

# Perbandingan Fun Experience Berdasarkan Tipe User Persona pada Konsep Gamifikasi

*Comparison of Fun Experience Based on User Persona Type in Gamification Concept*

**Sindi Octaviana<sup>1</sup>, Rizky<sup>\*2</sup>, Muhammad Fairul Filza<sup>3</sup>**

*Faculty of Computer Science, Universitas Amikom Yogyakarta*

*E-mail : sindioctaviana@students.amikom.ac.id<sup>1</sup>, samrizky@amikom.ac.id<sup>\*2</sup>, fairul.f@amikom.ac.id<sup>3</sup>*

*\*Corresponding author*

Received 12 March 2025; Revised 20 April 2025; Accepted 30 April 2025

**Abstrak** - Penelitian yang dibuat untuk membangun pengalaman yang menyenangkan khususnya di kalangan remaja, khususnya penelitian dalam gamifikasi. Upaya untuk memberikan kegiatan yang menyenangkan dilakukan oleh remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan seseorang berdasarkan pengalaman yang menyenangkan. Oleh karena itu, selama 1 jam dilakukan pengisian kuesioner tentang model hexad dan pengukuran kesenangan dengan mengisi kuesioner Fun Q. Total responden sebanyak 142 mahasiswa berusia sekitar 20-23 tahun. Pengisian kuesioner menggunakan metode random sampling dan skala likert yang terdiri dari 5-6 poin dengan hasil pengumpulan data heksad yaitu Achievements (23), Disruptors (12), Philanthropists (31), Free Spirits (34), Players (24), Socializers (18) dan secara total Fun Q yang sesuai dengan tipe Heksad maka dihitung rata-rata Fun Q dengan hasil sebagai berikut; Achiever (118,6), Disruptor (125,1), Philanthropist (115,7), Free Spirit (105,9), Player (115,1), Socializer (114,7). Hasil penelitian ini untuk membantu peneliti lain yang sedang mengembangkan gamifikasi untuk menemukan persona dalam penelitian selanjutnya.

**Kata kunci:** *User persona, Pengalaman menyenangkan, Skala, Gamifikasi, Aplikasi*

**Abstract** - Research created to build a fun experience especially among teenagers, especially research in gamification. Efforts to provide fun activities carried out by teenagers. This study aims to create someone based on a fun experience. Therefore, for 1 hour a questionnaire was filled out about the hexad model and measuring fun by filling out the Fun Q questionnaire. The total respondents were 142 students aged around 20-23 years. Filling out the questionnaire using the random sampling method and a Likert scale consisting of 5-6 points with the results of the hexad data collection Achievements (23), Disruptors (12), Philanthropists (31), Free Spirits (34), Players (24), Socializers (18) and in total Fun Q matched with the Hexad type then the average Fun Q was calculated with the following results; Achiever (118.6), Disruptor (125.1), Philanthropist (115.7), Free Spirit (105.9), Player (115.1), Socializer (114.7). The results of this study are to help other researchers who are developing gamification to find personas in further research.

**Keywords:** *User persona, Fun experience, Scale, Gamification, Application*

## 1. PENDAHULUAN

Penggunaan konsep gamifikasi telah banyak digunakan pada berbagai industri, salah satunya adalah pada bidang Pendidikan. Gamifikasi mulai diadopsi dalam skala luas dalam industri media digital pada paruh kedua tahun 2010. Faktanya, penggunaan pertama yang terdokumentasikan dimulai pada tahun 2008, dengan kata "funware", yang diciptakan oleh Gabe Zichermann. Gamifikasi semakin dikenal melalui berbagai buku seperti "Reality is Broken" karya Jane

McGonigal dan “Pemasaran Berbasis Game” karya Gabe Zicherman yang juga telah mengembangkan panduan pemasaran berdasarkan mekanisme permainan untuk menciptakan kesadaran merek dan mendorong keterlibatan pelanggan[1]. Gamifikasi telah digunakan untuk mentransfer efek positif permainan, seperti motivasi dan keterlibatan ke berbagai konteks, misalnya pendidikan, perawatan kesehatan, bisnis atau keberlanjutan[2]. Istilah Gamifikasi sudah muncul pada tahun 2010an dalam gamifikasi terdiri dari gamifikasi Pendidikan dan perusahaan, Gamifikasi menggunakan elemen dan mekanisme desain permainan di lingkungan non-permainan untuk mendukung proses pembelajaran dan mendorong komitmen pelajar dalam perjalanan pendidikan. Dari beberapa penelitian gamifikasi sudah optimis membantu memperkenalkan inovasi dan kolaborasi berdasarkan kerja tim di dalam kelas. Pasar gamifikasi global bernilai USD 7,17 miliar pada tahun 2019, dan diprediksi memiliki tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 30,31% antara tahun 2020 dan 2025. Perusahaan konsultan Deloitte menyebut gamifikasi sebagai salah satu dari 10 Tren Teknologi Teratas untuk tahun 2014. Bagi perusahaan bisnis-ke-bisnis (B2B), gamifikasi sebagai strategi perusahaan telah muncul sebagai cara utama untuk mendorong konsumsi barang dan jasa, dan untuk meningkatkan lalu lintas situs web, diukur dengan indikator kunjungan situs berulang, yang telah terbukti meningkat rata-rata 30% dari waktu ke waktu[3]. Namun masih banyak ditemukan kekurangan pada tahap implementasi, hal ini dikarenakan adanya banyak tipe pengguna. Untuk itu dibutuhkan sebuah alat untuk mengukur tingkat keberhasilan implementasi gamifikasi pada media Pendidikan. Salah satu pendekatan pengguna yang digunakan di dalam penggalian kebutuhan yaitu dengan user persona. Teknik pendekatan user persona diharapkan dapat menganalisa dan memahami kemampuan dan kekurangan setiap orang, sehingga diharapkan penelitian ini bisa membuat fitur dan fungsi dalam perangkat lunak yang sesuai dengan kemampuan dan tingkah laku pengguna. Teknologi harus dapat mengimbangi kebutuhan pengguna dengan menyediakan wadah untuk membantu mencapai efektivitas[4].

Penggunaan gamifikasi bertujuan untuk mengintegrasikan elemen-elemen game ke dalam proses pembelajaran untuk meningkatkan motivasi, semangat belajar, partisipasi dan pencapaian suatu pembelajaran[5].

Tabel 1. Elemen gamifikasi

Game Element	Wood & Reiners (2014)	Sailer et al (2014)
Points	✓	✓
Badges	✓	✓
Leaderboards	✓	✓
Levels	✓	-
Missions or quests	✓	✓
Virtual Goods	✓	-
Gifting/Social treasures	✓	-
Progress bars	-	✓
Performance graphs	-	✓
Meaningful stories	-	✓
Avatars	-	✓
Profile development	-	✓

Beberapa peneliti telah menjelaskan mekanisme permainan dengan berbagai cara. Kris Duggan dan Kate Shoup menyarankan bahwa mekanisme gamifikasi mencakup papan peringkat, poin,

level, misi, tantangan, pencarian, dan umpan balik. Bagi Kevin Werbach dan Dan Hunter, mekanika permainan merujuk pada proses fundamental yang akan mengarah pada tindakan (latihan). Sebagai tanggapan, mereka mengusulkan klasifikasi mekanika permainan yang mencakup avatar, pencapaian, lencana, "pertarungan bos" (dengan karakter non-pemain yang kuat), koleksi, pertempuran, pembukaan konten, pemberian hadiah, papan peringkat, level, dan poin. Gabe Zichermann dan Joselin Linder (Tahun 2013) memberikan contoh mekanisme seperti lencana, poin, level, papan peringkat, dan hadiah[3].

Menurut Şenocak menyatakan bahwa gamifikasi mengadaptasi mekanisme permainan tertentu, seperti poin, simbol, dan papan peringkat, ke lingkungan belajar agar lebih menghibur, menarik, dan berkelanjutan[6]. Pada penelitian sebelumnya dijelaskan mengenai Gamifikasi menurut Marko Urha di dalam model pengenalan gamification sebagai E-Learning untuk pendidikan tinggi, memiliki elemen-elemen utama seperti manajemen E-Learning, faktor-faktor penting di dalam E-Learning, pengalaman pengguna, fase pengembangan (meliputi analisis, perencanaan, pengembangan, implementasi dan evaluasi), mekanisme game, faktor-faktor gamification dalam E-Learning dan efeknya terhadap mahasiswa[7]. Salah satu cara untuk mengkategorikan tipe pemain adalah dengan menggunakan Hexad model yang membedakan pemain menjadi enam jenis user persona. Biasanya untuk menentukan kategori menggunakan kuesioner yang dijadikan sebagai skala standar untuk menilai preferensi pengguna terkait enam motivasi berbeda dalam menggunakan sistem gamifikasi sesuai dengan kerangka kerja Hexad:Filantropis, Socialisation, Jiwa Bebas, Berprestasi, Pengganggu dan Pemain. Dalam artikel mereka, yang diusulkan menggunakan skala tersebut. Pengguna diminta untuk menilai setiap item (kemungkinan response) pada skala Likert 7 point (dari -3 hingga 3), dan setiap item harus dimasukkan secara acak tanpa memberikan pengetahuan apa pun tentang tipe pemain yang bersangkutan[8]. Namun pada penelitian kali ini hanya menggunakan 6 skala likert.

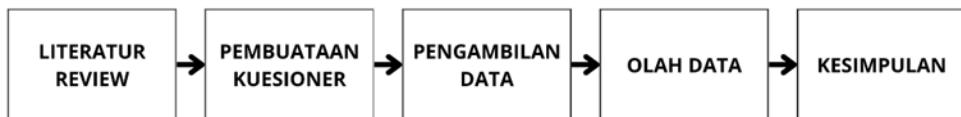
Penilaian gamifikasi yang luas membutuhkan banyak aspek, salah satunya adalah unsur *Fun*. Unsur *Fun* yang dimaksud adalah sebuah pengalaman emosional yang menciptakan perasaan kebahagiaan, kepuasan dan pemenuh yang didapatkan dari sifat subjektif dari dalam pengalaman itu sendiri, persepsi produk serta respon emosional terhadap produk dalam situasi bervariasi[9]. Terdapat sebuah alat yang dikembangkan untuk menilai kesenangan yang dialami bernama FunQ[10]. Fun Q digunakan untuk memahami perasaan menyenangkan dalam proses pembelajaran. Tool ini menggunakan skala likert yang dijadikan sebagai acuan untuk menentukan hasil penelitian dengan membuat lima puluh item kuesioner.

Fun Q bertujuan untuk mengukur seberapa banyak kesenangan yang dihasilkan saat berinteraksi. Maka dari itu nilai fun Q dapat bervariasi tergantung tipe user persona, perbedaan tersebut disebabkan karena adanya perbedaan kebutuhan dan preferensi jenis hiburan yang dicari. Mengenai metodologi FunQ, perhatian khusus telah diberikan untuk mematuhi spesialisasi dalam merancang kuesioner yang dilaporkan sendiri [11]. Penelitian ini akan mengukur sebuah platform gamifikasi pada aplikasi "Duolingo" yang merupakan aplikasi gratis yang dibuat oleh Luis Von Ahn dan Severin Hacker pada bulan November 2011. Aplikasi ini menawarkan beberapa bahasa untuk penutur bahasa Inggris dan juga bahasa lainnya untuk penutur bahasa non-Inggris dengan memiliki dua versi yaitu device dan seluler, Duolingo menggabungkan beberapa elemen gamifikasi untuk memotivasi dan melibatkan pelajar[12]. Selain itu, De Castro juga menyatakan bahwa Duolingo memotivasi siswa untuk berlatih bahasa target setiap hari[13]. Namun, setelah melakukan penelitian masih ada beberapa yang belum mengetahui adanya aplikasi duolingo.

Berdasarkan dari data yang disampaikan di atas maka penelitian ini memiliki rumusan masalah "Seberapa besar perbedaan nilai fun Q terhadap tipe user persona?". Tujuan penelitian menggunakan metode fun Q dan Hexad model bertujuan untuk memberikan rekomendasi dan mengoptimalkan pengalaman gamifikasi agar lebih menarik untuk tipe pengguna yang berbeda, Penelitian ini memberikan wawasan mengenai bagaimana motivasi dan kesenangan dapat mempengaruhi keterlibatan, hasil dan efektifitas gamifikasi dalam sebuah aplikasi.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan secara bertahap, tahapan tersebut dapat dilihat pada gambar 1 yang menjelaskan alur penelitian ini.



Gambar 1 Alur Penelitian

Gambar 1. Merupakan tahapan penelitian dimulai dengan Literatur review dimana akan dilakukan tahap pengumpulan referensi yang akan digunakan peneliti sebagai acuan dalam penyusunan jurnal. Tahapan selanjutnya dengan pembuatan kuesioner, pada tahap ini peneliti membuat kuesioner berdasarkan hexad model yang berjumlah 24 item dan membuat pertanyaan untuk mengidentifikasi Fun Q berjumlah 50 item. Setelah itu akan diadakan pengolahan data yang diambil dari hasil pengambilan data. Pengukuran hexad model akan dilakukan dengan mengolah data menggunakan skala likert “Sangat setuju”, “Setuju”, “Netral”, “Ragu-Ragu”, “Tidak Setuju”, “Agak Tidak Setuju”, “Sangat Tidak Setuju” [14]. Kesimpulan akan diambil ketika kedua data telah diolah dengan benar berdasarkan metode serta cara olah yang sesuai.

### 2.1 Metode penyelesaian masalah

#### A. Hexad model

Model Hexad adalah alat yang dikhususkan untuk mengetahui user persona pada konsep gamifikasi, alat ini diciptakan oleh Marczewski berdasarkan *Self-Determination Theory* (SDT). Model tersebut mencakup enam jenis pengguna, yaitu Filantropis (*Philanthropist*), Jiwa Sosial (*Socialiser*), Jiwa Bebas (*Free Spirit*), Pencapaian (*Achiever*), Pengganggu (*Disruptor*), dan Pemain (*Player*) [15]. Untuk mengidentifikasi dan mengukur type hexad penulis menyusun dan menyempurnakan dengan ke enam type hexad model tersebut.



Gambar 2 Klasifikasi pemain Hexad Model

Gambar 2 mengilustrasikan enam tipe pengguna dari model Hexad. Model Hexad berasal dari tiga tipe motivasi intrinsik dari SDT, yaitu keterkaitan, kompetensi, dan otonomi, dengan tambahan tujuan[16]. Di bawah ini, kami mencantumkan tipe pengguna dan elemen desain permainan yang disarankan oleh Marczewski untuk mengatasi motivasi masing-masing tipe

[17] sebagai berikut, *Philanthropists*, cekatan dan bersedia memberi tanpa mengharapkan imbalan. *Socialiser*, mampu berinteraksi dengan orang lain dan menciptakan koneksi sosial. *Free Spirit*, kebebasan mengekspresikan diri dan bertindak tanpa kendali eksternal. *Achievers*, mereka berusaha untuk maju dalam suatu sistem dengan menyelesaikan tugas, atau membuktikan diri dengan mengatasi tantangan yang sulit. *Players*, mereka akan melakukannya apa pun untuk mendapatkan imbalan dalam suatu sistem, apa pun jenis aktivitasnya. *Disruptors*, mereka cenderung mengganggu sistem baik secara langsung maupun melalui orang lain untuk memaksakan perubahan negatif atau positif. Beberapa type saling tumpang tindih atau bisa disebut masih satu jenis namun beda fokus penggerakannya.

*Achievers* dan *Player* sama-sama termotivasi oleh prestasi, tetapi berbeda dalam fokus mereka: *Players* fokus pada penghargaan ekstrinsik sementara *Achievers* fokus pada kompetensi. *Philanthropists* dan *Socialiser* sama-sama termotivasi untuk berinteraksi dengan pemain lain. Namun, mereka berbeda karena minat seorang *Socialiser* adalah pada interaksi itu sendiri sementara seorang *Philanthropist* termotivasi oleh interaksi untuk membantu orang lain. Terakhir, *Free Spirits* dan *Disruptors* sama-sama termotivasi oleh otonomi dan kreativitas. Namun, *Free Spirits* tetap berada dalam batasan sistem tanpa keinginan untuk mengubahnya dan *Disruptors* berusaha untuk berkembang melampaui batasan ini untuk mengubah sistem[8].

Penentuan user persona menggunakan Hexad model bertujuan untuk mengurangi kesenjangan dan mempermudah peneliti menentukan tipe pemain dengan lebih terstruktur. Pengambilan data dilakukan dengan membagikan kuesioner dengan skala likert 6 pilihan, "Setuju", "Netral", "Ragu-Ragu", "Tidak Setuju", "Agak Tidak Setuju", "Sangat Tidak Setuju". Untuk mengidentifikasi preferensi elemen permainan dari berbagai jenis HEXAD, peneliti menggunakan analisis korelasi menggunakan Microsoft Excel. Adapun daftar pertanyaan kuesioner Hexad dapat dilihat pada tabel 1. Kuesioner tersebut terdiri dari empat pernyataan yang mewakili setiap type.

Tabel 2 Kuesioner hexad model

No	Pertanyaan
1.	Saya merasa senang jika dapat membantu orang lain.
2.	Saya senang membantu orang lain untuk menyesuaikan diri di situasi baru.
3.	Saya senang membagi pengetahuan
4.	Bagi saya, kesejahteraan orang lain adalah penting.
5.	Berinteraksi dengan orang lain adalah penting bagi saya.
6.	Saya senang menjadi bagian dari sebuah tim
7.	Merasa menjadi bagian dari sebuah komunitas adalah penting bagi saya.
8.	Saya menyukai kegiatan-kegiatan kelompok.
9.	Mengikuti jalan saya sendiri adalah penting bagi saya.
10.	Saya sering berkata atau bertindak karena dorongan rasa penasaran saya.
11.	Saya senang mencoba hal-hal baru.
12.	Menjadi bebas adalah penting bagi saya.
13.	Saya senang bertarung dan mengalahkan rintangan-rintangan
14.	Selalu menuntaskan tugas-tugas saya adalah penting bagi saya
15.	Sulit bagi saya untuk meninggalkan atau melupakan suatu masalah sebelum berhasil menemukan solusinya
16.	Saya senang mempelajari dan menguasai tugas-tugas yang sulit.
17.	Saya senang memprovokasi orang lain.
18.	Saya senang mempertanyakan berbagai hal agar dunia di sekitar saya tidak terlalu damai.
19.	Saya menganggap diri saya seorang pemberontak
20.	Saya cenderung tidak suka mengikuti aturan.
21.	Saya menyukai kompetisi yang berhadiah.

22	Saya mudah termotivasi oleh imbalan atau penghargaan
23.	Saya cenderung menyukai sesuatu yang memberikan hasil berlipat-lipat di kemudian hari.
24.	Saya akan berusaha keras melakukan sesuatu jika imbalannya sepadan dengan usahanya.

Tabel 2 merupakan kuesioner hexad model yang berjumlah 24 sesuai dengan referensi utama. Proses perhitungan dilakukan pada beberapa tahapan, dimulai dengan melakukan validasi data, Setelah itu data dihitung berdasarkan perolehan skala likert, dilanjutkan dengan menghitung rata-rata, persentase sebagai penentu hasil kecondongan setiap pemain sesuai type. Pemilihan tipe persona pada seorang individu ditentukan berdasarkan jumlah total persentase dan nilai *mean* hasil kuesioner.

### B. Fun Q

Fun Q merupakan alat ukur yang digunakan untuk menentukan tingkat kesenangan yang terdiri dari sebuah game, mengukur kontrol yang dialami atas suatu aktivitas dan partisipasi seseorang dalam aktivitas tersebut. Fun Q dibagi menjadi 7 kriteria diantaranya; *Autonomi* mengukur kontrol yang dialami atas suatu aktivitas dan partisipasi seseorang dalam aktivitas tersebut; *Challenge* menilai tantangan yang dialami; *Delight* mengukur emosi positif selama aktivitas dan keinginan terkait; *Immersion* memantau hilangnya waktu dan ruang; *Lost Of Social Barriers* mengukur koneksi sosial; *Stress* (faktor yang bertentangan) menilai emosi negatif yang dialami selama aktivitas, dan *Fear of Damage* mengukur rasa takut akan kehilangan. Pertanyaan-pertanyaan yang ditulis pada kuesioner fun q menggunakan Bahasa yang sederhana sehingga mudah untuk dipahami dan cepat untuk mengevaluasinya. Untuk jumlah Fun Q sendiri ada 50 item (*tertera pada tabel 2*). Kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin yang poinnya didasarkan pada kata-kata yang mencerminkan frekuensi perilaku/pikiran yaitu (selalu, biasanya, kadang-kadang, jarang, tidak pernah) [18]. Perhitungan fun Q dilihat dari nilai per kategori dan nilai mean.

Tabel 3 Kuesioner Fun Q

No	Pertanyaan	No	Pertanyaan
1	Saya ingin melakukan aktivitas ini lagi	26.	Saya tahu apa yang harus dilakukan
2	Ini adalah aktivitas yang tidak dapat saya lakukan dengan baik	27.	Saya mendapat teman baru
3	Saya melakukan kegiatan ini karena terpaksa	28.	Saya senang
4	Saya menyukai aktivitas ini	29.	Saya cemas
5	Kegiatan ini sulit bagi saya	30.	Saya memiliki banyak kenangan
6	Saya menikmati melakukan aktivitas tersebut	31.	Saya merasa kesal
7	Saya melakukan kegiatan ini karena saya tidak punya pilihan	32.	Aku lupa dimana aku berada
8	Kegiatan ini mudah bagi saya	33.	Saya sangat bersemangat
9	Saya melakukan kegiatan ini karena saya ingin	34.	Saya lupa tentang sekolah
10	Saya pikir saya pandai dalam aktivitas tersebut	35.	Saya takut menyakiti seseorang
11	Saya berbicara dengan yang lain	36.	Saya bisa melakukan apa yang saya

	lebih mudah dari biasanya		inginkan
12.	Saya takut merusak sesuatu	37.	Saya takut merusak sesuatu
13.	Saya merasa pintar	38.	Saya merasa sedih
14.	Saya banyak tertawa	39.	Saya merasa bukan pilihan saya sendiri untuk melakukan aktivitas tersebut
15.	Saya merasa waktu berlalu dengan cepat	40.	Saya melakukan sesuatu yang belum pernah saya lakukan sebelumnya
16.	Saya dapat membuat beberapa pilihan tentang aktivitas tersebut	41.	Saya bersenang-senang
17.	Saya merasa baik	42.	Saya berbicara dengan orang lain yang belum pernah saya temui sebelumnya
18.	Saya merasa tertantang	43.	Saya hanya memikirkan aktivitasnya
19.	Saya memiliki perasaan mengendalikan aktivitas	44.	Saya merasa tidak enak
20.	Saya lupa tentang masalah	45.	Saya merasa lebih dekat dengan orang lain lebih dari biasanya
21.	Saya takut membuat kesalahan	46.	Saya harus berkonsentrasi keras
22.	Saya lupa semua yang ada di sekitarku	47.	Saya lupa dengan rutinitas harianku
23.	Saya merasa marah	48.	Saya melakukan sesuatu yang baru
24.	Saya bosan	49.	Saya penasaran
25.	Saya merasa harus melakukan aktivitas tersebut	50.	Saya lupa tentang pekerjaan rumah

Tabel 3 merupakan daftar 50 item soal pertanyaan dengan pilihan yang terdiri 5 poin skala likert (selalu, biasanya, jarang, kadang-kadang, tidak pernah). Cara perhitungan Fun Q dilakukan dengan menjumlah masing-masing nilai pada setiap kategori (*Challenge, Delight, Immersion, Lost Of Social Barriers, Stress, Fear of Damage*).

## 2.2 Populasi dan sampel

### A. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Universitas AMIKOM Yogyakarta yang terdiri dari enam belas prodi dari Angkatan 2019-2024.

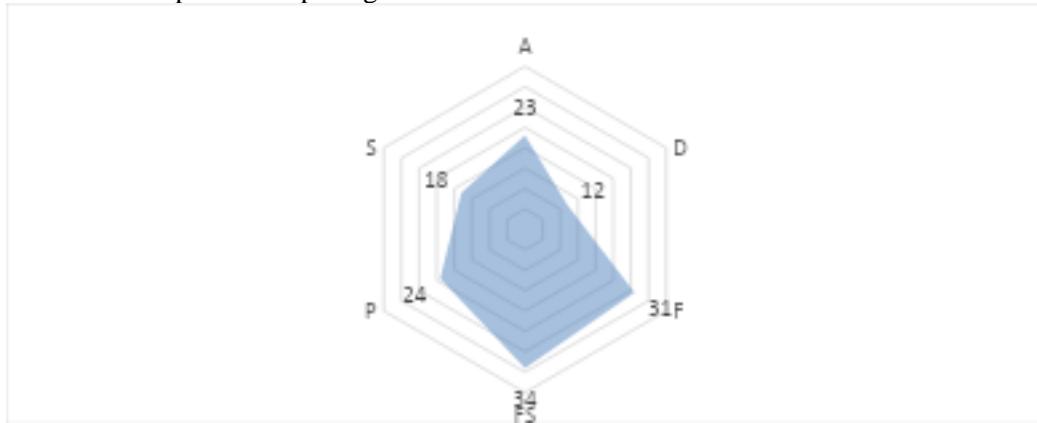
### B. Sampel

Penelitian ini menggunakan sistem survei penggunaan aplikasi Duolingo mahasiswa Amikom Yogyakarta yang berjumlah 153 responden. Peneliti menggunakan simple random sampling secara acak sehingga seluruh anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Peneliti hanya mengambil data sampel dari mahasiswa semester 5 dari jurusan Teknologi informasi yang terdiri dari 5 kelas.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan dalam beberapa tahap, Tahap pertama pembuatan kuesioner menjadi langkah penting dalam proses penelitian untuk mengumpulkan data. Tahap ketiga adalah memvalidasi data, dari 153 data yang terkumpul ditemukan adanya 11 data yang tidak valid karena hanya mengisi salah satu kuesioner. Maka data yang digunakan pada penelitian ini adalah

sejumlah 142 Tahap ketiga adalah mengkategorikan user persona menggunakan Hexad model, hasil dari Hexad dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3 Jumlah Tipe Hexad

Gambar 3 menunjukkan hasil olah data jumlah user persona per type Hexad, data tersebut diperoleh pada saat pengisian kuesioner hexad model dengan total pertanyaan 24 soal dan 6 pilihan menggunakan metode skala likert. Pada tipe Hexad dibagi menjadi 6 kelompok terdiri dari (*Achievements, Disruptors, Filantropis, Free Spirits, Players, Sosialicer*) yang masing masing terdiri dari 4 pertanyaan. Hasil dari pengumpulan data yang diperoleh responden tipe Achievements sebanyak 23 orang, Disruptors 12 orang, Filantropis 31 orang, Free Spirits 34 orang, Players 24 orang, Socialiser 18 orang. Jumlah tipe terbanyak adalah *Free Spirit* dan yang tersedikit *Disruptors*.

Tahap keempat adalah mengolah data Fun Q secara keseluruhan, tahap kelima adalah menghitung data Fun Q berdasarkan tipe Hexad yang sudah diperoleh pada tahap ketiga. Hasil dari tahap kelima dapat dilihat pada table 4.

Tabel 4 Rata-rata Fun Q berdasarkan Tipe Hexad

	(A) Achievement	(D) Disruptor	(F) Filantropis	(FS) Free spirits	(P) Player	(S) Socialicer	Jumlah
Delight	2686	2444	2492	2789	2765	2806	<b>15982</b>
Autonomy	3125	2825	2895	3256	3225	3272	<b>18598</b>
Impression	3108	2804	2887	3235	3214	3265	<b>17793</b>
Challenge	1087	991	998	1130	1131	1144	<b>6481</b>
Stress	2770	2511	2573	2877	2868	2903	<b>16502</b>
Fear of damage	1257	1133	1166	1304	1298	1317	<b>7475</b>
Lost Of social barrier	1118	1008	1038	1191	1179	1200	<b>6734</b>
<b>Total</b>	<b>15151</b>	<b>13716</b>	<b>14049</b>	<b>15782</b>	<b>15680</b>	<b>15907</b>	

Tabel 4 menunjukkan nilai total paling besar diperoleh oleh tipe *Sosialicer* dengan nilai 15907 sedangkan nilai total paling kecil diperoleh oleh tipe *Disruptor* dengan nilai 13716. Hasil ini menunjukkan bahwa tipe *Sosialisasi* dapat menikmati konsep gamifikasi pada aplikasi Duolingo, sedangkan tipe *Disruptor* menilai model gamifikasi tidak begitu menarik dikarenakan system ini

tidak memungkinkan untuk di hack dan harus mengikuti setiap pembelajaran per level. Hal ini sesuai dengan rekomendasi Hexad tentang kedua tipe tersebut.

Nilai *Delight* (dapat mengukur emosi) terbesar diperoleh oleh tipe *Socializer* dan nilai paling kecil pada tipe *Disruptor* dan *Filantropis*, hal ini menunjukkan bahwa poin *Delight* lebih banyak terisi *Socializer* karena berisi pemain yang mampu berinteraksi dengan baik antar pemain dan minim adanya pengganggu. Sedangkan poin *Autonomy* (mampu mengontrol dan berpartisipasi) dan poin *Impression* (waktu dan ruang) nilai pada tipe *Socializer*, *Player*, dan *Free Spirit* adalah di angka 3200 ke atas dan nilai pada tipe *Disruptors* dan *Filantropis* hanya mendapatkan nilai sekitar 2800, hal ini dikarenakan dua poin merupakan sisi positif dimana pemain mampu mengontrol dan berpartisipasi pada aktivitas dengan baik.

Poin *Challenge* mendapatkan total poin terendah dibandingkan poin yang lain, dimana nilai tertinggi oleh tipe FS, P, dan S hanya di sekitar 1100 sedangkan nilai terendah D dan F hanya disekitar angka 900 yang menunjukkan bahwa adanya tantangan pada game ini tidak begitu disukai oleh seluruh tipe. Pada poin *Stress* nilai tertinggi ada di tipe *Socializer* dan nilai terendah ada pada tipe *Disruptors*, dapat terlihat pada poin *Stress* masih bisa mengukur emosi negatif karena lebih dominan tipe minat berinteraksi dibandingkan dengan tipe pengganggu. Pada poin *Fear Of Damage* nilai tertinggi *Socializer* dan terendah *Disruptors*, tipe *Disruptors* mendapat nilai kecil karena dapat mengukur rasa takut akan kehilangan. Pada *Lost of Social Barrier* nilai tertinggi *Socializer* dan nilai terendah *Disruptor*, Tipe pemain masih bisa mengukur koneksi sosial antar pemain dengan baik dan menghindari adanya *Disruptors*.

Tipe A mendapatkan skor tertinggi pada poin *Autonomy* dan nilai terendah *Lost Of Social Barrier*. Sedangkan nilai Tipe D, F, FS, P, dan S mendapatkan skor tertinggi pada poin *Autonomy* dan nilai terendah *Challenge*. Hal ini menunjukkan bahwa poin *Autonomy* bahwa pemain dapat mengontrol game dengan baik dan berpartisipasi dalam game tersebut dengan baik. Sedangkan poin *Lost Of Social Barrier* menunjukkan bahwa tipe A kurang bisa menjalin komunikasi sosial dengan pemain lain. Adapun poin *Challenge*, menunjukkan bahwa hamper seluruh pemain kurang merasakan fun pada tantangan yang ada pada game duolingo.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penciptaan user persona menggunakan metode Hexad mendapatkan hasil yang baik, hal ini dapat dilihat dari sebaran user persona pada masing-masing kategori Hexad. Pengkategorian ini dapat membuktikan bahwa adanya perbedaan kebutuhan pada setiap individu. Pengukuran *Fun Q* juga menghasilkan data yang valid, karena dapat diukur dengan kuantitatif.

Adapun perbedaan nilai *Fun Q* antar user persona Hexad dapat dilihat pada tabel 4, perbedaan nilai yang terbesar adalah pada tipe S yang mendapatkan nilai tertinggi sebesar 15907 dan tipe D yang mendapatkan nilai 13716. Adanya perbedaan penilaian berdasarkan dari jumlah total nilai skor saat pengisian kuesioner dari masing-masing persona. Namun gamifikasi yang diuji berhasil memenuhi kebutuhan dasar pengguna dalam pembelajaran. Penelitian ini bermanfaat sebagai penentu kepribadian dan juga dapat dijadikan acuan saat melakukan pengembangan gamifikasi seperti yang dilakukan pada penelitian ini karena, mampu dijadikan kontribusi dalam penciptaan suatu game sesuai dengan kebutuhan.

Hasil perhitungan nilai *fun q* terhadap tipe user persona memiliki beberapa perbedaan semua tergantung dengan motivasi masing-masing persona saat berinteraksi dengan gamifikasi. Nilai terbesar ditemukan pada poin *Autonomy* dengan nilai 18598 dan nilai terbesar ditemukan pada *Lost of Social Barrier* dengan nilai 6734

Menggunakan survei ini dapat lebih efektif dari pada bertanya langsung kepada pengguna karena tujuan melakukan penelitian ini untuk mengetahui perbedaan nilai *fun q* berdasarkan tipe masing-masing. Namun peneliti menemukan beberapa fakta menarik yang dapat diperbaiki di penelitian yang akan datang, beberapa pengguna belum dapat menyadari preferensi game mereka dan tidak

familiar dengan kosakata desain game. Hal ini dapat diperbaiki dengan mengerucutkan sample ke gamer atau ekspert di bidang tertentu.

Kerangka hexad model ini dapat dijadikan model yang valid untuk mempersonalisasikan gamifikasi karena akan memungkinkan para peneliti dan desainer untuk mengukur preferensi pengguna secara akurat untuk berbagai elemen dalam desain gameful. Sedangkan penciptaan pengalaman menyenangkan memberikan bukti bahwa kuesioner mengukur konstruk yang mendasarinya dengan menunjukkan kecocokan model yang cukup, oleh karena itu diusulkan bahwa Fun Q cocok dan valid untuk mengukur kesenangan yang dialami oleh remaja.

Saran untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan alat pengkategorian user persona yang lain dan menggunakan alat ukur selain Fun Q untuk mengukur elemen lain di dalam konsep gamifikasi. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat meneliti game lain atau membandingkan beberapa aplikasi yang berbeda untuk menunjukkan hasil komparasi yang lebih kompleks.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Sardi, A. Idri, and J. L. Fernández-Alemán, “A systematic review of gamification in e-Health,” *J. Biomed. Inform.*, vol. 71, pp. 31–48, 2017, doi: 10.1016/j.jbi.2017.05.011.
- [2] A. Bozkurt and G. Durak, “A systematic review of gamification research: In pursuit of homo ludens,” *Int. J. Game-Based Learn.*, vol. 8, no. 3, pp. 15–33, 2018, doi: 10.4018/IJGBL.2018070102.
- [3] S. A. Triantafyllou, C. Georgiadis, and T. Sapounidis, *Gamification in education and training: A literature review*, no. 0123456789. 2025. doi: 10.1007/s11159-024-10111-8.
- [4] H. G. Mulia, I. Nurlaila, Afifah, M. Naufal, and A. W. S. Ali, “Pengaruh Gamifikasi terhadap Keaktifan Peserta Didik dalam Pembelajaran Maharah Bahasa Arab,” *NBER Work. Pap.*, p. 89, 2023, [Online]. Available: <http://www.nber.org/papers/w16019>
- [5] Heni Jusuf, “Penggunaan Gamifikasi dalam Proses Pembelajaran Heni Jusuf Perangkingan Usability Website menggunakan Metode Multiple Criteria Decision Analisys Sekretariat Redaksi : Program Pascasarjana Universitas Budi Luhur Jl . Raya Ciledug , Petukangan Utara , Jakarta,” *J. Ticom*, vol. 5, no. 1, 2016, [Online]. Available: [https://www.researchgate.net/profile/Heni-Jusuf/publication/320920734\\_Penggunaan\\_Gamifikasi\\_dalam\\_Proses\\_Pembelajaran\\_Heni\\_Jusuf\\_Perangkingan\\_Usability\\_Website\\_menggunakan\\_Metode\\_Multiple\\_Criteria\\_Decision\\_Analisys\\_Riska\\_Hanifah\\_Pengaruh\\_Adopsi\\_ASTRA\\_Deal](https://www.researchgate.net/profile/Heni-Jusuf/publication/320920734_Penggunaan_Gamifikasi_dalam_Proses_Pembelajaran_Heni_Jusuf_Perangkingan_Usability_Website_menggunakan_Metode_Multiple_Criteria_Decision_Analisys_Riska_Hanifah_Pengaruh_Adopsi_ASTRA_Deal)
- [6] S. Sipone, V. Abella, M. Rojo, and J. L. Moura, “Gamification and player type: Relationships of the HEXAD model with the learning experience,” *J. New Approaches Educ. Res.*, pp. 1–17, 2025, doi: 10.1007/s44322-024-00021-w.
- [7] M. Urh, G. Vukovic, E. Jereb, and R. Pintar, “The Model for Introduction of Gamification into E-learning in Higher Education,” *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 197, no. February, pp. 388–397, 2015, doi: 10.1016/j.sbspro.2015.07.154.
- [8] G. F. Tondello, R. R. Wehbe, L. Diamond, M. Busch, A. Marczewski, and L. E. Nacke, “The gamification user types Hexad scale,” *CHI Play 2016 - Proc. 2016 Annu. Symp. Comput. Interact. Play*, pp. 229–243, 2016, doi: 10.1145/2967934.2968082.
- [9] A. Fernandez, “Fun Experience with Digital Games : a Model Proposition,” *Extending Exp. Struct. Anal. Des. Comput. Game Play. Exp.*, pp. 181–190, 2008.
- [10] G. Tisza and P. Markopoulos, “Understanding the role of fun in learning to code,” *Int. J. Child-Computer Interact.*, vol. 28, p. 100270, 2021, doi: 10.1016/j.ijcci.2021.100270.
- [11] J. D. Industri and G. Tisza, “Menilai Pengalaman Menyenangkan dengan FunQ,” 2021, doi: 10.1109/ICISFall51598.2021.9627453.
- [12] P. Munday, “The case for using DUOLINGO as part of the language classroom experience Duolingo como parte del currículum de las clases de lengua extranjera,” *RIED v*, vol. 19, no. 1, pp. 83–101, 2016.

- [13] M. Syahputra, "Melalui surveinya , Klimova," vol. 6, no. 1, pp. 1–12, 2019.
- [14] G. F. Tondello, A. Mora, and L. E. Nacke, "Elements of gameful design emerging from user preferences," *CHI Play 2017 - Proc. Annu. Symp. Comput. Interact. Play*, pp. 129–140, 2017, doi: 10.1145/3116595.3116627.
- [15] P. W. Atmaja, E. P. Mandyartha, A. M. Rizki, and A. L. Nurlaili, "Gamifikasi Tepat Guna : dan Mengakomodasi Jenis-Jenis Pengguna," *Semin. Nas. Inform. Bela Negara*, vol. 1, pp. 103–109, 2020.
- [16] A. Edward L. Deci, Haleh Eghrari, Brian C. Patrick and D. R. L. 1994. The, "No Title," *acilitating Internalization Of, Self-Determination Theory Perspect. J. Personal.* 62, 1 119–142., 1994.
- [17] dan D. Edward L. Deci, Haleh Eghrari, Brian C. Patrick and R. L. 1994., "Memfasilitasi Internalisasi: Perspektif Teori Penentuan Nasib Sendiri," *Sendiri.Jurnal Kepribadian*62, 1 119–142. <http://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1994.tb00797.x>, 1994.
- [18] G. Tisza and P. Markopoulos, "FunQ: Measuring the fun experience of a learning activity with adolescents," *Curr. Psychol.*, vol. 42, no. 3, pp. 1936–1956, 2023, doi: 10.1007/s12144-021-01484-2.