

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik *User Generated Content* (UGC), bentuk *User Engagement*, serta peran hubungan antara UGC dan *User Engagement* dalam mendukung model bisnis digital berbasis komunitas pada platform Wattpad, khususnya pada kategori *Trending Stories*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan observasi non-partisipan melalui pendekatan netnografi. Objek penelitian terdiri atas tiga cerita populer di Wattpad, yaitu A dan Z, Mariposa, dan Ghea. Data diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap isi dan publikasi cerita, komentar, reads, votes, serta aktivitas pengguna. Data dianalisis dengan bantuan NVivo melalui proses pengorganisasian dan coding, kemudian diinterpretasikan menggunakan tahapan analisis kualitatif berupa reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pendekatan netnografi dan tahapan analisis tersebut sesuai dengan metode yang digunakan dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik UGC pada *Trending Stories* terlihat melalui tokoh dan karakter, orisinalitas, kreativitas, konflik, alur, gaya bahasa, dan konsistensi pembaruan cerita. User Engagement terbentuk dalam tiga dimensi, yaitu *Emotional Engagement*, *Cognitive Engagement*, dan *Behavioral Engagement*. Hasil coding menunjukkan *Emotional Engagement* sebagai pola yang paling banyak ditemukan dengan 61 references, diikuti *Cognitive Engagement* sebanyak 28 references dan *Behavioral Engagement* sebanyak 10 references. Hubungan antara UGC dan *User Engagement* menunjukkan bahwa konten yang dihasilkan pengguna menjadi sumber keterlibatan dan interaksi pembaca. Interaksi tersebut mendukung partisipasi pengguna dan penciptaan nilai dalam ekosistem Wattpad, yang selanjutnya berkaitan dengan keberlanjutan platform serta mekanisme monetisasi dalam model bisnis digital berbasis komunitas.

Kata Kunci: *User Generated Content*, *User Engagement*, Model Bisnis Digital, Wattpad, *Trending Stories*, NVivo.