

# Strategi Gamifikasi untuk Meningkatkan Kecakapan Bahasa Inggris di Sektor Outsourcing

Muhammad Afdan Rojabi<sup>\*1</sup>, Gunawan Wang<sup>2</sup>

Departemen Manajemen Sistem Informasi, Program Magister Manajemen Sistem Informasi Binus, Universitas Bina Nusantara

Email: <sup>\*1</sup>[muhammad.rojabi@binus.ac.id](mailto:muhammad.rojabi@binus.ac.id), <sup>2</sup>[gwang@binus.edu](mailto:gwang@binus.edu)

(Naskah masuk: 16 April 2024, diterima untuk diterbitkan: 22 Maret 2024)

**Abstrak:** Kemahiran bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing angkatan kerja. Namun, seringkali pekerja Indonesia masih kurang fasih berbahasa Inggris. Kemahiran berbahasa Inggris dianggap sebagai elemen penting dalam mempersiapkan era keemasan Indonesia pada tahun 2045. Perkembangan keterampilan berbahasa Inggris di Indonesia terutama tidak terjadi di lingkungan sekolah melainkan lebih luas ketika memasuki dunia kerja. Laporan ini menunjukkan korelasi yang menyoroti pentingnya penguasaan bahasa Inggris bagi angkatan kerja Indonesia. Penurunan peringkat Indonesia yang terjadi saat ini dapat diatasi melalui penerapan metode pembelajaran yang lebih efektif. Gamifikasi terbukti menjadi alat motivasi bagi karyawan untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembelajaran, sehingga meningkatkan kemampuan bahasa Inggris mereka dan berkontribusi pada peningkatan daya saing. Model Motivational Design ARCS (Attention, Relevance, Confidence, Satisfaction) dan framework MDA (Mechanic, Dynamic, Aesthetic) digunakan sebagai dasar perancangan user interface gamifikasi dalam proses peningkatan kemampuan berbahasa Inggris. Pendekatan ini bertujuan untuk menyediakan sistem gamifikasi yang memotivasi karyawan untuk terlibat dalam pembelajaran bahasa.

**Kata Kunci** – Gamifikasi; Kemahiran Bahasa Inggris; Pengalihdayaan; Model ARCS; Kerangka MDA

## Gamification Strategies to Enhance English Language Skills in the Outsourcing Sector

**Abstract:** Foreign language proficiency, particularly in English, stands as a key factor in enhancing the competitiveness of the workforce. However, Indonesian workers are often found to lack fluency in English. Proficiency in the English language is considered a crucial element in preparing for Indonesia's golden era in 2045. The development of English language skills in Indonesia primarily does not occur within the school system but rather more extensively when entering the workforce. This report establishes a correlation highlighting the significance of English language mastery for the Indonesian workforce. The current decline in Indonesia's ranking can be addressed through the implementation of more effective learning methods. Gamification has proven to be a motivating tool for employees to actively participate in the learning process, thereby improving their English language skills and contributing to increased competitiveness. The Motivational Design ARCS (Attention, Relevance, Confidence, Satisfaction) model and the MDA (Mechanic, Dynamic, Aesthetic) framework are used as the basis for designing the gamification user interface in the process of enhancing English language skills. This approach aims to provide a gamification system that motivates employees to engage in language learning.

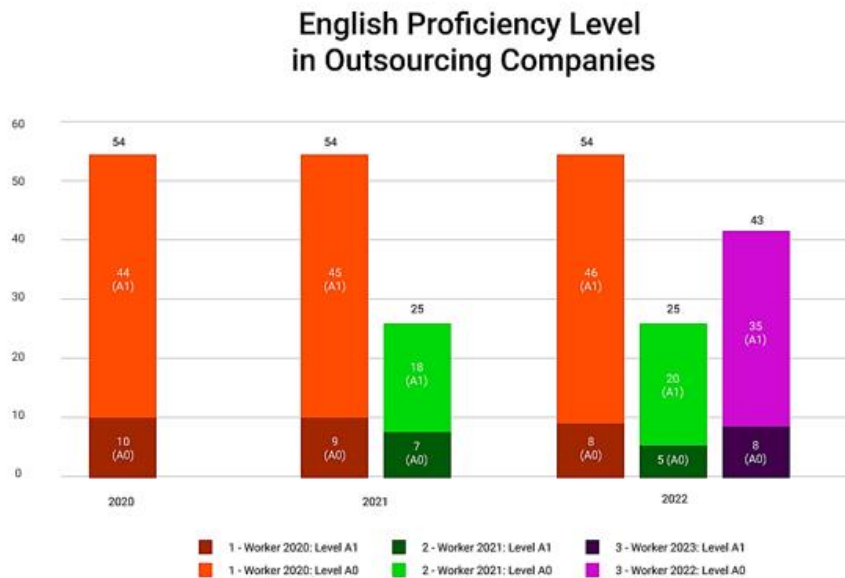
**Keywords** – Gamification; English Language Proficiency; Outsourcing; ARCS Model; MDA Framework

### 1. PENDAHULUAN

Indeks Kecakapan Bahasa Inggris 2023, yang dikeluarkan oleh EF Education First, memberikan gambaran menarik tentang posisi Indonesia dalam konteks kemahiran bahasa global [1] Dalam indeks ini, Indonesia menempati peringkat 79 dari total 113 negara dan memegang posisi ke-16 di antara 23 negara Asia, mengkategorikannya di bawah tingkat kecakapan rendah [1] Data ini mencerminkan tantangan yang dihadapi masyarakat Indonesia dalam penguasaan bahasa Inggris, keterampilan yang semakin krusial di tengah globalisasi [1]

Keterbatasan dalam kemampuan berbahasa Inggris menimbulkan kekhawatiran serius, terutama mengingat peran Indonesia sebagai pemain kunci dalam perekonomian regional. Penggunaan bahasa Inggris tidak hanya kebutuhan di tingkat individu tetapi juga elemen penting dalam mendukung daya saing global negara ini [1].

Berdasarkan data dari perusahaan outsourcing yang berfokus pada penyediaan tenaga kerja untuk usaha makanan dan minuman (UKM) kecil dan menengah di wilayah Bogor dengan karyawan yang memiliki latar belakang pendidikan sekolah menengah, PT Alametric Teknologi Asia memberikan gambaran yang jelas tentang kemampuan berbahasa Inggris pekerjanya. Data tersebut mencakup dari tahun 2020 hingga 2022 dan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1: Grafik Jumlah Karyawan Baru di PT Alametric Teknologi Asia dengan Tingkat Kemahiran Bahasa Inggris (2020-2022)

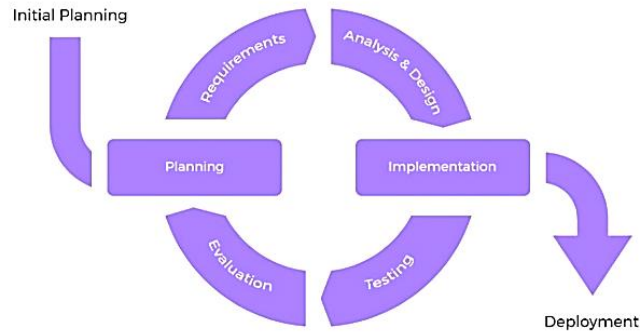
Dari data di atas, dapat diamati bahwa tidak ada tren kenaikan yang signifikan dalam perekrutan karyawan dengan kemampuan bahasa Inggris. Pada tahun 2020, total 54 karyawan baru direkrut, dengan hanya 44 di level A1 dan 10 di level A0. Pada tahun 2021, ada 45 karyawan baru, dengan 18 di level A1 dan 7 di level A0. Pada tahun 2022, jumlahnya tetap sama dengan tahun sebelumnya. Sementara itu, untuk karyawan yang direkrut pada tahun 2021, total ada 25, dengan 18 di level A1 dan 7 di level A0. Pada tahun 2022, ada 20 di level A1 dan 5 di level A0. Total rekrutmen karyawan baru pada tahun 2022 meningkat menjadi 42, yang lebih besar dari tahun 2021. Pada tahun 2022, ada 35 di level A1 dan 8 di level A0 [2]

Memahami data ini dan kondisi saat ini, metode pembelajaran yang lebih efektif dan relevan dapat dikembangkan [3] Salah satu pendekatan yang diusulkan adalah implementasi gamifikasi dalam proses pembelajaran, yang dapat memberikan motivasi tambahan bagi karyawan di industri outsourcing untuk mengembangkan kemampuan bahasa Inggris mereka.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1. Metode Desain

Metode desain yang digunakan dalam mengembangkan sistem pelatihan kemahiran bahasa Inggris dengan gamifikasi adalah proses pengembangan berulang. Desain dapat terus ditingkatkan melalui siklus berulang dengan secara progresif mengembangkan dan mengimplementasikan dalam skala kecil yang mengalami penyempurnaan konstan. Pendekatan ini dapat digunakan untuk meningkatkan proses yang berkaitan dengan pengembangan informasi, sehingga meningkatkan kualitas dan efisiensi [4].



Gambar 2. Metode Desain Sistem

Setelah model desain ditentukan, langkah selanjutnya adalah tahap pemecahan masalah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut:

1) Perencanaan Awal

The initial planning involves defining the primary goal of implementing gamification in English language learning, aiming to enhance the English language proficiency of outsourcing employees.

2) Perencanaan

Tahap perencanaan dilakukan dengan memetakan setiap subkategori Model ARCS Desain Motivasi dengan masing-masing elemen Kerangka MDA [5] Kategori Perhatian dalam model ARCS terdiri dari tiga subkategori: Gairah Perseptual, Gairah Penyelidikan, dan Variabilitas. Hasil pemetaan masing-masing kategori model ARCS pada MDA Framework adalah sebagai berikut:

a. Perhatian

Bagian Perhatian dalam model ARCS mencakup tiga subkategori: Gairah Perseptual, Gairah Penyelidikan, dan Variabilitas. Hasil pemetaan subkategori Perhatian adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pemetaan Subkategori Perhatian dalam Model MDA.

<b>Subcategories: Perceptual Arousal</b>	
Pertanyaan	Bagaimana seseorang dapat memperoleh perhatian perseptual dan aktual?
Estetika	Lingkungan dibuat untuk mendapatkan emosi dari pemain (Sensasi).
Dinamika	Saat memasuki permainan, pemain disambut dengan pesan sambutan, misalnya, "Bagaimana kabarmu hari ini?", "Selamat datang", bersama dengan penambahan level lencana dan nama pemain. Selain itu, ada juga halaman Leaderboard untuk menampilkan peringkat pencapaian setiap karyawan.
Mekanika	Badges, Leaderboard
<b>Subcategories: Inquiry Arousal</b>	
Pertanyaan	Bagaimana kita bisa merangsang perilaku membuat permintaan?
Estetika	Menciptakan lingkungan permainan yang merangsang dengan sistem penilaian yang menawan untuk mendorong keterlibatan dan partisipasi pemain yang berkelanjutan (Tantangan).
Dinamika	Adanya tugas atau misi disertai poin (skor) dan sistem level.
Mekanika	Poin (skor), Misi, Lencana, Bilah Kemajuan, Sistem Naik Level.
<b>Subcategory: Variability</b>	
Pertanyaan	Apa yang perlu dilakukan untuk mempertahankan perhatian yang telah didapat?
Estetika	Kehadiran elemen kompetitif untuk mendorong pemain mengungguli orang lain (Ekspresi).
Dinamika	Adanya dashboard pemain dengan skor tertinggi dalam game.
Mekanika	Misi, Papan Peringkat

b. Relevansi.

Bagian Relevansi dalam model ARCS terdiri dari tiga subkategori: Orientasi Tujuan, Pencocokan Motif, dan Keakraban [6] Hasil pemetaan subkategori Relevansi dalam model MDA disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Pemetaan Subkategori Relevansi dalam Model MDA.

<b>Subcategory: Goal Orientation</b>	
Pertanyaan	Cara menemukan tujuan pemain?
Estetika	Tersedianya berbagai variasi misi yang bisa pemain pilih untuk mengekspresikan diri (Expression).
Dinamika	Saat memasuki permainan, pemain disajikan dengan opsi misi dan poin yang akan mereka terima jika mereka berhasil menyelesaikan misi.
Mekanika	Poin (Skor), Misi
<b>Subcategory: Motive Matching</b>	
Pertanyaan	Kapan dan bagaimana memberikan pilihan dan tanggung jawab kepada pemain?
Estetika	Mengembangkan misi permainan berdasarkan kebutuhan pemain dan, selanjutnya, memungkinkan pemain untuk melaksanakan misi ini (Ekspresi).
Dinamika	Saat memasuki permainan, pemain akan menemukan misi, instruksi / pedoman, dan fitur untuk memberikan umpan balik.
Mekanika	Misi, Tutorial, Umpan Balik
<b>Subcategory: Familiarity</b>	
Pertanyaan	Cara menautkan petunjuk dengan interaksi pemain untuk meningkatkan pengalaman pengguna?
Estetika	Membuat pengaturan permainan di mana pemain dapat segera merasakan kemajuan permainan yang sedang berlangsung, mengalami tantangan, dan mengartikulasikan diri mereka dalam permainan (Tantangan, Ekspresi).
Dinamika	Saat pemain memasuki game, mereka menerima ilustrasi visual dan numerik dari kemajuan game.
Mekanika	Misi, Papan Peringkat

c. Kepercayaan.

Segmen Keyakinan dalam model ARCS (Attention, Relevance, Confidence, Satisfaction) terdiri dari tiga subkategori: Persyaratan Pembelajaran, Peluang Sukses, dan Kontrol Pribadi. Hasil pemetaan subkategori Confidence pada model MDA dapat diamati pada Tabel 3.

Tabel 3. Pemetaan Subkategori Kepercayaan dalam Model MDA.

<b>Subcategory: Learning Requirements</b>	
Pertanyaan	Tindakan apa yang harus diambil untuk menumbuhkan antisipasi positif di antara para pemain dan memastikan keberhasilan mereka dalam setiap upaya?
Estetika	Kehadiran fitur yang menunjukkan kemajuan permainan pemain dan misi selanjutnya yang harus diselesaikan untuk mencapai level berikutnya (Ekspresi, Tantangan).
Dinamika	Saat memasuki permainan, pemain dapat melihat kemajuan permainan mereka dan misi selanjutnya yang perlu diselesaikan untuk naik level.
Mekanika	Misi, Progress Bar, Tutorial, Umpan Balik
<b>Subcategory: Success Opportunities</b>	
Pertanyaan	Bagaimana suatu kegiatan dapat meningkatkan kepercayaan diri pemain dalam kemahiran bahasa Inggris mereka?
Estetika	Merancang lingkungan permainan yang membantu pemain dalam memahami misi yang akan mereka lakukan (Ekspresi).
Dinamika	Saat memasuki permainan, pemain dapat belajar tentang misi selanjutnya yang akan mereka lakukan.
Mekanika	Tutorial
<b>Subcategory: Personal Control</b>	
Pertanyaan	Apa yang perlu dilakukan agar pemain memahami bahwa kesuksesan didasarkan pada usaha dan keterampilan mereka?

Estetika	Merancang lingkungan permainan yang memungkinkan interaksi langsung setelah pemain menyelesaikan misi dan menerima hadiah, memungkinkan mereka untuk melanjutkan ke misi berikutnya (Ekspresi, Tantangan).
Dinamika	Setelah menyelesaikan sebuah misi, terdapat visualisasi yang memberikan informasi langsung kepada pemain mengenai keberhasilan mereka dalam menyelesaikan misi tersebut.
Mekanika	Bilah Kemajuan, Poin, Lencana

d. Kepuasan.

Kategori Kepuasan dalam model ARCS terdiri dari tiga subkategori: Konsekuensi Alami, Konsekuensi Positif, dan Ekuitas. Pemetaan subkategori Kepuasan pada model MDA dapat dilihat pada Tabel 4 [7].

Tabel 4. Pemetaan Subkategori Kepuasan dalam Model MDA.

<b>Subcategory: Natural Consequences</b>	
Pertanyaan	Bagaimana kita bisa memastikan bahwa pemain memiliki kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan?
Estetika	Merancang lingkungan permainan yang dapat menampilkan pencapaian pemain dan tantangan berikutnya (Tantangan).
Dinamika	Saat memasuki permainan, pemain diberikan kebebasan untuk memilih dan membiasakan diri dengan misi yang akan dijalani.
Mekanika	Tutorial, Misi
<b>Subcategory: Positive Consequences</b>	
Pertanyaan	Bentuk bantuan apa yang dapat ditawarkan untuk memastikan kesuksesan pemain?
Estetika	Merancang lingkungan permainan yang memungkinkan pemain untuk berinteraksi dan saling mendukung (Expression).
Dinamika	Saat memasuki permainan, pemain diizinkan untuk memberikan umpan balik.
Mekanika	Umpan balik
<b>Subcategory: Equity</b>	
Pertanyaan	Apa yang perlu dilakukan bagi pemain untuk mendapatkan perasaan positif tentang pencapaian mereka?
Estetika	Merancang lingkungan permainan untuk interaksi langsung ketika seorang pemain berhasil menyelesaikan misi dan menerima hadiah, mendorong pemain untuk berbagi kesuksesan mereka dengan pemain lain (Ekspresi).
Dinamika	Tampilan instan setelah berhasil menyelesaikan misi.
Mekanika	Elemen dalam game seperti Lencana, Hadiah, Poin, dan Bilah Kemajuan.

3) Persyaratan.

Pengumpulan informasi terkait persyaratan dilakukan dengan menghubungi Human Resource Development (HRD) PT. Alameetric Teknologi Asia dan pemilik bisnis yang memanfaatkan karyawan outsourcing untuk diskusi mengenai kriteria yang akan distandarisi dalam menentukan level pemain, serta menggunakan The Common European Framework (CEF) [8] Setelah diskusi, hasilnya dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 5. Tingkat Peringkat.

Level	Explanation
A0 - Zero	<i>Telur:</i> Tidak mahir berbahasa Inggris.
A1 - Beginner	<i>Labu:</i> Individu pada tahap ini memiliki keterampilan dasar dalam bahasa Inggris. Pemahaman dan penerapan bahasa Inggris mereka terbatas pada kosakata sehari-hari dan kalimat yang tidak rumit.
A2 - Elementary	<i>Kurcaci:</i> Kemahiran seseorang dalam bahasa Inggris terbukti dalam keterlibatan mereka yang terbatas dalam interaksi bahasa Inggris. Oleh karena itu, seorang individu dengan tingkat A2 atau kemampuan dasar dapat terlibat dalam komunikasi bahasa Inggris, tetapi percakapan terbatas pada topik tertentu yang telah dikuasai.



B1 Intermediate	-	<i>Peri:</i> Pada tahap ini, seorang individu dapat menggunakan bahasa Inggris baik secara pasif maupun aktif, yang mencakup topik yang lebih beragam dibandingkan dengan tingkat sebelumnya. Ini berlaku untuk situasi informal dan formal, meskipun dengan batasan tertentu.
B2 Upper Intermediate	-	<i>Perompak:</i> Seorang individu pada tingkat kemahiran ini menunjukkan perintah bahasa Inggris di berbagai situasi dengan tantangan minimal. Biasanya, jelas bahwa orang tersebut dapat memahami dan menggunakan bahasa Inggris yang relatif rumit.
C1 - Advanced		<i>Beruang:</i> Jika seseorang mencapai tingkat ini, itu menandakan kemampuan mereka untuk menggunakan bahasa Inggris untuk tujuan akademik dan profesional. Tidak ada lagi kesulitan dalam memahami atau menggunakan bahasa Inggris dalam situasi apa pun. Mereka dapat mengartikulasikan pikiran mereka secara lisan dan tertulis tentang berbagai topik secara spontan, lancar, dan percaya diri.
C2 - Proficient		<i>Singa:</i> Seorang individu pada tingkat ini memiliki kemahiran yang sebanding dengan penutur asli. Ini menyiratkan kemampuan untuk menggunakan bahasa Inggris dalam situasi dan konteks apa pun.

4) Analisis & Desain.

Setelah menyelesaikan tingkat peringkat, Skor kumulatif yang dicapai oleh karyawan outsourcing akan dihitung untuk memastikan tingkat kemahiran mereka:

Tabel 6. Skor Rentang.

Level	Tingkat Kemahiran	Skor rentang
A0	Zero ( <i>Telur</i> )	0 - 100
A1	Beginner ( <i>Labu</i> )	101 - 1.000
A2	Elementary ( <i>Kurcaci</i> )	1.001 - 5.000
B1	Intermediate ( <i>Peri</i> )	5.001 - 10.000
B2	Upper Intermediate ( <i>Perompak</i> )	10.001 - 25.000
C1	Advanced ( <i>Beruang</i> )	25.001 - 50.000
C2	Proficient ( <i>Singa</i> )	50.001 - 100.000

Sedangkan untuk hadiah, tambahan pengali poin 2x hingga 5x akan diberikan kepada 3 pemain teratas, dan liga akan diadakan setiap dua minggu sesuai dengan peringkat.

Tabel 7. Liga.

Level	Nama Liga	Posisi untuk Menerima Hadiah
A0	<i>Telur</i>	1 (First Position) = 3x 2 (Second Position) = 2x 3 (Thrid Position) = 1x
A1	<i>Labu</i>	1 (First Position) = 3x 2 (Second Position) = 2x 3 (Thrid Position) = 1x
A2	<i>Kurcaci</i>	1 (First Position) = 4x 2 (Second Position) = 3x 3 (Thrid Position) = 2x
B1	<i>Peri</i>	1 (First Position) = 4x 2 (Second Position) = 3x 3 (Thrid Position) = 1x
B2	<i>Perompak</i>	1 (First Position) = 5x 2 (Second Position) = 4x 3 (Thrid Position) = 1x

C1	Beruang	1 (First Position) = 5x 2 (Second Position) = 4x 3 (Thrid Position) = 2x
C2	Singa	1 (First Position) = 5x 2 (Second Position) = 4x 3 (Thrid Position) = 2x

Menentukan level peringkat, kita dapat mendesain lencana berdasarkan tema permainan, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:

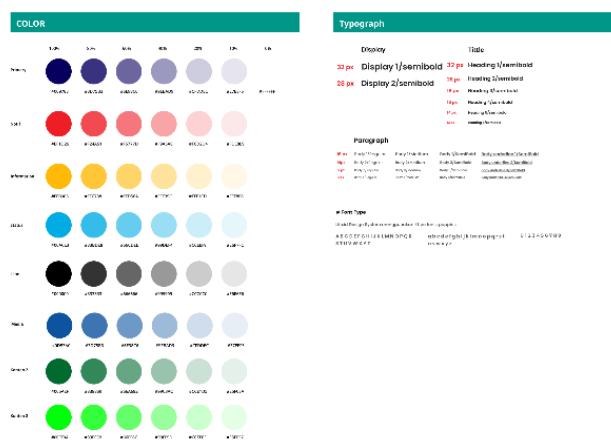


Gambar 3. Contoh Lencana.

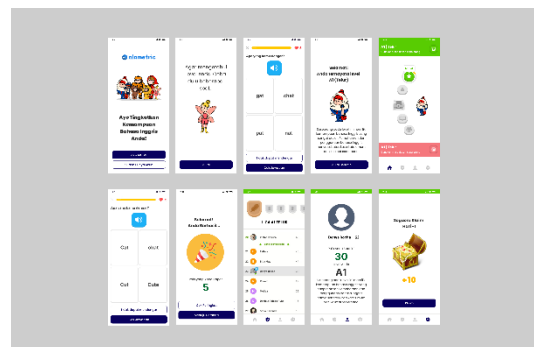
## 2.2. Pembahasan

### 1) Pelaksanaan.

Tahap implementasi dilakukan dengan merancang user interface yang selaras dengan elemen desain gamification [9].



Gambar 4. Elemen Dasar Desain



Gambar 5. Desain Implementasi

Warna dasar desain menggunakan biru, yang merupakan warna identitas dasar perusahaan PT. Alametric Teknologi Asia.

### 2) Penyebaran.

Tahap penyebaran melibatkan prototipe desain sistem rekrutmen yang telah dilengkapi dengan elemen gamifikasi di dalamnya.



Gambar 6. Prototipe.

### 3) Pengujian.

Tahap pengujian dilakukan dengan merancang pertanyaan yang diadopsi dari masing-masing subkategori Model ARCS Desain Motivasi, yang telah memasukkan elemen gamifikasi. Pertanyaan-pertanyaan ini diarahkan pada desain antarmuka pengguna untuk pembelajaran dan akan didistribusikan kepada karyawan outsourcing. Setelah pertanyaan dirancang, mereka akan didistribusikan ke semua karyawan outsourcing sebagai pemain untuk mendapatkan wawasan dari para pemain [10].

Tabel 8. Peserta.

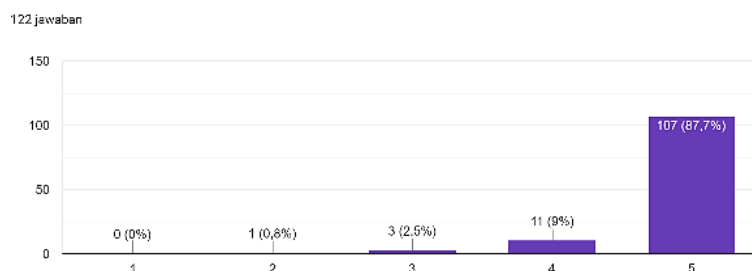
Jenis Kelamin	Jumlah responden
Laki-laki	82 (67,2%)
Perempuan	40 (32,8%)
Total	122 (100 %)

Skala yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert menggunakan beberapa item pernyataan untuk mengukur perilaku individu dengan menanggapi pilihan 5 poin untuk setiap item pernyataan: sangat setuju (5), setuju (4), ragu-ragu (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1) [11].

### 4) Evaluasi.

Setelah melakukan survei, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi hasil survei terkait elemen gamifikasi yang digunakan.

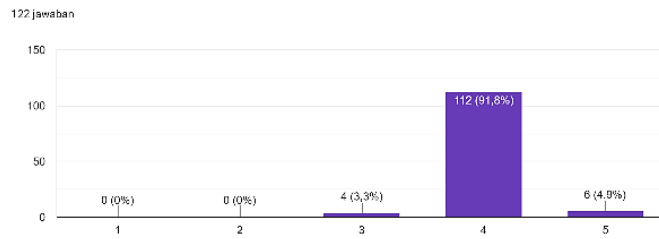
1. Apakah kehadiran elemen game seperti Lencana dan Papan Peringkat MENARIK PERHATIAN Anda?



Gambar 7. Perhatian.

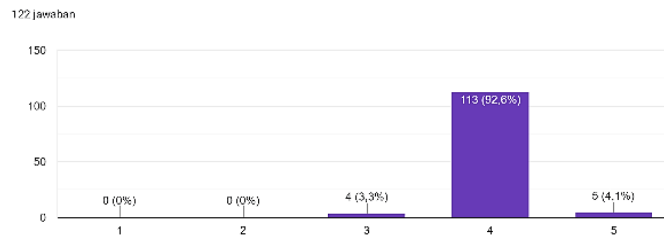
2. Apakah elemen game seperti Hadiah, Misi, Lencana, Bilah Kemajuan, dan Sistem Level Up membuat Anda BERSEMANGAT untuk mengklik atau memulai misi yang tersedia?





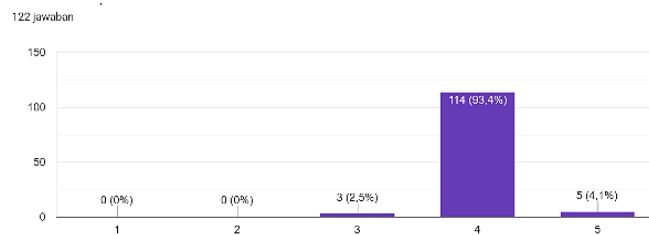
Gambar 8. Kegembiraan.

3. Apakah memiliki elemen permainan seperti Pilihan Misi dan Papan Peringkat membuat Anda TERTARIK UNTUK MEMAINKAN MISI YANG BERBEDA?



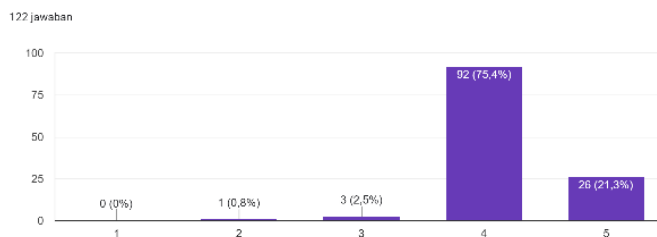
Gambar 9. Ketertarikan untuk memainkan misi yang berbeda.

4. Apakah memiliki elemen permainan seperti Misi dan Hadiah membantu Anda MEMAHAMI TUJUAN dari game ini?



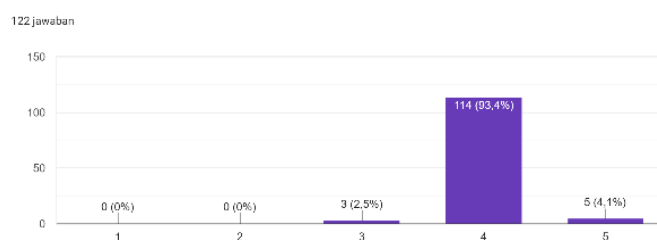
Gambar 10. Kesadaran akan Tujuan Permainan.

5. Apakah memiliki Opsi Misi, Tutorial, dan Umpan Balik MEMENGARUHI keputusan Anda untuk bermain game?



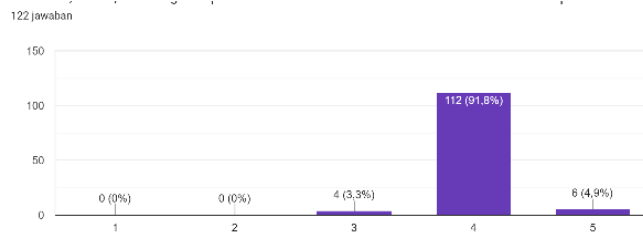
Gambar 11. Pengaruh pada Keputusan untuk Bermain.

6. Apakah memiliki Poin dan Bilah Kemajuan MEMBANTU Anda MENYELESAIKAN misi permainan?



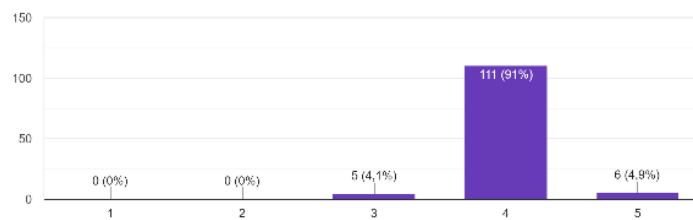
Gambar 12. Bantuan dalam Menyelesaikan Misi.

7. Apakah elemen seperti Misi, Bilah Kemajuan, Obrolan, Tutorial, Umpan Balik, Poin, dan Lencana MEYAKINKAN Anda untuk MENYELESAIKAN MISI dalam game?



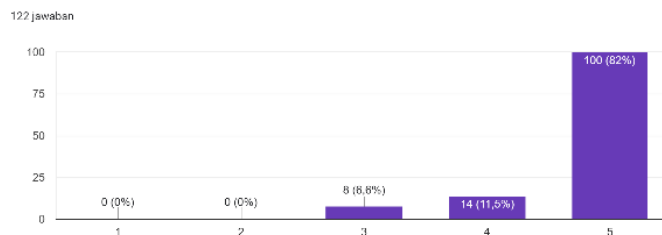
Gambar 113. Meyakinkan untuk Menyelesaikan Misi.

8. Apakah elemen seperti Tutorial dan Misi memberi Anda KESEMPATAN untuk berpartisipasi dalam MENYELESAIKAN setiap AKTIVITAS dalam MISI game?



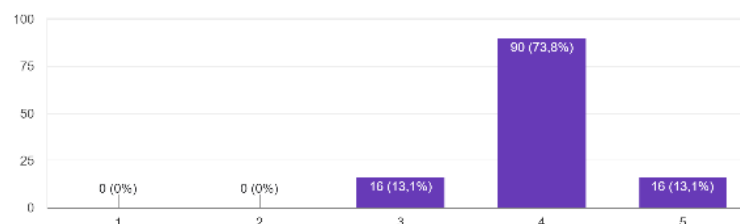
Gambar 14. Kesempatan untuk Berpartisipasi.

9. Apakah elemen seperti Obrolan dan Umpan Balik MEMBANTU Anda dalam MENYELESAIKAN setiap AKTIVITAS dalam MISI game?



Gambar 15. Bantuan dalam Menyelesaikan Kegiatan.

10. Apakah elemen game seperti Lencana, Hadiah, Poin, dan Bilah Kemajuan menciptakan PERASAAN POSITIF tentang KEBERHASILAN Anda dalam MENYELESAIKAN setiap AKTIVITAS dalam MISI game?



Gambar 16. Perasaan Positif tentang Kesuksesan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN.

Berdasarkan jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan ini, beberapa evaluasi dapat ditarik:

- 1) Daya tarik: Mayoritas responden (97,7%) sangat setuju atau setuju bahwa elemen game seperti Lencana dan Papan Peringkat dapat menarik perhatian mereka. Ini menunjukkan bahwa elemen-elemen ini efektif dalam menarik perhatian pengguna [12]

- 2) Kegembiraan : Mayoritas responden (96,7%) sangat setuju atau setuju bahwa elemen game seperti Hadiah, Misi, Lencana, Progress Bar, dan Sistem Level Up membuat mereka bersemangat untuk mengklik atau memulai misi yang tersedia. Ini menunjukkan keberhasilan dalam memotivasi mereka untuk berpartisipasi aktif.
- 3) Minat Bermain Misi yang Berbeda: Sebagian besar responden (96,7%) menyatakan bahwa elemen permainan seperti Pilihan Misi dan Papan Peringkat membuat mereka tertarik untuk memainkan misi yang berbeda. Ini menunjukkan keberhasilan dalam menciptakan variasi dan minat dalam permainan.
- 4) Kesadaran akan Tujuan Game: Mayoritas responden (97,5%) menyatakan bahwa elemen game seperti Misi dan Hadiah membuat mereka sadar akan tujuan game. Ini menunjukkan keberhasilan dalam mengkomunikasikan tujuan permainan kepada pemain.
- 5) Pengaruh pada Keputusan untuk Bermain: Mayoritas responden (96,7%) menyatakan bahwa Pilihan Misi, Tutorial, dan Umpan Balik memengaruhi keputusan mereka untuk bermain. Ini menunjukkan keberhasilan dalam memberikan informasi dan panduan yang memengaruhi keputusan pemain.
- 6) Bantuan dalam Menyelesaikan Misi: Sebagian besar responden (97,5%) menyatakan bahwa elemen game seperti Poin dan Bilah Kemajuan membantu mereka menyelesaikan misi. Ini menunjukkan efektivitas dalam memberikan dukungan bagi pemain.
- 7) Meyakinkan untuk Menyelesaikan Misi: Mayoritas responden (96,7%) menyatakan bahwa elemen game seperti Mission, Progress Bar, Chat, Tutorial, Feedback, Points, dan Badges meyakinkan mereka untuk menyelesaikan misi. Ini menunjukkan bahwa elemen-elemen ini memberikan motivasi dan kepercayaan diri kepada pemain.
- 8) Kesempatan untuk Berpartisipasi: Mayoritas responden (95,9%) menyatakan bahwa elemen game seperti Tutorial dan Misi memberi mereka kesempatan untuk berpartisipasi dalam menyelesaikan setiap aktivitas dalam misi game.
- 9) Bantuan dalam Menyelesaikan Aktivitas: Sebagian besar responden (93,5%) menyatakan bahwa elemen game seperti Obrolan dan Umpan Balik membantu mereka menyelesaikan setiap aktivitas dalam misi game.
- 10) Perasaan Positif tentang Kesuksesan: Mayoritas responden (86,9%) menyatakan bahwa elemen game seperti Lencana, Hadiah, Poin, dan Bilah Kemajuan menciptakan perasaan positif tentang keberhasilan mereka dalam menyelesaikan setiap aktivitas dalam misi game.

Evaluasi ini menunjukkan bahwa penerapan elemen gamifikasi dalam desain game memiliki dampak positif dalam memotivasi dan melibatkan pengguna.

#### 4. KESIMPULAN

Untuk memperkuat pengembangan strategi gamifikasi yang sukses, integrasi model MDA (Mechanics, Dynamics, Aesthetics) dan model ARCS (Attention, Relevance, Confidence, Satisfaction) dapat menjadi kunci. MDA membantu merinci elemen-elemen desain game, sementara ARCS menyediakan kerangka kerja untuk memahami dan memenuhi kebutuhan motivasi pengguna. Integrasi kedua model ini dapat memandu penyempurnaan elemen gamification secara berkelanjutan, menciptakan pengalaman pengguna yang positif. Dalam pengalaman belajar ini, gamification berhasil menarik perhatian 97,7% responden melalui penggunaan elemen permainan kompetitif. Motivasi pengguna ditingkatkan melalui berbagai insentif, seperti Hadiah, Misi, Lencana, Progress Bar, dan Sistem Level Up, dengan tingkat partisipasi mencapai 96,7%. Komunikasi yang jelas mengenai tujuan permainan, terutama melalui elemen Misi dan Hadiah, memastikan bahwa 97,5% responden memahami tujuan yang dimaksudkan. Pentingnya gamification terbukti dalam pengaruhnya terhadap keputusan pengguna, dengan 96,7% responden menunjukkan bahwa pilihan yang terkait dengan Misi, Tutorial, dan Umpan Balik memainkan peran penting dalam keputusan mereka untuk terlibat. Mekanisme dukungan, seperti Poin dan Progress Bar, terbukti sangat efektif, dengan 97,5% responden melaporkan bantuan dalam menyelesaikan misi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] EF EPI, “ndeks Kecakapan Bahasa Inggris EF Edisi 2023,” 2023.
- [2] B. H. Juliawan, “Extracting labor from its owner: Private employment agencies and labor market flexibility in Indonesia,” *Critical Asian Studies*, vol. 42, no. 1, pp. 25–52, 2010.
- [3] P. R. Cohen, *Empirical methods for artificial intelligence*, vol. 139. MIT press Cambridge, MA, 1995.
- [4] G. Badea and E. Popescu, “LearnEval peer assessment platform: Iterative development process and evaluation,” *IEEE Transactions on Learning Technologies*, vol. 15, no. 3, pp. 421–433, 2022.
- [5] F. Angelia and S. Muhamad Isa, “Improving English Learning by Gamification with MDA Framework,” 2020.
- [6] I. S. Toha, Y. Rahmatiar, M. Abas, and L. Amaliya, “Analisis Yuridis Kompensasi pada Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2021 Tentang Perjanjian Kerja Waktu Tertentu, Alih Daya (Outsourcing), Waktu/Jam Kerja dan Waktu Istirahat, dan Pemutusan Hubungan Kerja,” *Wajah Hukum*, vol. 7, no. 2, pp. 350–359, 2023.
- [7] M. A. P. Julina, “Implementasi Pasal 11 Ayat (3) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2021 Tentang Perjanjian Kerja Waktu Tertentu, Alih Daya, Waktu Kerja, dan Waktu Istirahat, dan Pemutusan Hubungan Kerja di Kabupaten Sleman.” Universitas Islam Indonesia, 2023.
- [8] T. Suwanto and M. Sumampouw, “Perancangan Gamification Management System (Gms) Menggunakan Mda Framework,” *Jurnal Ilmiah Realtech*, vol. 15, no. 2, pp. 101–107, 2019.
- [9] F. Heyworth, “The common European framework,” *ELT Journal*, vol. 60, no. 2, pp. 181–183, 2006.
- [10] M. Fathian, H. Sharifi, E. Nasirzadeh, R. Dyer, and O. Elsayed, “Towards a comprehensive methodology for applying enterprise gamification,” *Decision Science Letters*, vol. 10, no. 3, pp. 277–290, 2021.
- [11] W. Budiaji, “Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert,” *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, vol. 2, no. 2, pp. 127–133, 2013.
- [12] X. Zhou and Y. He, “Study on application of arcs motivational model on cross-border e-commerce course design,” in *International Conference on Mental Health and Humanities Education (ICMHHE 2020)*, Atlantis Press, 2020, pp. 288–293.