

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring perkembangan teknologi digital, teknologi informasi kini memiliki peran penting dalam berbagai aspek kehidupan. Aplikasi *mobile* menjadi salah satu wujud nyata dari perubahan tersebut yang berkembang sangat cepat. Dalam aktivitas sehari-hari, aplikasi *mobile* telah mengubah cara manusia memperoleh informasi, bekerja, serta memenuhi kebutuhan. Kehadirannya didorong oleh kebutuhan masyarakat akan konektivitas yang cepat, akses data yang mudah, serta pengelolaan informasi yang lebih efisien. Dengan demikian, aplikasi *mobile* tidak hanya menjadi pendorong utama menuju era digital, tetapi juga mendukung terciptanya sistem yang lebih terintegrasi dan terbuka dalam berbagai layanan digital. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan aplikasi *mobile* memberikan pengaruh signifikan terhadap pola interaksi dan aktivitas masyarakat dalam lingkungan digital.

Pemanfaatan teknologi internet menjadi inovasi bagi perusahaan digital dalam menciptakan dan mengelola *game online* sebagai produk di pasar virtual. Menurut Kotler dan Keller (2021), teknologi digital memungkinkan perusahaan menciptakan nilai melalui platform internet yang mendukung interaksi dan transaksi dengan konsumen. Oleh karena itu, *game online* tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai bagian dari aktivitas *e-business* dan *e-commerce* dalam industri digital yang menjadi faktor pendorong pada teknologi informasi yang berbasis bisnis *game*.

Pertumbuhan teknologi, baik dari sisi perangkat keras maupun perangkat lunak, telah memungkinkan pengembang menghasilkan pengalaman bermain yang semakin menarik bagi pengguna. Selain itu, masa pandemi COVID-19 yang mempercepat keterikatan masyarakat terhadap layanan internet, sehingga peningkatan pada kebutuhan akan hiburan digital, termasuk *game online* (Primasari, 2021).



Sumber: DataRepotal

Gambar 1. 1
Jumlah Pengguna *Game Online* di Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.1, data menunjukkan bahwa jumlah pengguna *game online* di Indonesia mengalami kenaikan yang konsisten dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, jumlah pada pengguna *game online* mencapai 124,5 juta pengguna. Begitu pula peningkatan terus berlanjut pada tahun-tahun berikutnya pada tahun 2025 di asumsikan meningkat hingga 198,0 juta pengguna. Menandakan bahwa pengguna *game online* di Indonesia selalu meningkat lebih pesat dari tahun ke tahun. Peningkatan ini, sejalan dengan tingginya persentase pengguna internet usia sekitar 16 – 64 tahun yang menggunakan media hiburan seperti *game online*, *game* menunjukkan telah menjadi salah satu kegiatan digital domain dan memiliki potensi

besar dalam industri sektor pasar sebagai produk dan bisnis digital di Indonesia dengan jangka panjang.

Game online sebagai bentuk produk digital merupakan bentuk pertumbuhan bisnis berbasis teknologi internet yang memanfaatkan platform digital untuk mendistribusikan, mengelola dan memonetisasi media hiburan secara elektronik. Menurut Febri, Imam (2023) mendefinisikan *game online* adalah media hiburan digital yang memungkinkan pemain berinteraksi dengan pemain lain di dalam aktivitas digital dan sering kali memiliki fitur sosial dengan pembelian barang dalam *game* (*virtual items*) yang memiliki nilai ekonomi. Saat ini perkembangan *game online* menerapkan model bisnis digital tersebut sebagai sarana distribusi dan promosi produk *game*.

Pendekatan ini optimal jika seiring dengan pertumbuhan pengguna *smartphone* dan internet, memungkinkan pengguna mengakses *game* kapan saja dan di mana saja, sekaligus mendorong keterlibatan dan loyalitas pemain dalam jangka panjang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses dan pengalaman penggunaan yang baik menjadi faktor penting dalam mempertahankan minat pengguna terhadap platform game digital.

Roblox dapat diartikan sebagai *game online* berbasis *user – generated – content* yang memungkinkan pengguna untuk bermain, menciptakan serta mendistribusikan berbagai pengalaman *virtual* dalam satu platform digital. Platform ini banyak diminati oleh generasi muda karena memberikan kebebasan dalam berkreasi melalui keestetikaan produk, seperti *avatar*, serta *item* digital yang dapat diperdagangkan. Menurut penelitian oleh Pellas et al. (2023), Roblox berkembang tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi sebagai wadah sarana

berkomunikasi antar sosial dan sebagai ekonomi digital yang mendorong keterlibatan pengguna secara aktif dalam lingkungan *virtual*. Keberadaan fitur ini mendorong pada sistem perubahan ekonomi digital seperti penjualan *item* dan *avatar* yang menjadikan Roblox sebagai contoh nyata *game online* yang berperan sebagai produk digital dengan model bisnis yang berkelanjutan.

Sedangkan ZEPETO merupakan platform *game* dan jejaring sosial yang berbasis *avatar* tiga dimensi berfokus pada ekspresi diri dan interaksi sosial pada dunia *virtual*. ZEPETO memungkinkan pengguna dapat menciptakan *avatar* digital yang menyerupai diri mereka, berkomunikasi antar pengguna lain, serta mengakses berbagai *item virtual* seperti pakaian dan aksesoris digital. Penelitian yang dilakukan oleh Park dan Kim (2022) menunjukkan bahwa ZEPETO berkembang sebagai bagian dari tatanan *metaverse* yang menggabungkan unsur hiburan, identitas digital, serta aktivitas bisnis digital. Popularitas ZEPETO mencerminkan perilaku pengguna digital yang tidak hanya mengonsumsi sebagai konten hiburan atau *game*, melainkan membangun identitas serta nilai ekonomi melalui *avatar* dan *item virtual*.

Industri hiburan *online* khususnya *game online*, kini berkembang pesat seiring dengan meningkatnya pengguna internet dan perangkat *mobile* di Indonesia. *Game online* tidak hanya dipandang sebagai sarana hiburan, namun telah bertransformasi sebagai produk digital yang memiliki nilai ekonomi dan peluang bisnis yang sangat besar untuk saat ini. Perubahan gaya hidup masyarakat semakin akrab dengan aktivitas digital mendorong tingginya minat terhadap *game online*, baik untuk hiburan, interaksi antar sosial, ataupun mengekspresikan diri melalui fitur seperti *avatar* dan *item virtual*. Kondisi ini membuat pengembang *game* terus

menghadirkan inovasi kreasi dari sisi teknologi, visual, dan pengalaman pengguna agar memungkinkan pengguna tertarik serta dapat mempertahankan pengguna. Dengan begitu, *game online* saat ini menjadi bagian yang penting dalam ekosistem bisnis digital dan industri kreatif di Indonesia (Putra & Nugroho, 2021). Berikut adalah data mengenai aktivitas hiburan paling populer saat ini di Indonesia:

Tabel 1.1
Aktivitas Hiburan Populer di Indonesia

No.	Keterangan	Persentase
1.	Menonton video pendek <i>online</i> (Tiktok, Instagram Reels, Youtube Shorts).	30,16%
2.	Media Sosial (Interaksi, <i>scrolling</i> , dan <i>update</i> status).	28,67%
3.	Video Panjang/TV Internet (Netlix, Disney+, Youtube (durasi panjang)).	17,61%
4.	Mendengarkan musik <i>online</i> (Spotify, Apple Music, YT Music).	14,34%
5.	Bermain <i>game online</i> (PUBG, Mobile Legend, Free Fire, dll).	6,75%
6.	Radio <i>Online/Podcast</i> (<i>Podcast</i> di Spotify atau Noice).	1,07%

Sumber: Jakpat (2026)

Berdasarkan tabel 1.1, mengenai aktivitas hiburan paling populer di Indonesia, didominasi posisi pertama yaitu pengguna banyak melakukan aktivitas hiburan dengan menonton video pendek *online* dengan persentase sebanyak 30,16% dan dapat diketahui bahwa bermain *game online* menduduki posisi kelima sebagai aktivitas hiburan populer pengguna internet di Indonesia dengan persentase sebanyak 6,75%. Meskipun berada pada posisi kelima, aktivitas bermain *game*

online tetap memiliki persentase yang cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa bermain *game online* merupakan salah satu bentuk hiburan yang banyak dipilih oleh pengguna perangkat *mobile*.

Persaingan dalam industri *game online* kini tergolong sangat ketat, seiring dengan banyaknya pengembang dan layanan *game online* yang menawarkan produk serupa kepada pengguna. Para pengembang atau pencipta saling berlomba untuk meraih perhatian pemain dengan menghadirkan konsep pemain yang unik, tampilan visual yang menarik, serta fitur inovatif seperti modifikasi *avatar* dan *item virtual*. Upaya untuk tampil berbeda dari *game* lain menjadi strategi penting untuk mempertahankan minat dan loyalitas pengguna. Tingginya tingkat persaingan tersebut turut dipengaruhi oleh keberhasilan dan konsistensi dalam sebuah *game*, karena kualitas pengalaman pengguna dan daya tarik produk digital menjadi pemicu utama dalam menentukan tingkat keterlibatan serta potensi pendapatan yang dihasilkan. Berikut adalah daftar *game online* terpopuler di Indonesia:

Tabel 1.2
Daftar Game Online Populer di Indonesia

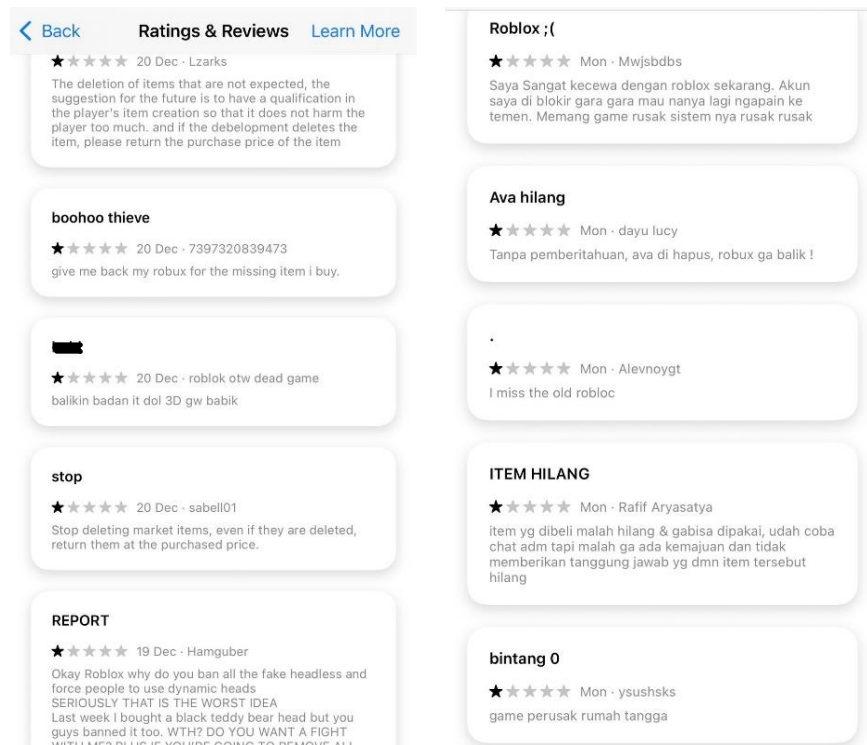
Sumber	Game /Platform	Genre Utama	Pengguna	Rating
APJII	Mobile Legend	MOBA	34 – 35 Juta	4.3
APJII	Free Fire	Battle Royale	12,8 – 13,5 Juta	4.3
GoodStart	PUBG Mobile	Battle Royale	7,5 Juta	3.9
RRI	Roblox	Metaverse/Creative	7,2 Juta	4.4
Alphabiz	ZEPETO	Metaverse/Creative	3 - 4 Juta	4.5

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan jumlah pengguna atau pemain *game online* di dominasi oleh Mobile Legend dengan *rating* 4.3 dan sebanyak 34 – 35 Juta jumlah pengguna. Selain itu, pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa *Game Roblox* dan ZEPETO memiliki *rating* paling baik, namun pada jumlah pengguna memiliki kategori sangat rendah dengan *Game Roblox* memiliki jumlah pengguna sebanyak 7,2 Juta jumlah pengguna dan ZEPETO memiliki jumlah pengguna sebanyak 3 – 4 Juta jumlah pengguna. Rendahnya jumlah pengguna pada layanan distribusi aplikasi seperti (App Store dan Google Playstore) bisa disebabkan karena pengalaman pengguna merasa kurang memuaskan dan kurang menarik, serta menyebabkan pengguna kurang tertarik untuk mengunduh, menggunakan maupun mempertahankan pengguna aplikasi dalam jangka waktu yang panjang.

Sebagai objek penelitian, Roblox dan ZEPETO menarik untuk dikaji karena fenomena jumlah pengguna serta *rating* yang belum memiliki jumlah dan nilai yang sempurna, kondisi tersebut menunjukkan bahwa terindikasi adanya faktor lain yang memengaruhi minat pengguna, seperti kualitas pengalaman pengguna, kemudahan penggunaan serta daya tarik fitur yang ditawarkan. Oleh karena itu, evaluasi terhadap kualitas pengalaman pengguna pada *game Roblox* dan ZEPETO menjadi penting untuk memahami sejauh mana aspek tersebut berpengaruh terhadap tingkat adanya daya tarik serta mempertahankan pengguna untuk tetap menggunakan layanan atau platform pada *game Roblox* dan ZEPETO ini secara berkelanjutan.

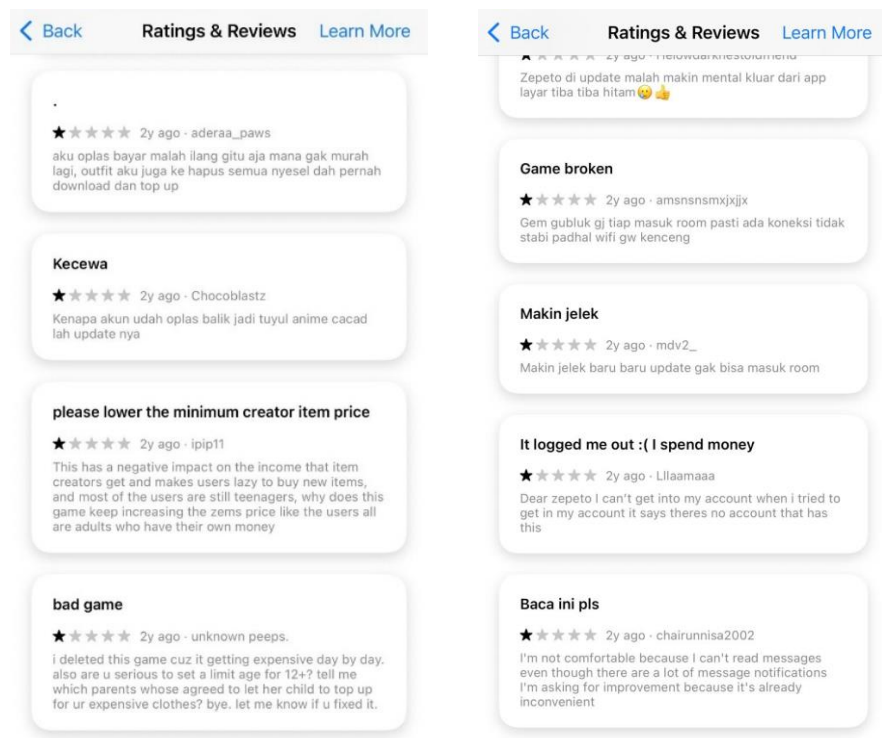
Berikut adalah informasi mengenai ulasan negatif yang disampaikan oleh pengguna masing-masing layanan *Game Roblox* dan ZEPETO pada layanan App Store, sebagai bahan analisis awal dalam penelitian ini.



Gambar 1.2
Kritik Pengguna Berdasarkan Kategori Ulasan
Game Online Roblox di App Store

Berdasarkan Rating & Reviews terdapat kritikan informasi pengguna yang menyoroti permasalahan pada game Roblox, khususnya item virtual yang hilang tanpa pengembalian robux. Beberapa pengguna juga mengeluh penghapusan item secara sepihak, sistem dianggap kurang stabil dan minimnya tanggapan atau kejelasan dari pihak pengembang.

Permasalahan tersebut mencerminkan adanya ketidaksesuaian antara harapan pengguna dan kinerja sistem yang tersedia. Ulasan-ulasan ini menunjukkan adanya ketidakpuasan pengguna terhadap pengalaman terhadap pengalaman bermain, terutama pada aspek keamanan item dan kendala sistem yang berpotensi menurunkan kepercayaan dan kenyamanan pengguna dalam menggunakan game tersebut.



Gambar 1. 3
Kritik Pengguna Berdasarkan Kategori Ulasan
Game Online ZEPETO di App Store

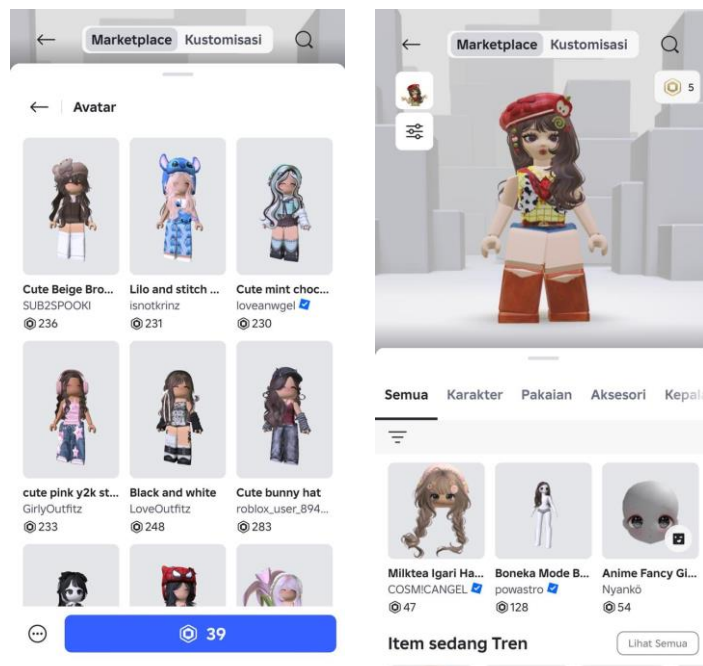
Berdasarkan *Rating & Review*, dapat diketahui bahwa kritikan informasi pengguna terhadap *Game ZEPETO* yang berkaitan dengan berbagai kendala pengguna, seperti aplikasi sering mengalami eror setelah pembaruan aplikasi, kesulitan masuk dalam akun, serta masalah koneksi saat mengakses ruang *virtual*. Beberapa pengguna juga menyampaikan bahwa kekecewaan terhadap perubahan fitur yang dinilai menurunkan kenyamanan pengguna. Ulasan ini menunjukkan bahwa aspek stabilitas sistem dan kemudahan akses masih menjadi perhatian utama pengguna dalam membentuk pengalaman bermain yang memuaskan.

Dalam industri *game online* sebagai penyedia produk digital, seorang pengembang diharapkan untuk mampu membangun dan menciptakan kepercayaan dan kenyamanan untuk pengguna agar tetap bertahan di tengah persaingan yang

semakin ketat. Kepercayaan pengguna menjadi faktor penting, terutama karena *game online* melibatkan transaksi digital seperti pembelian *item virtual* dan layanan berbayar di dalam aplikasi tersebut. Maka dari itu, pengembang *game* perlu menciptakan pengalaman pengguna yang menarik, aman, mudah digunakan serta inovatif.

Melalui pengelolaan fitur, pembaruan konten, serta interaksi yang responsif terhadap *feedback* pengguna, layanan *game* seperti Roblox dan ZEPETO memiliki peluang untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pemain. Upaya tersebut juga dapat meningkatkan kepuasan pengguna, memperkuat loyalitas, serta menjaga keberlanjutan penggunaan platform dalam jangka panjang. Dengan menghadirkan fitur yang relevan dan mudah diakses, pengembang dapat memastikan bahwa pengguna tetap tertarik dan nyaman dalam menggunakan layanan, sekaligus meningkatkan peluang partisipasi aktif dalam ekosistem digital yang tersedia.

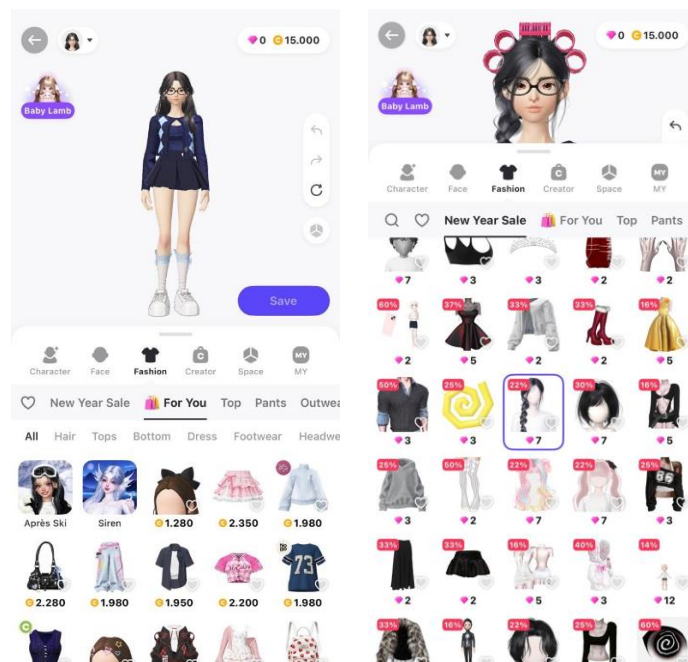
Selain itu, pendekatan ini memungkinkan platform untuk menyesuaikan pengalaman pengguna berdasarkan preferensi dan perilaku aktual, sehingga setiap pembaruan atau inovasi fitur dapat berdampak langsung pada persepsi kualitas pengalaman. Interaksi yang konsisten dan transparan antara pengembang dan pengguna tidak hanya membangun kepercayaan, tetapi juga mendorong keterlibatan sosial di dalam komunitas *game*, seperti kolaborasi, kompetisi, dan interaksi antar *avatar*. Dengan demikian, pengelolaan konten dan fitur yang tepat tidak hanya meningkatkan nilai hiburan, tetapi juga memperkuat aspek bisnis digital platform, menjadikan pengalaman pengguna lebih menyeluruh dan berkelanjutan.



Gambar 1. 4
Tampilan Layanan *Avatar Shop* pada
Platform *Game Online Roblox*

Tampilan layanan pada *Avatar Shop* Roblox menjadi salah satu fitur penting yang mendukung pengalaman pengguna dalam ekspresikan diri melalui identitas di dalam dunia *online* atau *virtual*. Dalam ruang *Avatar Shop* ini, berfungsi sebagai fitur pengguna untuk melakukan modifikasi *avatar* dan melakukan transaksi digital melalui pembelian *item virtual* seperti pakaian dan aksesoris. Tampilan yang visual dan mudah digunakan mendukung kenyamanan pengguna dalam mengeksplorasi serta memilih item sesuai preferensi.

Fitur ini tidak hanya meningkatkan pengalaman bermain, tetapi juga menjadi bagian penting dari model bisnis digital Roblox melalui transaksi virtual, sehingga kualitas tampilan dan kemudahan penggunaannya berperan dalam membentuk UX pada platform tersebut secara lebih efektif dan berkelanjutan.



Gambar 1. 5
Tampilan Layanan Avatar (*Avatar Shop*) pada
Platform Game Online ZEPETO

Tampilan layanan pada platform *Avatar Shop* ZEPETO sebagai sarana bagi pengguna melakukan modifikasi *avatar* melalui pembelian *item virtual* seperti pakaian, aksesoris hingga karakter tambahan. Visual yang lebih modern dan mengikuti tren memudahkan pengguna untuk melakukan eksplorasi dan pembelian item. Keberadaan *Avatar Shop* ini meningkatkan pengalaman pengguna, lain halnya *Avatar Shop* berperan sebagai bagian penting yang mendukung proses model bisnis digital ZEPETO melalui transaksi *item virtual* yang mendukung untuk keberlanjutan platform *game online*.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti melakukan studi pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner secara *incidental* melalui Google Form kepada 25 responden pada tanggal 6 Januari 2026. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai pengalaman pengguna

terhadap layanan aplikasi *game online* Roblox dan ZEPETO sebagai produk digital, khususnya pada fitur *Avatar Shop*. Berikut adalah hasil dari penelitian pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti melalui dimensi *User Experience* mengenai platform *game online* Roblox dan ZEPETO:

Tabel 1.3
Penelitian Pendahuluan Mengenai Pengalaman Pengguna
dalam *Avatar Shop* di Platform Roblox

No	Pernyataan	Dimensi	Jawaban					Jumlah	Rata - rata
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1.	Mencari <i>item</i> fashion di <i>AvaShop</i> Roblox lebih mudah daripada di ZEPETO.	Pragmatis (Kegunaan/Kemudahan)	2	0	2	13	8	100	4,00
2.	Struktur menu dan kategori di <i>AvaShop</i> Roblox terasa lebih rapi dibandingkan ZEPETO	Pragmatis (Kegunaan/Kemudahan)	4	6	9	5	1	68	2,75
3.	Tidak memerlukan waktu lama untuk memahami cara mencoba (<i>preview</i>) <i>item</i> pada <i>avatar</i> di platform Roblox	Pragmatis (Kegunaan/Kemudahan)	1	1	8	9	6	95	3,08
4.	Tampilan visual dan estetika <i>item virtual</i> di <i>AvaShop</i> Roblox lebih menarik dibandingkan ZEPETO	Hedonik (Kesenangan/Daya Tarik)	2	9	6	6	2	72	2,88
5.	Merasa lebih kreatif dan ekspresif saat	Hedonik (Kesena	1	1	3	11	9	101	4,04

No	Pernyataan	Dimensi	Jawaban					Jumlah	Rata - rata
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
	menggunakan fitur kustomisasi di Roblox dibandingkan ZEPETO	ngan/Daya Tarik)							
6.	Pengalaman berbelanja <i>item virtual</i> di platform Roblox terasa membosankan dibanding ZEPETO	Hedonik (Kesenangan/Daya Tarik)	15	3	1	6	1	53	2,12
7.	Apakah sering mengalami kendala (lag/lemot) saat memuat (<i>loading</i>) katalog <i>item</i> di platform Roblox	Evaluasi (Efisiensi)	10	10	3	2	0	47	1,88
Skor rata – rata UX pada Platform Roblox								2,96	

Sumber: Hasil olah data kuesioner Pra-survei (2026)

Berdasarkan Tabel 1.3, pengalaman pengguna *Avatar Shop* pada platform *game online* Roblox ternilai masih sangat rendah dengan skor rata-rata 2,96. Skor (2,75) susunan struktur menu kategori pada *Avatar Shop*, Skor (2,88) pada aspek hedonik tampilan visual dan estetika *item virtual* di *Avatar Shop*, Lalu Skor (2,12) pada pengalaman berbelanja terasa membosankan, dan Skor (1,88) pengguna mengalami kendala (*loading*). Skor rendah pada keempat indikator menunjukkan bahwa pengguna belum merasa tertarik dan nyaman saat mengakses fitur belanja *Avatar Shop* di Roblox.

Kondisi ini mencerminkan bahwa tampilan, alur penggunaan, dan variasi konten belum sepenuhnya memberikan pengalaman yang menyenangkan dan

memuaskan, sehingga pengguna cepat merasa jenuh. Oleh karena itu, evaluasi lebih lanjut diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memperbaiki layanan *Avatar Shop* pada Roblox.

Tabel 1.4
Penelitian Pendahuluan Mengenai Pengalaman Pengguna
dalam *Avatar Shop* di Platform ZEPETO

No	Pernyataan	Dimensi	Jawaban					Jumlah	Rata - rata
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1.	Mencari <i>item fashion</i> di <i>AvaShop</i> ZEPETO lebih mudah daripada di Roblox.	Pragmatis (Kegunaan/Kemudahan)	8	13	2	0	2	50	2,00
2.	Struktur menu dan kategori di <i>Ava Shop</i> ZEPETO terasa lebih rapi dibandingkan Roblox	Pragmatis (Kegunaan/Kemudahan)	1	5	9	6	4	91	3,64
3.	Tidak memerlukan waktu lama untuk memahami cara mencoba (preview) <i>item</i> pada <i>avatar</i> di platform ZEPETO	Pragmatis (Kegunaan/Kemudahan)	1	1	8	9	6	93	3,72
4.	Tampilan visual dan estetika <i>item</i> di <i>AvaShop</i> ZEPETO lebih menarik	Hedonik (Kesenangan/Daya Tarik)	2	6	6	9	2	78	3,12

No	Pernyataan	Dimensi	Jawaban					Jumlah	Rata - rata
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
	dibandingkan Roblox								
5.	Merasa lebih kreatif dan ekspresif saat menggunakan fitur kustomisasi di ZEPETO dibandingkan Roblox	Hedonik (Kesenangan/Daya Tarik)	9	11	3	1	1	49	1,96
6.	Pengalaman berbelanja <i>item virtual</i> di platform ZEPETO terasa membosankan	Hedonik (Kesenangan/Daya Tarik)	15	3	0	6	1	50	2,00
7.	Apakah sering mengalami kendala (lag/lemot) saat memuat (loading) katalog <i>item</i> di platform ZEPETO	Evaluasi (Efisiensi)	10	0	3	2	10	77	3,08
Skor Rata – rata UX pada Platform ZEPETO								2,78	

Sumber: Hasil olah data kuesioner Pra-survei (2026)

Berdasarkan Tabel 1.4, Pengalaman Pengguna *Avatar Shop* pada platform *game online* ZEPETO ternilai masih sangat rendah dengan skor rata – rata 2,78. Skor (2,00) pengguna dalam mencari *item fashion*, Lalu, Skor (1,96) pada pengalaman hedonik perasaan yang menjadi kreatif dan ekspresif, dan Skor (2,00) pengalaman berbelanja terasa membosankan. Yang menandakan bahwa pengalaman pengguna pada fitur *Avatar Shop* ZEPETO masih belum mampu dalam

memberikan rasa keterlibatan emosional pengguna, kebebasan berekspresi dan kenyamanan dalam proses pencarian dan pembelian *item fashion* di dalam katalog. Rendahnya skor pada aspek hedonik dan pengalaman berbelanja menunjukkan bahwa pengguna masih merasa kurang tertarik dan kurang menikmati interaksi dengan fitur tersebut, sehingga berpotensi mempengaruhi minat pengguna untuk menggunakan *Avatar Shop* secara berkelanjutan.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa perlu peningkatan pada desain antarmuka, variasi konten, serta alur penggunaan agar pengalaman berbelanja menjadi lebih menarik dan menyenangkan bagi para pengguna serta meningkatkan kualitas pengalaman pengguna khususnya pada fitur *Avatar Shop*, agar mampu menarik minat serta mempertahankan jangka waktu panjang. Oleh karena itu, dibutuhkan evaluasi lebih lanjut terhadap kualitas pengalaman pengguna (UX) untuk mengidentifikasi faktor-faktor sebagai dasar dalam melakukan perbaikan serta pengembangan berkelanjutan.

Berdasarkan penelitian pendahuluan (pra-survei), peneliti mengetahui adanya perbandingan pengalaman pengguna pada fitur *Avatar Shop* antara platform *game* Roblox dan ZEPETO. Hasil perbandingan skor menunjukkan bahwa pengalaman pengguna pada Roblox relatif lebih baik dibandingkan ZEPETO, namun keduanya masih berada pada kategori kurang optimal. Temuan sementara ini mengindikasikan bahwa masing-masing platform memiliki tantangan dalam menciptakan pengalaman berbelanja virtual yang menarik, nyaman, dan menyenangkan bagi pengguna. Oleh karena itu, diperlukan analisis lebih lanjut untuk membandingkan kualitas pengalaman pengguna pada kedua platform tersebut secara lebih komprehensif.

Dalam penelitian ini, kualitas pengalaman pengguna pada fitur *Avatar Shop* di platform Roblox dan ZEPETO diukur melalui *User Experience Questionnaire* (UEQ), karena dimensi pada metode pengukuran ini mampu menangkap persepsi pengguna secara komprehensif melalui enam dimensi utama yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. UEQ dipilih karena telah banyak digunakan dalam penelitian UX digital dan dinilai lebih efektif untuk mengevaluasi pengalaman pengguna secara terstruktur dan terukur, sehingga relevan untuk memberikan gambaran objektif mengenai kualitas pengalaman pengguna pada kedua platform tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti merasa terdorong untuk melakukan penelitian terkait topik ini, yang selanjutnya dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul “**Analisis Perbandingan Kualitas *User Experience* (UX) pada Aplikasi *Game Online* Roblox dan ZEPETO sebagai Produk Digital (*Avatar Shop*) Menggunakan Metode *User Experience Questionnaire*.**”

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Identifikasi dan perumusan masalah merupakan tahap penting untuk menentukan arah penelitian dan memahami isu terkait judul atau objek penelitian. Selanjutnya, rumusan masalah dirangkai dalam bentuk pertanyaan penelitian yang secara spesifik menggambarkan permasalahan utama yang ingin dikaji atau ditelaah. Berdasarkan latar belakang sebelumnya, mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan yang akan menjadi fokus utama dalam penelitian ini

sebagai landasan dalam proses analisis penelitian.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan terkait platform *game online* Roblox dan ZEPETO sebagai berikut:

1. Pengalaman Pengguna (*User Experience*)
 - a. Pengalaman pengguna pada fitur *Avatar Shop* masih belum optimal, yang ditunjukkan oleh beberapa indikator dengan nilai di bawah rata-rata.
 - b. Tampilan visual dan estetika item virtual belum sepenuhnya memberikan kesan menarik bagi pengguna, khususnya pada platform Roblox.
 - c. Pengalaman penggunaan secara keseluruhan belum mampu memberikan kesan yang menyenangkan dan memuaskan.
2. Aspek Hedonik (*Hedonic Quality*)
 - a. Pengguna belum sepenuhnya merasakan kesenangan dan keterlibatan saat menggunakan fitur *Avatar Shop*.
 - b. Fitur kustomisasi *avatar* belum mampu memberikan pengalaman kreatif dan ekspresif secara maksimal.
 - c. Pengalaman berbelanja item virtual, khususnya pada platform Roblox, masih dirasakan kurang menarik atau cenderung membosankan.
3. Kemudahan dan Efisiensi Penggunaan
 - a. Struktur menu dan kategori pada fitur *Avatar Shop*, khususnya pada platform Roblox, masih belum optimal.

- b. Proses pencarian dan penelusuran item belum sepenuhnya efisien bagi pengguna, membutuhkan waktu lebih lama dalam menemukan item yang diinginkan.
- 4. Perbandingan Antar Platform
 - a. Terdapat perbedaan pengalaman pengguna antara fitur *Avatar Shop* pada platform Roblox dan ZEPETO berdasarkan hasil pra-survei.
 - b. Perbedaan tersebut belum dianalisis secara mendalam berdasarkan dimensi *User Experience*.
 - c. Diperlukan analisis komparatif untuk mengetahui perbedaan kualitas pengalaman pengguna secara lebih objektif.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disajikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, yang akan menjadi fokus utama analisis, pembahasan, dan evaluasi lebih mendalam:

1. Bagaimana kualitas pengalaman pengguna (*User Experience*) pada fitur *Avatar Shop* di Platform *Game Online* Roblox berdasarkan dimensi *User Experience Questionnaire* (UEQ).
2. Bagaimana kualitas pengalaman pengguna (*User Experience*) pada fitur *Avatar Shop* di Platform *Game Online* ZEPETO berdasarkan dimensi *User Experience Questionnaire* (UEQ).
3. Bagaimana perbandingan kualitas pengalaman pengguna (*User Experience*) pada fitur *Avatar Shop* di Platform *Game Online* Roblox dan ZEPETO berdasarkan dimensi *User Experience Questionnaire* (UEQ).

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Kualitas pengalaman pengguna (*User Experience*) pada fitur *Avatar Shop* di platform *Game Online* Roblox berdasarkan dimensi *User Experience Questionnaire* (UEQ).
2. Kualitas pengalaman pengguna (*User Experience*) pada fitur *Avatar Shop* di platform *Game Online* ZEPETO berdasarkan dimensi *User Experience Questionnaire* (UEQ).
3. Perbandingan kualitas pengalaman pengguna (*User Experience*) antara fitur *Avatar Shop* pada platform *Game Online* Roblox dan ZEPETO berdasarkan dimensi *User Experience Questionnaire* (UEQ).

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi peneliti, tetapi juga bagi berbagai pihak yang terkait dengan penelitian ini. Selain itu, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan dampak positif baik secara teoritis maupun praktis, sehingga dapat menjadi acuan dalam pengembangan produk digital dan evaluasi pengalaman pengguna. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan secara teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai

berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan dan bahan pertimbangan bagi peneliti dalam bidang Manajemen khususnya Bisnis Digital.
2. Memberikan partisipasi terhadap pengalaman pengguna (*User Experience*) pada produk digital. Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam evaluasi pengalaman pengguna *game online* secara komprehensif dan akurat.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

- 1) Menambah pengetahuan mengenai teori serta pengaplikasiannya terhadap evaluasi pengalaman pengguna pada produk digital, khususnya fitur *Avatar Shop* pada *game online*.
- 2) Memberikan pengalaman praktis dalam menerapkan Metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) sebagai alat ukur kualitas pengalaman pengguna.

2. Bagi Pengembang *Game*

- 1) Menjadi bahan evaluasi kualitas pengalaman pengguna pada fitur *Avatar Shop* di platform Roblox dan ZEPETO.
- 2) Membantu pengembang dalam mengidentifikasi aspek pengalaman pengguna yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan.

3. Bagi Pihak Lain

- 1) Menjadi bahan referensi serta bahan pertimbangan yang tertarik melakukan penelitian lanjutan terkait pengalaman pengguna pada *game online* atau produk digital.
- 2) Menjadi sumber informasi bagi pihak terkait dalam memahami preferensi dan persepsi pengguna terhadap fitur dalam *game online*.