechanics, game dynamics, users participation, affective commitment, continuance commitment, customer commitment.*

## ABSTRACTION

This research discusses about the effect of gamification, in form of game mechanics and game dynamics to encourage users participation, which is able to push users commitment in Kaskus. Kaskus is the largest online forum with the biggest number of users in Indonesia. The early research observation found some game elements, such as points, level, and challenge are applied in the forum of Kaskus. This condition leads into a question whether the concept of gamification in Kaskus will cause changes in users participation and drive users commitment to engage in Kaskus.

Using qualitative methods and quantitative depth interview questionnaire, this research explores answers from 175 valid respondents based on judgmental sampling technique. Each respondent was asked about the concept of gamification, participation in Kaskus, as well as users commitment in choosing Kaskus. Results are analyzed using the SPSS 18.00 and AMOS 21.00.

The findings of the research showed a strong influence of gamification on user participation. Gamification gives motivation to users to engage more deeply in features provided by Kaskus. Participation that occurs continuously produces a strong commitment among users with Kaskus, especially emotional attachment.

Keywords: gamification, game mechanics, game dynamics, users participation, affective commitment, continuance commitment, customer commitment.