

## **BAB 2**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Bahasa Jepang**

Menurut Yoshimasa (2011:939) bahasa Jepang adalah:

日本語というは日本で疲れている言葉

“Bahasa Jepang adalah bahasa yang digunakan di Jepang.”

Menurut Shinmura (dalam Sudjianto, 2007:1) bahasa Jepang ialah bahasa bangsa Jepang atau bahasa nasional negara Jepang yang memiliki ciri-ciri, antara lain; terdapat silabel terbuka, mempunyai struktur yang menempatkan verba di akhir kalimat, memiliki ragam bahasa hormat, dan sebagainya. Sudjianto (2007:14) juga menambahkan bahwa dari aspek kebahasaannya, bahasa Jepang memiliki karakteristik tertentu yang dapat dipelajari, yaitu; huruf yang dipakainya, kosakata, sistem pengucapan, gramatika dan ragam bahasanya. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pembelajaran bahasa Jepang meliputi; huruf, kosakata, struktur kalimat, sistem pengucapan, gramatika dan ragam bahasa (Mersili, 2015).

#### **2.2. Gamifikasi**

Gamifikasi adalah pendekatan pembelajaran menggunakan elemen-elemen di dalam *game* dengan tujuan memotivasi para pelajar dalam proses pembelajaran dan memaksimalkan perasaan nyaman terhadap proses pembelajaran tersebut. Selain itu, *media* ini dapat digunakan untuk menangkap hal-hal yang menarik minat pelajar dan menginspirasi untuk terus melakukan pembelajaran. Gamifikasi

menggunakan unsur mekanik *game* untuk memberikan solusi praktikal dengan cara membangun ketertarikan. Secara lebih *detail*, mendefinisikan gamifikasi sebagai konsep yang menggunakan mekanika berbasis permainan, estetika dan permainan berfikir untuk mengikat orang-orang, tindakan memotivasi, mempromosikan pembelajaran dan menyelesaikan masalah (Jusuf, 2016).

Seperti halnya *game* lainnya yang mengizinkan para pemainnya untuk melakukan *restart* atau memainkan ulang *game* tersebut di tingkatan yang sama, membuat kesalahan-kesalahan yang dapat diperbaiki sehingga membuat para pemain tidak takut mengalami kegagalan dan meningkatkan keterikatannya terhadap *game* tersebut. Gamifikasi bekerja dengan membuat teknologi yang lebih menarik, mendorong pengguna untuk terlibat dalam perilaku yang diinginkan, menunjukkan jalan untuk penguasaan dan otonomi, membantu untuk memecahkan masalah dan tidak menjadi gangguan, dan mengambil keuntungan dari kecenderungan psikologis manusia untuk terlibat dalam *game* (Ayub, 2019).

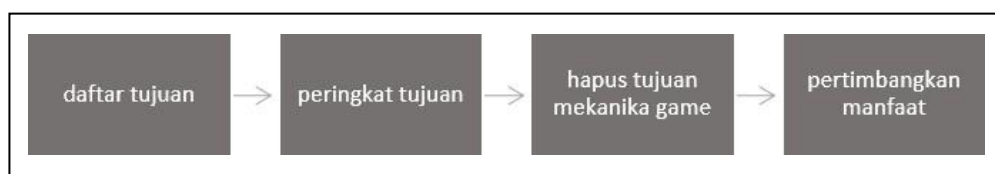
### **2.3. Six Steps to Gamification Framework**

*Six Steps to Gamification* merupakan *framework* gamifikasi yang diusulkan oleh *Werbach and Hunter* dalam buku mereka yang berjudul “*For the win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*” (Werbach, 2012). *Framework* ini berasal dari definisi objektif bisnis dan kemudian dikembangkan untuk mencapai perilaku yang diharapkan, menggambarkan pemain atau pengguna, dan membuat unsur pengulangan aktivitas tanpa melupakan unsur kesenangan di dalamnya. Setelah hal-hal tersebut dilaksanakan, maka akan berlanjut pada peluncuran sistem gamifikasi dengan peralatan yang sesuai (Mora, 2015).

*Six Steps to Gamification* terdiri dari 6 tahapan umum untuk membangun sebuah sistem gamifikasi, yaitu sebagai berikut (Werbach, 2012) (Wono, 2017):

- DEFINE (Menentukan tujuan dari sistem gamifikasi)

Penentuan dengan jelas tujuan sistem gamifikasi merupakan langkah penting agar langkah selanjutnya dalam membuat sistem lebih efektif. Tujuan gamifikasi yang akan didaftar di sini bukan tentang misi organisasi secara keseluruhan, namun tujuan kinerja yang lebih spesifik untuk sistem gamifikasi, seperti meningkatkan retensi pelanggan, membangun loyalitas merek, atau meningkatkan produktivitas dan antusiasme karyawan. Penentuan tujuan juga dilakukan dengan mempertimbangkan prioritas, sehingga terlihat peringkat masing-masing tujuan. Tujuan-tujuan yang terlihat seperti mekanika *game* juga bukan bagian dari tujuan sistem. Sebagai contoh mekanika *game* yang tidak termasuk tujuan yaitu membuat pengguna mengumpulkan poin. Mekanika *game* merupakan cara bukan tujuan. Oleh karena itu, tujuan seperti itu harus dihapus dari daftar. Tujuan-tujuan yang telah ditentukan dan didaftar kemudian dicek dan dijelaskan manfaatnya bagi organisasi. Hal ini dilakukan untuk mempertimbangkan tujuan mana yang akan tetap digunakan. Secara umum proses penentuan tujuan sistem gamifikasi dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2.1. Proses Penentuan Tujuan Sistem Gamifikasi (Werbach, 2012)

- DELINEATE (Menggambarkan perilaku yang ingin dicapai dengan gamifikasi)

Pada tahapan ini, organisasi harus fokus pada perilaku apa yang ingin diwujudkan pada pemain atau pengguna gamifikasi serta bagaimana untuk mengukurnya. Target perilaku yang ingin dicapai harus spesifik dan kongkret. Selain itu, target perilaku pengguna juga harus sesuai dan mendukung pencapaian tujuan sistem gamifikasi yang telah ditentukan sebelumnya, meskipun hal tersebut dilakukan secara tidak langsung. Selanjutnya, sebuah matriks kesuksesan dikembangkan untuk menerjemahkan target perilaku ke dalam hasil yang terukur. Gamifikasi berjalan melalui algoritma piranti lunak, sehingga setiap aktivitas yang ditargetkan dapat diterjemahkan ke dalam angka-angka untuk membuat umpan balik kepada pengguna. Umpan balik dapat disimbolkan dengan elemen game seperti poin atau lencana.

- DESCRIBE (Menjelaskan seperti apa pemain atau pengguna gamifikasi)

Pada umumnya pengguna gamifikasi tidak berasal dari satu kelompok pengguna. Oleh karena itu, penjelasan mengenai pengguna diperlukan untuk melakukan segmentasi sehingga nantinya sistem sesuai untuk semua kelompok pengguna. Segmentasi merupakan suatu hal yang sudah biasa dilakukan dalam pemasaran atau penanganan sumber daya manusia organisasi. Segmentasi pengguna juga penting dilakukan dalam pengembangan sistem gamifikasi karena tahapan ini akan menentukan proses desain gamifikasi selanjutnya.

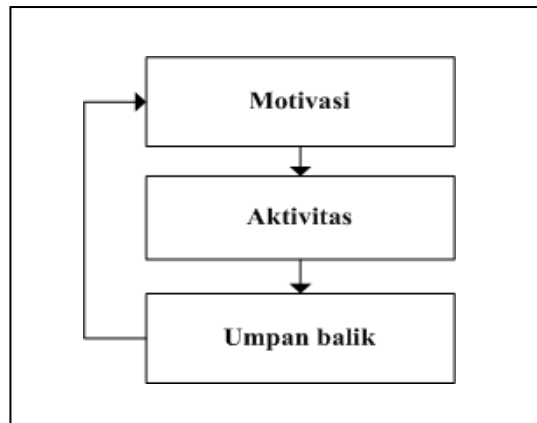
- DEVISE (Merencanakan siklus sistem gamifikasi)

Game selalu memiliki awal dan kadang-kadang memiliki akhir. Sepanjang jalan game beroperasi, terdapat serangkaian loop (putaran) dan cabang-cabang yang akan dilewati. Dengan kata lain, game ini tidak hanya linear: Langkah 1 → Langkah 2 → Langkah 3 → Penyelesaian. mungkin ada sistem leveling yang terlihat seperti itu, tapi sistem gamifikasi secara keseluruhan di belakang layar tidak sesederhana itu. Cara yang paling berguna untuk model aksi dalam sistem gamifikasi adalah melalui siklus kegiatan, sebuah konsep yang telah mempunyai daya tarik dalam menggambarkan media sosial dan layanan jejaring sosial. Tindakan pengguna memprovokasi beberapa kegiatan lainnya, yang pada gilirannya memicu tindakan pengguna lain dan sebagainya. Terdapat dua jenis siklus kegiatan yang digunakan untuk membangun sistem gamifikasi: engagement loops dan progression stairs. Engagement loops menjelaskan pada level mikro, apa yang pemain lakukan, mengapa mereka melakukannya, dan apa tanggapan sistem. Progression stairs menjelaskan pada level makro perjalanan pemain dalam sistem gamifikasi.

- Engagement loops (Level Mikro)

Aktivitas pengguna disebabkan adanya motivasi yang selanjutnya menghasilkan sebuah umpan balik dari sistem, seperti pemberian poin. Umpan balik tersebut memotivasi pengguna untuk melakukan aktivitas selanjutnya, begitu seterusnya. Umpan balik merupakan salah satu bagian yang membuat game begitu efektif sebagai motivator. Setiap aktivitas akan menghasilkan umpan balik yang

dapat langsung diterima pengguna. Secara virtual, semua komponen game dapat dilihat sebagai bentuk umpan balik. Sebagai contoh, penggunaan poin dapat digunakan sebagai umpan balik untuk menunjukkan performa pengguna.



Gambar 2.2. Siklus Aktivitas pada Engagement Loops

(Werbech, 2012)

Engagement loops merupakan proses dasar dalam sistem gamifikasi. Meskipun demikian, engagement loops tidak mampu menangkap kemajuan pengguna dalam beraktivitas. Oleh karena itu, digunakan progression stairs.

- Progression stairs (Level Makro)

Progression stairs menggambarkan fakta bahwa pengalaman game berubah beriringan dengan rangkaian aktivitas pengguna. Dalam sistem gamifikasi, sebuah rute perjalanan pengguna harus dipetakan sebagai kumpulan misi jangka pendek dan tujuan jangka panjang yang menunjukkan rangkaian kemajuan.

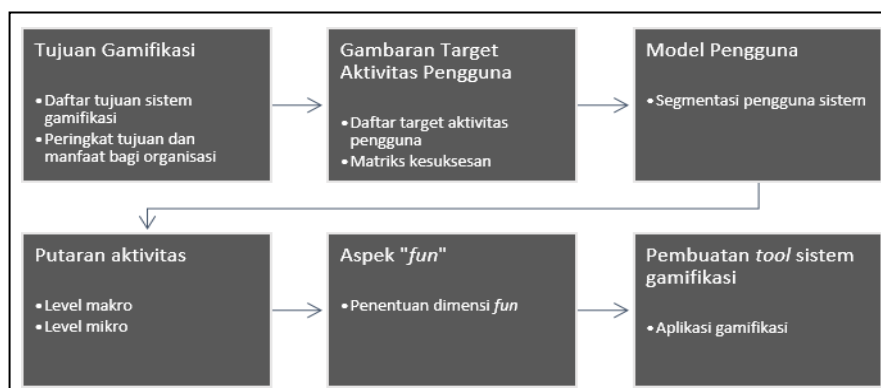
- DON'T FORGET THE FUN (melibatkan aspek yang menyenangkan dalam membentuk sistem gamifikasi)

Hal terakhir yang harus dilakukan sebelum mulai menerapkan sistem gamifikasi adalah mengambil langkah mundur dan memeriksa apakah aspek “fun” sudah cukup. Kompleksitas pemain, tujuan, aturan, motivasi dan setiap elemen game yang dibuat harus tetap menghadirkan aspek yang menyenangkan.

- DEPLOY (Membangun tool yang digunakan untuk menerapkan sistem gamifikasi)

Tahapan terakhir dalam membuat sistem gamifikasi adalah menerapkan tahapan yang telah dibuat sebelumnya ke dalam sebuah tool atau alat yang akan membantu terbentuknya sistem gamifikasi. Tool yang dibuat disesuaikan dengan tahapan-tahapan yang dilakukan sebelumnya. Tool gamifikasi dapat berupa website e-commerce, sistem informasi enterprise, e-learning dan lain-lain. Tool dapat dikembangkan sendiri atau membeli dari pihak lain.

Dari penjelasan 6 langkah tersebut, maka terbentuklah struktur *framework* seperti Gambar 2.3. di bawah.



Gambar 2.3. Struktur Six Steps to Gamification Framework (Werbach, 2012)

## 2.4. Mekanisme Permainan

*Game Mechanics* adalah penerapan unsur-unsur *game* ke dalam aplikasi, bukan ke dalam permainan itu sendiri (Cunningham dan Zichermann, 2011). *Gamified system* dirancang dengan memasukkan beberapa unsur, yaitu sebagai berikut (Cunningham dan Zichermann, 2011):

- Points

Points adalah hadiah kepada pengguna atas penyelesaian suatu tahapan yang ditentukan. Tujuan dari points adalah untuk memberi motivasi kepada pengguna bahwa apa yang telah dilakukan mendapatkan imbalan dan tidak sia-sia.

- Levels

Levels ditujukan untuk menunjukkan perkembangan dari pengguna aplikasi dan digunakan untuk memotivasi pengguna agar semakin terpacu untuk mengumpulkan points lebih banyak agar dapat meraih level yang lebih tinggi.

- Badges

Badges merupakan simbol untuk menandakan bahwa pengguna telah mencapai suatu capaian tertentu. Badges juga berguna untuk menunjukkan di mana level pengguna tersebut berada.

- Leaderboards

Leaderboards digunakan sebagai media untuk membandingkan prestasi antar pengguna dengan pengguna lainnya. Leaderboards dapat memotivasi pengguna untuk bersaing satu sama lain demi merebutkan posisi puncak dalam leaderboard.



## **2.5. Technology Acceptance Model (TAM)**

Technology Acceptance Model (*TAM*) adalah teori yang menggunakan pendekatan *behavior theory*, yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi, Sehingga bisa dikatakan bahwa *TAM* merupakan suatu model analisis untuk mengetahui perilaku pengguna akan penerimaan teknologi (Fatmawati, 2015). Terbagi dua faktor persepsi yang mempengaruhi pengguna saat menggunakan sistem informasi yang baru, yaitu sebagai berikut (Davis, 1989):

- *Ease of Use Percieved*

Pengguna meyakini bahwa sistem informasi yang digunakan mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan.

- *Percieved Usefulness*

Pengguna meyakini bahwa dengan menggunakan sistem informasi yang dibuat akan meningkatkan kinerjanya dengan asumsi pengguna percaya bahwa sistem informasi tersebut berguna.

## **2.6. Skala Likert**

Skala Likert adalah skala pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tertentu mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2012). Responden memberikan tanda centang ataupun silang dalam memberikan jawaban yang mereka pilih, skala penelitiannya adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2012):

- Sangat Setuju (SS) dengan angka 5
- Setuju (S) dengan angka 4
- Kurang Setuju (KT) dengan angka 3

- Tidak Setuju (TS) dengan angka 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) dengan angka 1

Untuk menentukan persentase nilai yang didapatkan dari pengambilan data kuisioner dengan menggunakan rumus perhitungan sebagai berikut (Sugiyono, 2012):

$$PS = \left( \frac{(SS * 5) + (S * 4) + (KS * 3) + (TS * 2) + (STS * 1)}{(5 * Jumlah Responden)} \right) * 100\%$$

#### Rumus 2.1. Rumus perhitungan Skala Likert

Keterangan:

- PS = Persentase skor
- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- KT = Kurang Setuju
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju