

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Hewan Peliharaan

Menurut Undang Undang Republik Indonesia[7], hewan peliharaan adalah hewan yang kehidupannya untuk sebagian atau seluruhnya bergantung pada manusia untuk maksud dan tujuan tertentu. Kemudian diperjelas lebih lanjut bahwa hewan peliharaan dibagi atas hewan ternak, hewan jasa, hewan laboratorium, dan hewan kesayangan. Menurut Council of Europe[8], hewan peliharaan adalah hewan yang dengan sengaja dipelihara dan dirawat pada kediaman atau tempat tinggal seseorang dengan tujuan sebagai teman ataupun kesenangan. Berdasarkan kedua definisi diatas, maka dapat dinyatakan hewan peliharaan adalah hewan yang dipelihara oleh pemilik tempat tinggal secara sengaja untuk kepuasan tertentu seperti kesenangan.

Menurut Farm Animal Welfare Council[9], ada 5 kebebasan yang berhak didapatkan hewan, yaitu:

1. Kebebasan dari rasa lapar, haus, dan malnutrisi.
2. Kebebasan dari penyakit dan cedera.
3. Kebebasan dari ketidaknyamanan.
4. Kebebasan dari rasa takut, stress, dan kondisi psikologis yang negatif lainnya
5. Kebebasan untuk berlaku seperti hewan biasa

Mills[10] menyatakan agar menghindari antropofisme dalam terminologi kesejahteraan hewan, sebaiknya kesejahteraan dan kebutuhan hewan juga disesuaikan dengan ekologi dan perilaku dari spesies hewan tersebut. Tidak hanya itu, juga pada tiap individu yang mungkin dalam keadaan yang berbeda karena kesejahteraan itu sendiri sulit untuk diukur secara pasti. Sebagai hewan peliharaan, tanggung jawab untuk menjamin kesejahteraan tersebut berada pada pemiliknya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.2 Gamifikasi

2.2.1 Definisi Gamifikasi

Gamifikasi adalah penggunaan unsur yang terdapat dalam suatu *game* dalam konteks *non-game*[5]. Unsur-unsur yang digunakan pada aplikasi disesuaikan dengan kebutuhan dan permasalahan yang ada.

2.2.2 Framework Gamifikasi

Saat ini tersedia lebih dari satu framework gamifikasi yang dapat digunakan seperti *Six Steps to Gamification* oleh Werbach dan Hunter, *Gamification Framework* oleh Marczewski, dan lain lain. Menurut penelitian yang dilakukan Mora dkk[11], *Six Steps to Gamification* oleh Werbach dan Hunter[12] adalah *framework* yang paling banyak digunakan dan memiliki fitur paling lengkap.

Pada *Six Steps to Gamification*, juga diketahui sebagai 6D memiliki enam langkah untuk melakukan proses gamifikasi secara sukses. Langkah-langkah tersebut yang dirincikan oleh Wono[13] adalah sebagai berikut:

1. *DEFINE* (menentukan tujuan gamifikasi)
Pada tahap ini, tujuan dari gamifikasi perlu ditentukan dan dijelaskan. Tujuan yang dimaksud adalah tujuan yang spesifik seperti meningkatkan motivasi seseorang dalam melakukan tugas mereka.
2. *DELINEATE* (menggambarkan perilaku yang ingin dicapai)
Dalam tahap ini, perlu digambarkan perilaku apa yang ingin diwujudkan pada pengguna serta bagaimana cara untuk mengukurnya.
3. *DESCRIBE* (menjelaskan target pengguna)
Umumnya, pengguna tidak berasal dari satu kelompok. Maka dari itu, perlu dijelaskan target pengguna
4. *DEVISE* (merencanakan siklus sistem gamifikasi)
Sebuah *game* memiliki alur non-linear. Selama *game* berjalan, terdapat serangkaian putaran (*loop*) dan cabang-cabang yang dilewati. Pada gamifikasi, terdapat dua jenis siklus yaitu *progression stairs* dan *engagement loop*.
Progression stairs menjelaskan sistem pada skala makro dan menggambarkan bahwa *game* berubah seiring berjalannya aktivitas pengguna. Perubahan tersebut harus menunjukkan kemajuan dalam perjalanan yang telah ditempuh. *Engagement loop* menjelaskan sistem

pada skala mikro yang memberikan umpan balik untuk meningkatkan motivasi pengguna dalam *game* tersebut.

5. **DON'T FORGET THE FUN** (melibatkan aspek yang menyenangkan)

Pada tahap ini, perlu diperiksa apakah aspek *fun* pada sistem sudah cukup bagi pengguna. *Fun* terbagi menjadi empat jenis yaitu:

- *Hard Fun* merupakan tantangan yang menyenangkan dan memberi kepuasan saat menyelesaikan tantangan tersebut.
- *Easy Fun* merupakan kesenangan yang tidak terlalu membebani pengguna
- *Altered State* menggambarkan kesenangan pengguna saat mengalami pengalaman yang baru
- *People Factor* merupakan kesenangan sosial yang bergantung pada interaksi dengan sesama pengguna

6. **DEPLOY** (menentukan *tool* untuk penerapan gamifikasi)

Pada tahap terakhir dilakukan penerapan tahap-tahap sebelumnya ke dalam sebuah *tool* yang akan membentuk sebuah sistem.

2.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan *behavioral theory* yang banyak digunakan untuk menguji proses adopsi teknologi informasi[14]. Menurut Davis[15], ada dua faktor persepsi yang mempengaruhi pengguna saat menggunakan sistem yang baru yaitu:

1. *Perceived Ease of Use* adalah dimana pengguna meyakini bahwa sistem yang digunakan mudah digunakan sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan.
2. *Perceived Usefulness* adalah dimana pengguna meyakini bahwa dengan menggunakan sistem yang dibuat akan meningkatkan kinerja dengan asumsi pengguna merasa sistem tersebut berguna.

Menurut analisa kelebihan dan kelemahan Jogiyanto[16], kelebihan TAM yang paling penting adalah model ini merupakan model yang parsimoni yaitu model yang sederhana tetapi valid. Maka dari itu, kesederhanaan TAM cocok digunakan pada aplikasi peneliti.

2.3 Skala Likert

Skala likert berfungsi untuk mengukur pertanyaan yang mempunyai jawaban lebih dari sekadar iya dan tidak. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial[13]. Responden dapat memberi nilai berdasarkan pernyataan sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Skala yang biasa digunakan adalah skala 1 - 5.

Metode perhitungan skala likert menggunakan rumus dibawah ini.

$$\text{Persentase} = \frac{(P1*1) + (P2*2) + (P3*3) + (P4*4) + (P5*5)}{5 * \text{total responden}} \quad (2. 1)$$

Dalam pengukuran hasil kuesioner, digunakan rumus di atas untuk mendapat hasil persentase kuesioner untuk setiap pertanyaan. Penjelasan untuk variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

- P1 adalah jumlah responden yang menyatakan Sangat Tidak Setuju
- P2 adalah jumlah responden yang menyatakan Tidak Setuju
- P3 adalah jumlah responden yang menyatakan Netral
- P4 adalah jumlah responden yang menyatakan Setuju
- P5 adalah jumlah responden yang menyatakan Sangat Setuju

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA