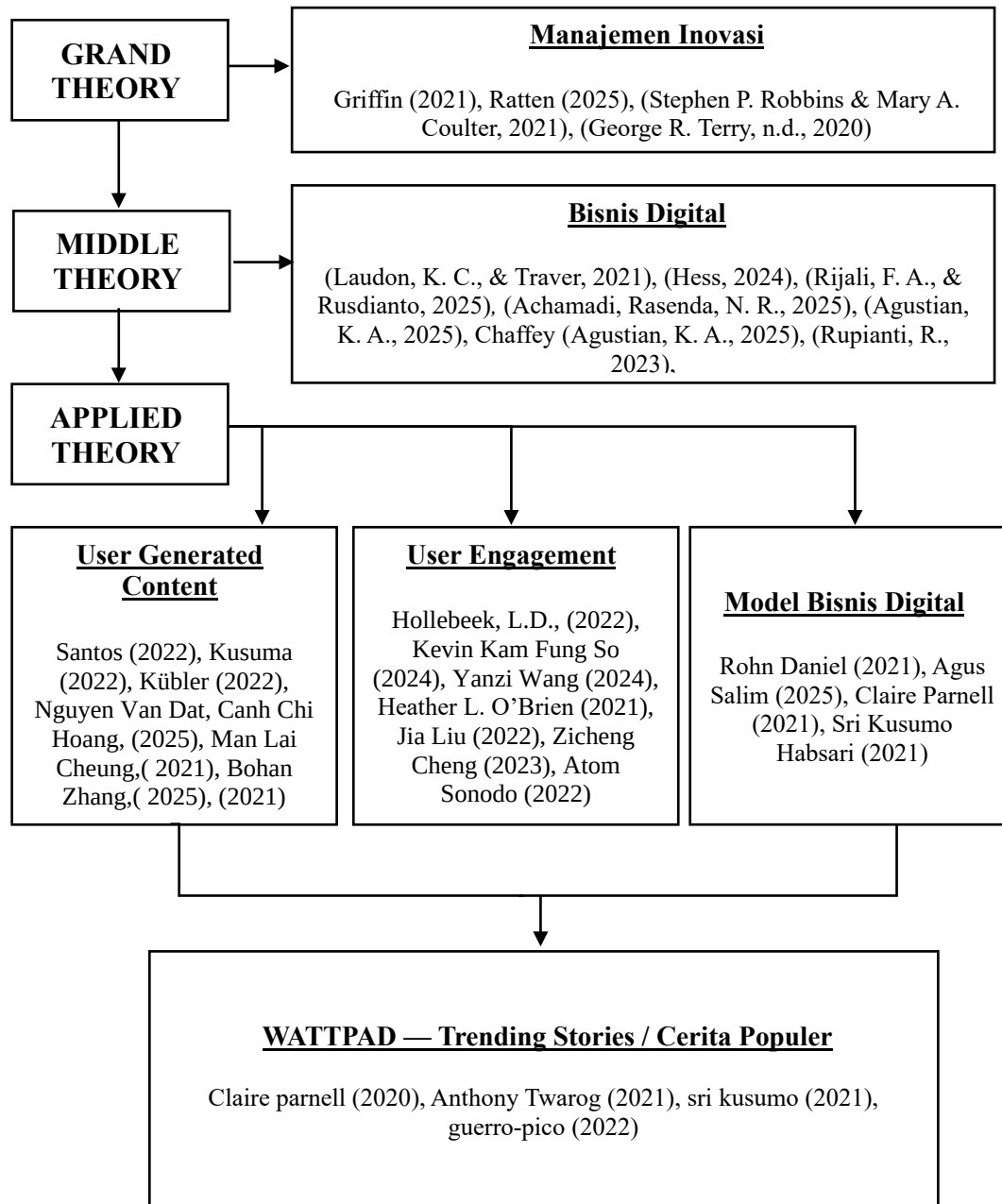


BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PROPOSISI PENELITIAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka pada dasarnya menguraikan berbagai gagasan, teori, dan konsep yang saling berkaitan serta dirumuskan melalui asumsi atau hipotesis mengenai hubungan antar variabel. Bab ini berfungsi untuk membahas teori-teori yang relevan dengan permasalahan penelitian dan menjadi landasan teoretis dalam pelaksanaan penelitian. Penyusunan kajian pustaka bertujuan untuk memastikan bahwa penelitian dilakukan secara sistematis dan ilmiah dalam memperoleh serta menganalisis data. Selain itu, kajian pustaka memungkinkan peneliti untuk menelaah teori-teori utama yang berkaitan dengan variabel-variabel yang memengaruhi fokus permasalahan penelitian. Sejalan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, kajian pustaka difokuskan pada pembahasan mengenai model bisnis platform digital Wattpad, khususnya melalui pendekatan *user generated content* dan *user engagement*. Kedua konsep tersebut dipandang sebagai elemen penting dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing platform digital berbasis komunitas pengguna.



Sumber : Data diolah oleh peneliti (2026)

Gambar 2. 1
Kerangka Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Inovasi

Manajemen inovasi merupakan suatu proses yang bersifat sistematis dan terstruktur dalam mengelola berbagai sumber daya organisasi, yang meliputi ide, pengetahuan, teknologi, serta kemampuan manusia, untuk menghasilkan nilai baru yang mampu meningkatkan daya saing organisasi di tengah perubahan lingkungan yang sangat dinamis. Proses ini tidak hanya berorientasi pada penciptaan sesuatu yang benar-benar baru, tetapi juga pada pengembangan, penggabungan, dan optimalisasi sumber daya yang sudah ada agar dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar bagi organisasi maupun pengguna.

Dalam perkembangan era digital saat ini, konsep manajemen inovasi mengalami perluasan makna yang signifikan. Jika sebelumnya inovasi lebih banyak berfokus pada pengembangan produk fisik atau layanan konvensional, maka dalam konteks digital modern, manajemen inovasi juga mencakup transformasi model bisnis, digitalisasi layanan, serta pembentukan interaksi berbasis platform yang melibatkan partisipasi aktif pengguna. Dengan demikian, inovasi tidak lagi hanya bersumber dari internal organisasi, tetapi juga muncul melalui kolaborasi dengan pengguna dalam suatu ekosistem digital yang terbuka. Menurut (Jan Smolinski, 2024), manajemen inovasi dalam era digital mengalami perkembangan yang sangat cepat seiring dengan hadirnya transformasi teknologi seperti platformisasi, kecerdasan buatan (artificial intelligence), serta integrasi ekosistem digital yang semakin kompleks. Perkembangan tersebut memungkinkan proses inovasi tidak lagi berjalan secara linier, tetapi berlangsung secara kolaboratif, adaptif, dan berkelanjutan melalui keterlibatan berbagai aktor dalam satu sistem digital.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen inovasi merupakan kemampuan organisasi dalam mengelola perubahan yang berbasis teknologi, data, serta kolaborasi antar pengguna untuk menghasilkan nilai baru yang berkelanjutan. Dalam konteks ekosistem digital, inovasi tidak hanya menjadi hasil akhir dari proses internal organisasi, tetapi juga merupakan hasil interaksi dinamis antara teknologi, platform, dan pengguna yang secara bersama-sama menciptakan nilai dalam suatu sistem digital.

2.1.1.1 Manajemen Inovasi Dalam Era Digital

Dalam era digital saat ini, konsep manajemen inovasi mengalami transformasi yang cukup signifikan seiring dengan meningkatnya digitalisasi di berbagai sektor kehidupan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong munculnya inovasi yang berbasis data, pemanfaatan platform digital, serta keterlibatan aktif pengguna dalam suatu ekosistem digital. Kondisi ini menyebabkan proses inovasi tidak lagi hanya bergantung pada internal organisasi, tetapi juga melibatkan pihak eksternal seperti pengguna, komunitas, dan mitra dalam menciptakan nilai secara bersama-sama. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa inovasi telah berkembang dari pendekatan tradisional yang bersifat tertutup menjadi pendekatan terbuka atau *open innovation*, di mana proses penciptaan ide dan pengembangan solusi dilakukan secara kolaboratif. Dalam model ini, organisasi tidak lagi menjadi satu-satunya sumber inovasi,

Melainkan menjadi bagian dari ekosistem yang lebih luas yang saling terhubung melalui teknologi digital. Menurut (Yassine SEKAKI, 2025) perkembangan manajemen inovasi saat ini sangat dipengaruhi oleh kemajuan

teknologi seperti kecerdasan buatan (artificial intelligence), digital transformation, serta peningkatan fokus pada pengalaman pengguna yang semakin personal, adaptif, dan interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dalam era modern tidak hanya berkaitan dengan penciptaan teknologi baru, tetapi juga bagaimana teknologi tersebut mampu memberikan pengalaman yang lebih relevan bagi pengguna dalam sistem digital.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen inovasi dalam era digital tidak lagi hanya berfokus pada penciptaan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup kemampuan organisasi dalam beradaptasi, berkolaborasi, serta memanfaatkan teknologi dan data untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan dalam ekosistem digital yang kompleks.

2.1.1.2 Peran Manajemen Inovasi Dalam Platform Digital

Manajemen inovasi memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan platform digital karena menjadi salah satu faktor utama dalam menciptakan nilai yang terbentuk melalui interaksi antar pengguna dalam suatu ekosistem digital. Dalam era digital saat ini, platform tidak hanya dipahami sebagai sistem teknologi yang menyediakan layanan, tetapi juga sebagai ruang interaktif yang memungkinkan terjadinya kolaborasi, komunikasi, dan pertukaran nilai antara pengguna secara terus-menerus.

Dalam konteks platform digital, proses inovasi tidak lagi sepenuhnya berasal dari perusahaan sebagai pemilik atau pengelola sistem, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh partisipasi aktif pengguna. Pengguna tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen konten (*content creator*) yang

menghasilkan berbagai bentuk kontribusi seperti tulisan, komentar, penilaian, serta aktivitas interaksi lainnya. Kontribusi tersebut kemudian menjadi bagian penting dalam pembentukan nilai dan keberlanjutan platform digital.

Hal ini menunjukkan bahwa platform digital tidak hanya dapat dipandang sebagai sistem teknologi, tetapi juga sebagai ekosistem digital yang bersifat sosial dan kolaboratif, di mana berbagai aktor saling terhubung dan berinteraksi dalam menciptakan nilai bersama. Dalam ekosistem tersebut, inovasi berkembang secara dinamis melalui keterlibatan pengguna yang secara kolektif berkontribusi terhadap penguatan nilai dan pertumbuhan platform.

Menurut penelitian Marin Jovanovic (2021), pengembangan platform digital merupakan hasil dari proses co-evolution yang melibatkan arsitektur platform, layanan, serta mekanisme tata kelola yang saling berinteraksi dalam menciptakan nilai ekosistem digital. Studi ini menegaskan bahwa inovasi dalam platform tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada bagaimana platform mengatur dan mengintegrasikan kontribusi berbagai aktor di dalamnya.

2.1.1.3 Pengertian Bisnis Digital

Bisnis digital dapat diartikan sebagai kegiatan usaha yang berlandaskan pada pemanfaatan teknologi digital sebagai elemen utama dalam proses penciptaan, pendistribusian, serta pengelolaan nilai yang ditujukan kepada pelanggan.

Menurut (Laudon, K. C., & Traver, 2021):

“Digital business is a business model that uses the internet and digital technology to carry out operational processes and interactions with customers”.

Berdasarkan pandangan tersebut, bisnis digital mencerminkan pergeseran model bisnis yang didasarkan pada pemanfaatan teknologi digital secara

keseluruhan. Menurut (Hess, 2024) Bisnis digital adalah aktivitas usaha yang memanfaatkan teknologi digital, baik dalam proses internal maupun eksternal organisasi, sehingga arsitektur, operasi, dan interaksi bisnis tradisional berubah secara signifikan melalui penggunaan teknologi informasi untuk menciptakan nilai, efisiensi, dan daya saing organisasi.

Penelitian menurut (Rijali, F. A., & Rusdianto, 2025) menyatakan bahwa penerapan teknologi digital dalam bisnis masa kini memberikan kontribusi yang nyata terhadap penguatan proses operasional, aktivitas pemasaran, serta kualitas layanan kepada pelanggan, sehingga mampu mendorong peningkatan efisiensi dan memperkuat daya saing organisasi. Selain itu, menurut (Achamadi, Rasenda, N. R., 2025) juga menegaskan bahwa pengintegrasian teknologi digital ke dalam strategi bisnis berperan dalam mendorong peningkatan inovasi, efisiensi operasional, serta perluasan jangkauan pasar dan penguatan hubungan dengan pelanggan. Temuan dari (Agustian, K. A., 2025) turut menegaskan pemahaman bahwa penerapan transformasi digital dalam model bisnis memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan keunggulan kompetitif organisasi di era digital saat ini.

Pendapat lain dari Chaffey dalam (Rachmat, 2023:52)

“E-business refers to the transformation of core business processes through the utilization of internet-based technologies. Meanwhile, digital business describes the manner in which organizations leverage digital technologies and media to enhance their competitiveness by optimizing internal processes and integrating both online and conventional channels for marketing and distribution.”

2.1.1.4 Manfaat Penerapan Bisnis Digital

Digitalisasi dalam konteks *platform digital* menghasilkan dampak positif apabila diimplementasikan secara strategis dan terintegrasi ke dalam model bisnis. Menurut (Rupianti, R., 2023) digitalisasi dapat meningkatkan efektivitas dan performa organisasi melalui pemanfaatan teknologi. Dalam penelitian ini, konsep tersebut relevan untuk mengkaji operasi model bisnis *platform digital* seperti Wattpad melalui mekanisme *User Generated Content* (UGC) dan *User Engagement*

Digitalisasi memfasilitasi peningkatan produktivitas dan efisiensi operasional melalui otomatisasi sistem berbasis teknologi. Pada platform Wattpad, proses publikasi karya tidak lagi bergantung pada mekanisme konvensional seperti penerbitan fisik, melainkan dilakukan secara digital dan instan. Hal ini menghasilkan efisiensi dalam distribusi konten serta mengurangi hambatan bagi penulis dan pembaca.

- a) Digitalisasi mempercepat proses bisnis dalam ekosistem platform. Dalam model bisnis Wattpad, percepatan ini terjadi pada tahap produksi konten (oleh pengguna), distribusi (melalui aplikasi), serta monetisasi (melalui iklan, layanan premium, atau adaptasi karya). Kecepatan tersebut memungkinkan platform merespons tren dan preferensi pengguna secara real-time.
- b) Pemanfaatan teknologi digital meningkatkan kualitas layanan melalui fitur interaktif seperti komentar, voting, algoritma rekomendasi, serta personalisasi konten.
- c) Digitalisasi mendorong kolaborasi dan interaksi yang lebih luas di antara pengguna. Konsep *User Generated Content* pada Wattpad memungkinkan

pengguna berperan sebagai kreator sekaligus konsumen (prosumer). Interaksi semacam ini memperkuat efek jaringan dalam model bisnis *platform digital*.

- d) Platform digital memungkinkan pengumpulan dan analisis data pengguna secara sistematis. Data mengenai perilaku membaca, preferensi genre, dan tingkat interaksi dapat dimanfaatkan untuk pengembangan strategi bisnis berbasis data (data-driven business model). Dalam konteks penelitian ini, analisis tersebut relevan untuk memahami kontribusi UGC dan *User Engagement* terhadap keberlanjutan model bisnis platform.

Dengan demikian, implementasi digitalisasi dalam model bisnis platform seperti Wattpad tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat penciptaan nilai melalui partisipasi pengguna dan kemudahan penggunaan sistem. Hal ini menjadi fondasi penting dalam menganalisis dinamika model bisnis platform digital.

2.1.1.5 Jenis Jenis Bisnis Digital

Bisnis digital pada hakikatnya merupakan aktivitas usaha yang dijalankan melalui pemanfaatan platform dan teknologi berbasis internet. Menurut (Rijalus & Sholihin., 2024) praktik operasionalnya tidak terbatas pada satu bentuk tertentu, melainkan memiliki beragam model dan mekanisme pelaksanaan. Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, bisnis digital terdiri atas berbagai jenis dan kategori yang berkembang sesuai dengan kebutuhan pasar serta dinamika teknologi. Dalam perkembangannya, tidak menutup kemungkinan bahwa suatu entitas bisnis digital akan mengalami spesialisasi dan bertransformasi menjadi perusahaan yang lebih

terfokus pada bidang atau segmen tertentu. Adapun beberapa jenis bisnis digital dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Marketplace

Marketplace merupakan salah satu bentuk bisnis digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Model ini menyediakan suatu platform yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu ekosistem digital. Dalam mekanismenya, pemilik platform bertindak sebagai fasilitator yang menyediakan ruang bagi berbagai individu atau pelaku usaha untuk memasarkan produk maupun jasa mereka.

Model marketplace umumnya mengadopsi pendekatan *two-sided market* atau *peer-to-peer*, yang melibatkan dua kelompok utama, yaitu penjual dan pembeli. Dibandingkan dengan *e-commerce* konvensional, *marketplace* biasanya menawarkan fitur yang lebih kompleks, seperti sistem pencarian terintegrasi, ulasan konsumen, sistem pembayaran terpusat, hingga manajemen logistik. Platform ini dapat berbentuk situs web maupun aplikasi seluler. Keberadaan berbagai fitur tersebut mempermudah konsumen dalam menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga berpotensi meningkatkan volume transaksi penjual. Peningkatan transaksi tersebut secara simultan juga berdampak pada pertumbuhan pendapatan penyedia platform melalui komisi atau biaya layanan.

b) E-Commerce

Berbeda dengan marketplace, *e-commerce* merupakan model bisnis digital yang berfokus pada penjualan produk milik perusahaan itu sendiri melalui platform digital yang dikelola secara mandiri. Dalam model ini, perusahaan tidak

menyediakan ruang bagi penjual pihak ketiga, melainkan hanya memasarkan produk yang diproduksi atau dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Pendekatan yang digunakan dalam *e-commerce* bersifat satu sisi (*single-sided platform*), karena interaksi hanya terjadi antara perusahaan sebagai penjual dan konsumen sebagai pembeli. Sebagai contoh, perusahaan produk perawatan kulit atau pakaian dapat mengembangkan situs web resmi untuk menjual produk mereka secara langsung kepada konsumen. Model ini memungkinkan perusahaan memiliki kontrol penuh terhadap pengelolaan merek, strategi pemasaran, serta pengalaman pelanggan. Jumlah penjual dalam *e-commerce* relatif terbatas dibandingkan marketplace, sehingga fitur yang tersedia cenderung lebih sederhana dan difokuskan pada optimalisasi produk serta layanan perusahaan itu sendiri.

c) Bisnis *Subscription*

Model bisnis *subscription* atau berlangganan merupakan bentuk bisnis digital yang memberikan akses layanan atau konten kepada pengguna melalui mekanisme pembayaran berkala, umumnya dalam bentuk biaya bulanan atau tahunan. Dalam model ini, konsumen memperoleh hak akses terhadap fitur, konten, atau layanan premium setelah melakukan pembayaran sesuai paket yang dipilih.

Model *subscription* banyak diterapkan pada platform digital berbasis hiburan, bacaan, gaya hidup, maupun layanan digital lainnya. Pengguna yang berlangganan biasanya memperoleh akses yang lebih luas dan fitur yang lebih lengkap dibandingkan pengguna versi gratis. Sistem ini memberikan fleksibilitas bagi konsumen untuk menikmati layanan kapan saja dan di mana saja, selama masa berlangganan masih aktif. Variasi biaya berlangganan umumnya ditentukan oleh

tingkat akses, kualitas layanan, serta fitur tambahan yang ditawarkan oleh penyedia platform.

d) Ad-Supported

Model bisnis ad-supported merupakan bentuk bisnis digital yang mengandalkan pendapatan utama dari iklan, sponsor, dan promosi yang ditayangkan pada platform digital. Dalam model ini, pengguna dapat mengakses layanan secara gratis, sementara perusahaan memperoleh pendapatan dari pihak ketiga yang memasang iklan.

Platform media sosial dan berbagai aplikasi berbagi konten umumnya menggunakan model ini, di mana pendapatan diperoleh melalui penayangan iklan digital kepada pengguna. Semakin tinggi jumlah pengguna dan tingkat interaksi pada platform tersebut, semakin besar potensi pendapatan iklan yang dapat dihasilkan. *Model ad-supported* banyak diterapkan pada platform yang bergerak di bidang hiburan, berita, serta layanan berbasis konten lainnya. Kerja sama antara penyedia platform dan pengiklan dilakukan berdasarkan kesepakatan tertentu terkait durasi, frekuensi, serta format penayangan iklan.

2.1.2 Transformasi Digital

Transformasi digital adalah proses perubahan dalam organisasi dengan memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan efektivitas kerja, menciptakan inovasi, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Transformasi ini tidak hanya berfokus pada penerapan teknologi semata, tetapi juga mencakup perubahan pada strategi bisnis, budaya organisasi, serta sistem dan model operasional perusahaan. Menurut (Rene Riedl, Mark Stineanger, 2023)

transformasi digital adalah perubahan yang terjadi akibat meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam berbagai aktivitas organisasi dan bisnis

2.1.2.1 Faktor Pendorong *Transformasi Digital*

Transformasi digital dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mendorong organisasi untuk mengadopsi teknologi digital dalam kegiatan bisnisnya. Faktor-faktor tersebut berasal dari perkembangan teknologi, perubahan perilaku masyarakat, persaingan bisnis, hingga kebutuhan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan inovasi. Dalam beberapa tahun terakhir, *transformasi digital* menjadi salah satu strategi utama organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis.

1. Perkembangan Teknologi Digital

Perkembangan teknologi digital menjadi faktor utama yang mendorong terjadinya transformasi digital di berbagai sektor bisnis. Kemajuan teknologi seperti *Artificial Intelligence (AI)*, *Internet of Things (IoT)*, *cloud computing*, *big data analytics*, *blockchain*, dan otomatisasi sistem membuat perusahaan perlu beradaptasi agar mampu mempertahankan daya saingnya. Menurut (Plekhanov, 2023) perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi organisasi untuk menciptakan model bisnis baru, meningkatkan efisiensi operasional, dan menghasilkan inovasi dalam layanan maupun produk perusahaan. Teknologi digital memungkinkan organisasi melakukan integrasi data, mempercepat proses bisnis, dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan secara lebih efektif. Selain itu, (Cantemir Mihiu, 2023) menjelaskan bahwa kemajuan teknologi digital telah mengubah pola operasional perusahaan sehingga organisasi dituntut untuk

melakukan perubahan secara menyeluruh dalam sistem kerja dan strategi bisnisnya. Organisasi yang tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi akan mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan pasar digital.

2. Perubahan Perilaku dan Kebutuhan Konsumen

Perubahan perilaku konsumen menjadi salah satu faktor penting yang mendorong organisasi melakukan *transformasi digital*. Perkembangan internet dan penggunaan teknologi digital menyebabkan konsumen semakin terbiasa menggunakan layanan berbasis online dalam kehidupan sehari-hari. Menurut (María M. Feliciano-Cestero, 2023), konsumen modern memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kualitas layanan digital, seperti kemudahan akses, kecepatan pelayanan, keamanan transaksi, serta pengalaman pengguna yang lebih personal. Perubahan perilaku tersebut mendorong perusahaan untuk menyesuaikan sistem bisnis dan layanan mereka agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar. (Lina Anatan, 2023) juga menjelaskan bahwa meningkatnya penggunaan platform digital oleh masyarakat menyebabkan organisasi perlu mempercepat digitalisasi layanan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas konsumen. perubahan perilaku pelanggan selama era digital menyebabkan perusahaan harus mengembangkan *customer experience* berbasis teknologi digital untuk meningkatkan interaksi dan hubungan dengan konsumen.

3. Persaingan Bisnis Semakin Kuat

Persaingan bisnis global yang semakin kompetitif menjadi faktor pendorong utama organisasi dalam melakukan *transformasi digital*. Perusahaan dituntut untuk

mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan perkembangan teknologi agar tidak tertinggal dari kompetitor.

Menurut (Khalid Alshammari, 2023), transformasi digital dilakukan organisasi untuk meningkatkan daya saing bisnis melalui peningkatan kualitas layanan, efisiensi operasional, dan inovasi produk. Organisasi yang berhasil menerapkan *transformasi digital* cenderung memiliki kemampuan lebih baik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan menghadapi perubahan pasar. (Elfrida, E., Nurhayati, P., & Saptono, 2024) juga menjelaskan bahwa *transformasi digital* menjadi strategi penting perusahaan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis modern yang semakin kompetitif. Digitalisasi memungkinkan perusahaan memperluas pasar, meningkatkan efektivitas pemasaran, dan mempercepat proses bisnis. juga menjelaskan bahwa transformasi digital menjadi strategi penting perusahaan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis modern yang semakin kompetitif. Digitalisasi memungkinkan perusahaan memperluas pasar, meningkatkan efektivitas pemasaran, dan mempercepat proses bisnis.

2.1.2.2 Dampak Transformasi Digital Terhadap Konsumen

Transformasi digital memberikan perubahan besar terhadap perilaku, kebutuhan, dan pengalaman konsumen dalam menggunakan produk maupun layanan. Perkembangan teknologi digital membuat konsumen semakin terbiasa melakukan berbagai aktivitas secara online, mulai dari mencari informasi, berkomunikasi, berbelanja, hingga melakukan transaksi pembayaran digital. Perubahan tersebut menyebabkan perusahaan harus mampu menyesuaikan layanan

agar sesuai dengan kebutuhan konsumen modern yang menginginkan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam penggunaan layanan digital.

1. Kemudahan Akses Layanan

Transformasi digital memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses layanan kapan saja dan di mana saja melalui *platform digital* seperti aplikasi mobile, website, marketplace, dan media sosial. Menurut (Rene Riedl, 2023) digitalisasi layanan membantu konsumen memperoleh akses informasi dan layanan secara lebih cepat, praktis, dan fleksibel dibandingkan layanan konvensional. Selain itu, penelitian (Lina Anatan dan Nur, 2023) menjelaskan bahwa *transformasi digital* meningkatkan kenyamanan konsumen karena layanan dapat diakses secara online tanpa batasan waktu dan lokasi.

2. Pengalaman Konsumen yang Lebih Personal

Pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI), *big data*, dan data analytics memungkinkan perusahaan memberikan layanan yang lebih personal sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Penelitian (Rene Riedl, Mark Stinean 2023) juga menjelaskan bahwa penggunaan AI dan data analytics memungkinkan perusahaan memberikan rekomendasi produk dan layanan yang lebih relevan bagi pelanggan.

3. Perubahan Pola Konsumsi

Transformasi digital menyebabkan perubahan perilaku dan pola konsumsi masyarakat. Konsumen semakin terbiasa menggunakan layanan digital seperti e-commerce, mobile banking, e-wallet, dan platform digital lainnya dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian oleh (Sasabone, 2024) menjelaskan bahwa perkembangan

e-commerce dan kemudahan transaksi digital memberikan pengaruh terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat di Indonesia. Konsumen cenderung lebih sering melakukan pembelian secara online karena kemudahan akses, efisiensi waktu, dan berbagai fitur pembayaran digital yang tersedia

Penelitian (Gusti, 2023) menyatakan bahwa penggunaan e-money, e-wallet, dan *e-commerce* meningkatkan aktivitas konsumsi digital masyarakat. *Transformasi digital* dalam sistem pembayaran membuat masyarakat lebih mudah melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja sehingga penggunaan layanan digital semakin meningkat dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian (Fatun, 2024) juga menjelaskan bahwa perubahan kebiasaan belanja masyarakat di era digital ditandai dengan pergeseran dari belanja konvensional menuju *platform digital*. Konsumen mulai lebih memilih transaksi online karena dianggap lebih praktis, cepat, dan memberikan banyak pilihan produk maupun layanan.

2.1.3 Perilaku Konsumen Digital

Perilaku konsumen digital merupakan pola tindakan, keputusan, dan respons konsumen dalam mencari informasi, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk atau layanan melalui media dan platform digital. Perilaku ini muncul akibat perkembangan internet dan teknologi digital yang mengubah cara masyarakat melakukan aktivitas konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut (Rahmayanti, 2025) perilaku konsumen digital menggambarkan perubahan cara konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dengan memanfaatkan teknologi digital, media sosial, *e-commerce*, dan berbagai platform online. Konsumen digital cenderung

lebih aktif mencari informasi, membandingkan produk, membaca ulasan pengguna, serta mempertimbangkan pengalaman digital sebelum melakukan pembelian.

Selain itu, penelitian (Nadi Fikri Rijali, 2025) menjelaskan bahwa perilaku konsumen digital merupakan perilaku masyarakat yang dipengaruhi oleh perkembangan *transformasi digital* sehingga aktivitas konsumsi menjadi lebih berbasis teknologi, cepat, praktis, dan terhubung secara online. Digitalisasi menyebabkan konsumen semakin terbiasa menggunakan layanan digital seperti marketplace, mobile banking, e-wallet, dan aplikasi online dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penelitian (Nurhayati, 2025) juga menjelaskan bahwa perilaku konsumen digital berkaitan dengan bagaimana konsumen menggunakan teknologi digital dalam proses pencarian informasi, pengambilan keputusan pembelian, hingga interaksi dengan penjual melalui *platform digital*. Dalam era digital, konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga dan kualitas produk, tetapi juga pengalaman pengguna, ulasan pelanggan, keamanan transaksi, dan kemudahan penggunaan platform.

2.1.3.1 Karakteristik Konsumen Digital

Konsumen digital memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan konsumen konvensional karena aktivitas konsumsi mereka sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan internet. Konsumen digital cenderung lebih aktif, kritis, dan cepat dalam memperoleh informasi mengenai produk maupun layanan. Menurut (Rahmayanti, 2025) konsumen digital memiliki karakteristik berupa ketergantungan terhadap teknologi digital, penggunaan media sosial sebagai sumber informasi, serta kecenderungan melakukan pembelian berdasarkan

pengalaman pengguna lain seperti review dan rating produk. Konsumen modern juga lebih mengutamakan kemudahan akses, kecepatan layanan, dan keamanan transaksi dalam penggunaan platform digital.

Selain itu, penelitian Nurhayati (2025) menjelaskan bahwa karakteristik konsumen digital, khususnya Generasi Z, ditandai dengan tingginya penggunaan e-commerce, ketertarikan terhadap promo digital, pengaruh media sosial dan influencer, serta kecenderungan melakukan pembelian impulsif melalui fitur live shopping dan flash sale. Konsumen digital juga lebih responsif terhadap konten visual, rekomendasi algoritma, dan pengalaman interaktif dalam aplikasi digital.

Penelitian mengenai penggunaan QRIS dan e-wallet juga menunjukkan bahwa konsumen digital memiliki kecenderungan menggunakan metode pembayaran non-tunai karena dianggap lebih praktis dan efisien dibandingkan pembayaran konvensional. Kemudahan transaksi digital membuat konsumen semakin terbiasa melakukan aktivitas konsumsi secara online

2.1.3.2 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna

Keputusan pengguna dalam *platform digital* merupakan proses ketika seseorang menentukan pilihan untuk menggunakan, mengakses, membaca, maupun berinteraksi dengan suatu layanan digital. Dalam bisnis *platform digital*, keputusan pengguna dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan kualitas konten, pengalaman penggunaan, interaksi sosial, hingga sistem platform yang digunakan. Faktor-faktor tersebut menjadi penting karena dapat mempengaruhi tingkat partisipasi dan keterlibatan pengguna dalam suatu platform digital.

Dalam konteks *platform digital* seperti Wattpad, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Konten (*Content Quality*)

Kualitas konten menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan *platform digital*. Konten yang menarik, relevan, kreatif, dan mudah dipahami cenderung mampu menarik perhatian pengguna dan meningkatkan minat untuk terus berinteraksi dalam platform. Menurut, konten digital yang berkualitas dapat meningkatkan keterlibatan pengguna karena mampu menciptakan pengalaman interaktif dan hubungan emosional antara pengguna dan *platform digital*. Pada platform Wattpad, kualitas cerita dapat dilihat dari alur cerita, gaya penulisan, kreativitas, serta kemampuan cerita dalam menarik perhatian pembaca. Kualitas konten merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan *platform digital*. Konten yang menarik, relevan, informatif, kreatif, dan mudah dipahami cenderung mampu menarik perhatian pengguna serta meningkatkan minat pengguna untuk terus berinteraksi dalam suatu platform digital. Dalam lingkungan digital, kualitas konten tidak hanya dilihat dari isi informasi yang disampaikan, tetapi juga dari kemampuan konten dalam menciptakan pengalaman interaktif dan keterlibatan pengguna.

Menurut (Hollebeek & Macky, 2021) *digital content marketing* merupakan proses penciptaan dan penyebaran konten digital yang relevan dan bernilai untuk membangun keterlibatan, kepercayaan, dan hubungan antara pengguna dengan *platform digital*. Konten digital yang berkualitas dapat mendorong keterlibatan

kognitif, emosional, dan perilaku pengguna dalam suatu *platform digital*. Selain itu, penelitian (Linda D. Hollebeek, Johan Anselmsson, 2024) menjelaskan bahwa kualitas konten digital mampu meningkatkan *engagement* pengguna karena konten yang relevan dan menarik dapat menciptakan pengalaman interaktif antara pembuat konten dan pengguna *platform digital*. Konten yang berkualitas juga berperan dalam membangun hubungan jangka panjang antara pengguna dan *platform digital*.

Pada platform Wattpad, kualitas konten dapat dilihat melalui beberapa aspek, seperti:

1. alur cerita yang menarik,
2. kreativitas penulis,
3. gaya bahasa yang digunakan,
4. konsistensi cerita,
5. kemampuan cerita dalam membangun emosi pembaca,
6. serta kemampuan cerita dalam menarik perhatian pengguna untuk terus membaca dan berinteraksi.

Kualitas cerita yang baik cenderung mampu meningkatkan jumlah pembaca, vote, komentar, dan interaksi pengguna lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas konten memiliki hubungan yang erat dengan tingkat *user engagement* pada *platform digital*.

2. Popularitas dan Trending Content

Popularitas konten menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam memilih konten pada platform digital. Konten yang memiliki

tingkat popularitas tinggi cenderung lebih mudah memperoleh perhatian pengguna karena dianggap menarik, relevan, dan memiliki kualitas yang baik. Dalam lingkungan *platform digital*, popularitas suatu konten umumnya terlihat dari tingginya tingkat interaksi pengguna, seperti jumlah views, likes, komentar, shares, maupun bentuk partisipasi digital lainnya. Menurut (Zicheng Cheng, 2026) popularitas konten digital dapat mempengaruhi perilaku pengguna melalui mekanisme *social influence* dan *digital interaction*. Pengguna cenderung tertarik pada konten yang telah memperoleh perhatian besar dari pengguna lain karena dianggap lebih bernilai dan lebih layak untuk dikonsumsi. Tingginya interaksi pada suatu konten juga mampu meningkatkan visibilitas konten dalam algoritma *platform digital*.

Selain itu, penelitian oleh (Raouf Ahmad Rather, 2023) menjelaskan bahwa popularitas konten dalam *platform digital* berkaitan erat dengan tingkat *engagement* pengguna. Konten yang memperoleh banyak respons dan partisipasi pengguna cenderung menciptakan keterikatan emosional serta mendorong pengguna lain untuk ikut berinteraksi dengan konten tersebut. Penelitian lain (Choi & Sooyeon Hong, 2023) menjelaskan bahwa konten populer pada platform digital umumnya terbentuk melalui aktivitas komunitas digital dan interaksi sosial antar pengguna. Semakin tinggi tingkat komunikasi dan partisipasi pengguna terhadap suatu konten, maka semakin besar peluang konten tersebut untuk memperoleh eksposur yang luas dalam *platform digital*.

Dalam konteks platform Wattpad, popularitas cerita dapat dilihat melalui kategori trending stories, yaitu cerita yang memperoleh tingkat interaksi pengguna

yang tinggi. Cerita yang masuk dalam kategori trending biasanya memiliki jumlah reads, vote, komentar, dan aktivitas pengguna yang lebih besar dibandingkan cerita lainnya. Tingginya *engagement* tersebut membuat cerita lebih sering muncul pada rekomendasi platform sehingga peluang untuk dibaca oleh pengguna lain menjadi semakin besar.

Selain itu, cerita yang populer pada Wattpad umumnya memiliki karakteristik tertentu, seperti alur cerita yang menarik, konsistensi pembaruan chapter, gaya penulisan yang mudah dipahami, serta kemampuan penulis dalam membangun interaksi dengan pembaca melalui komentar maupun komunitas digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa popularitas konten dalam *platform digital* tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas cerita, tetapi juga oleh tingkat *user engagement* dan interaksi sosial yang terbentuk dalam platform.

3. Kemudahan Penggunaan Platform (Perceived Ease of Use)

Kemudahan penggunaan platform merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan layanan digital. Platform yang mudah diakses, memiliki tampilan yang sederhana, navigasi yang jelas, serta fitur yang mudah dipahami cenderung memberikan pengalaman penggunaan yang lebih nyaman bagi pengguna. Dalam lingkungan digital, kemudahan penggunaan menjadi aspek penting karena dapat mempengaruhi minat pengguna untuk terus menggunakan suatu platform.

Konsep kemudahan penggunaan dijelaskan oleh Fred Davis melalui teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa seseorang akan lebih menerima dan menggunakan teknologi apabila teknologi

tersebut dianggap mudah digunakan serta memberikan manfaat bagi pengguna. Persepsi kemudahan penggunaan dapat meningkatkan niat dan keputusan pengguna dalam menggunakan suatu sistem digital. Selain itu, penelitian dalam (Aldijana Bunjak, 2021) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan *platform digital* memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan keterlibatan pengguna. Pengguna cenderung lebih aktif menggunakan platform yang memiliki sistem navigasi sederhana, tampilan yang mudah dipahami, dan akses fitur yang cepat.

Dalam konteks Wattpad, kemudahan penggunaan platform dapat dilihat dari berbagai fitur yang mendukung aktivitas pengguna, seperti kemudahan membaca cerita, pencarian kategori cerita, sistem rekomendasi cerita, fitur vote dan komentar, serta tampilan aplikasi yang mudah dipahami. Selain itu, fitur interaktif antara penulis dan pembaca juga memberikan pengalaman penggunaan yang lebih nyaman bagi pengguna platform.

Kemudahan penggunaan tersebut menjadi salah satu faktor yang mendorong pengguna untuk terus menggunakan Wattpad sebagai platform membaca dan menulis cerita digital. Semakin mudah pengguna mengakses dan memahami fitur platform, maka semakin besar kemungkinan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam aktivitas digital yang tersedia pada platform tersebut.

2.1.3.3 Perubahan Perilaku Konsumen di Era Digital

Perkembangan teknologi informasi, internet, dan media digital telah membawa perubahan besar terhadap perilaku konsumen dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Konsumen tidak lagi hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga menjadi pengguna aktif yang dapat mencari informasi, memberikan penilaian,

membagikan pengalaman, hingga menciptakan konten digital secara mandiri. Perubahan tersebut menyebabkan pola konsumsi masyarakat menjadi semakin terhubung dengan teknologi digital dan platform online. Menurut Philip Kotler, perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen menjadi lebih aktif, partisipatif, dan berbasis konektivitas digital. Konsumen modern cenderung lebih mandiri dalam mencari informasi sebelum mengambil keputusan serta lebih mudah dipengaruhi oleh interaksi digital dan rekomendasi online.

Perubahan perilaku konsumen di era digital dapat dilihat dari berbagai aspek berikut:

1. Konsumen Menjadi Lebih Aktif dalam Mencari Informasi
2. Meningkatnya Peran *User Generated Content* (UGC)
3. Konsumen Lebih Mengandalkan Interaksi Digital
4. Konsumen Cenderung Mengikuti Popularitas dan *Trending Content*
5. Perubahan Pola Konsumsi Menjadi Serba Digital

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen menjadi lebih aktif, interaktif, dan berbasis partisipasi digital. Konsumen modern tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga terlibat dalam proses penciptaan konten, interaksi sosial, serta aktivitas digital lainnya dalam platform online. Perubahan perilaku tersebut menjadi bagian penting dalam perkembangan model bisnis platform digital berbasis komunitas seperti Wattpad

2.1.4 *User Generated Content*

Pada bagian ini, peneliti membahas teori yang berkaitan dengan variabel dalam judul penelitian sesuai dengan bidang manajemen dan bisnis digital. Variabel yang digunakan meliputi *User Generated Content* (UGC), *User Engagement*, dan Analisis Model Bisnis *Platform Digital Wattpad*.

UGC merupakan konten yang dihasilkan dan dibagikan oleh pengguna platform secara mandiri sebagai bentuk partisipasi aktif dalam ekosistem digital. *User Engagement* bentuk keterlibatan pengguna yang meliputi aspek kognitif, afektif, dan perilaku dalam proses interaksi dengan *platform digital*, yang dapat diamati melalui aktivitas seperti membaca konten, memberikan komentar, membagikan informasi, serta frekuensi penggunaan platform. Sementara itu, analisis model bisnis *platform digital Wattpad* menekankan pada bagaimana platform menciptakan dan menangkap nilai melalui interaksi pengguna dan dukungan teknologi.

2.1.4.1 *User Generated Content*

User-Generated Content (UGC) merujuk pada berbagai bentuk konten digital, seperti video, gambar, teks, ulasan, maupun tulisan blog, yang diproduksi secara sukarela oleh pengguna atau konsumen, bukan oleh perusahaan atau merek. Konten ini umumnya dipersepsikan lebih autentik dan kredibel karena merefleksikan pengalaman nyata pelanggan, sehingga kerap dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran untuk membangun kepercayaan, meningkatkan keterlibatan, serta memengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian.

2.1.4.2 Pengertian *User Generated Content*

User-Generated Content (UGC) merujuk pada berbagai bentuk konten digital yang dihasilkan oleh pengguna platform media sosial secara sukarela, baik dalam bentuk teks, visual, maupun audiovisual, yang menggambarkan pengalaman dan evaluasi individu terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan. Following a comprehensive *analysis of the concept* of UGC, (Santos, 2022) has defined UGC as follows:

“...any kind of text, data or action performed by online digital systems users, published and disseminated by the same user through independent channels, that incur an expressive or communicative effect either on an individual manner or combined with other contributions from the same or other sources”.

Peningkatan produksi dan distribusi *User-Generated Content* (UGC) pada platform media sosial telah memengaruhi dinamika operasional serta strategi bisnis di berbagai sektor industri. Bukti sosial (*social proof*), yaitu kecenderungan individu dalam mendasarkan keputusan pada perilaku atau penilaian orang lain, tampak nyata dalam konteks *platform digital* melalui keberadaan ulasan produk, testimoni pengguna, serta indikator keterlibatan seperti jumlah tanda suka dan fitur berbagi. Ulasan yang bernada positif terbukti mampu meningkatkan tingkat konversi secara signifikan, khususnya pada produk dengan harga relatif tinggi (Kusuma, I. 2022)

User Generated Content (UGC) tidak lagi sekadar berperan sebagai konten biasa, melainkan telah berkembang menjadi sumber informasi yang bernilai serta dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam penyusunan strategi dan pengambilan

keputusan dalam bisnis digital. (Kübler, 2025) menyatakan bahwa UGC merupakan data atau konten digital yang dihasilkan oleh pengguna, yang dapat dianalisis untuk mendukung proses pengambilan keputusan, khususnya dalam bidang pemasaran dan pengelolaan bisnis digital.

2.1.4.3 Peran *User Generated Content* Dalam Bisnis Digital

User Generated Content (UGC) memiliki peran penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna pada platform digital. Konten yang dibuat pengguna mampu menciptakan rasa percaya, kepuasan, dan loyalitas karena pengguna merasa terlibat langsung dalam aktivitas *platform digital*. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa partisipasi pengguna dalam menghasilkan konten dapat membantu perusahaan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumennya. UGC berperan dalam meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna pada *platform digital*. Konten emosional maupun rasional yang dibuat pengguna dapat meningkatkan ketertarikan pengguna lain terhadap platform sehingga membantu pertumbuhan komunitas digital dan aktivitas pengguna secara berkelanjutan.

2.1.4.3.1 *User Generated Content* Sumber Nilai Bisnis

Perkembangan bisnis digital membuat *User Generated Content (UGC)* menjadi salah satu aset penting dalam menciptakan nilai bagi perusahaan maupun *platform digital*. UGC merupakan konten yang dibuat secara sukarela oleh pengguna, seperti ulasan, komentar, video, foto, maupun cerita yang dibagikan melalui platform digital. Kehadiran UGC membantu perusahaan memperoleh

interaksi yang lebih autentik dengan konsumen dibandingkan konten promosi yang dibuat langsung oleh perusahaan.

Menurut penelitian oleh (Nguyen Van Dat, Canh Chi Hoang, 2025) UGC memiliki pengaruh terhadap terbentuknya kepercayaan pengguna dalam *platform digital* karena informasi yang berasal dari sesama pengguna dianggap lebih jujur dan relevan dalam membantu pengambilan keputusan konsumen. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Man Lai Cheung, 2021) menjelaskan bahwa UGC mampu meningkatkan nilai pengalaman pengguna melalui konten emosional maupun rasional yang dibagikan pengguna di *platform digital*. Konten tersebut dapat memengaruhi persepsi, ketertarikan, dan keputusan pengguna dalam menggunakan layanan digital. Selain itu, penelitian dari (Bohan Zhang, 2025) menunjukkan bahwa kualitas UGC yang dihasilkan pengguna dapat menjadi faktor utama dalam menciptakan daya saing *platform digital*. Semakin aktif dan berkualitas konten yang dibagikan pengguna, maka semakin besar nilai yang dihasilkan platform bagi penggunanya.

Dalam konteks bisnis digital, UGC tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi antar pengguna, tetapi juga menjadi sumber pemasaran, peningkatan engagement, serta pembentukan citra platform secara organik.

2.1.4.3.2 Pengaruh *User Generated Content* Terhadap Pertumbuhan Platform

UGC memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan platform digital karena mampu meningkatkan aktivitas pengguna dan memperluas jangkauan platform secara alami. Platform digital yang memiliki banyak konten

dari pengguna biasanya lebih menarik karena memberikan informasi yang beragam dan interaktif.

Penelitian oleh (Stavroula Ntoa, 2021) menyatakan bahwa partisipasi pengguna dalam menghasilkan konten dapat meningkatkan keterlibatan pengguna terhadap platform. Semakin tinggi kontribusi pengguna dalam membuat konten, maka semakin besar peluang *platform* untuk mempertahankan pertumbuhan komunitas digitalnya. UGC dapat memperkuat interaksi antara pengguna dan platform digital, khususnya media sosial seperti TikTok. Konten yang dibuat pengguna dinilai mampu meningkatkan *engagement* sehingga membantu pertumbuhan *platform* melalui peningkatan aktivitas pengguna secara berkelanjutan.

Penelitian terbaru dalam kajian *systematic review* mengenai UGC dan *social commerce* juga menunjukkan bahwa *platform digital* yang mendorong partisipasi pengguna dalam menghasilkan konten cenderung memiliki hubungan yang lebih kuat dengan konsumennya. Hal tersebut berdampak pada pertumbuhan komunitas digital dan keberlanjutan bisnis *platform*.

Dengan demikian, UGC menjadi salah satu faktor yang membantu platform digital berkembang karena mampu menciptakan interaksi aktif, memperluas penyebaran informasi, serta membangun ekosistem digital yang partisipatif.

2.1.4.3.3 *User Generated Content* dan Loyalitas Pengguna

Dalam bisnis digital, loyalitas pengguna menjadi aspek penting karena menentukan keberlanjutan penggunaan *platform* dalam jangka panjang. Salah satu

faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna adalah pengalaman interaksi yang diperoleh melalui UGC.

Menurut penelitian oleh (Stavroula Ntoa, 2021) pengguna yang aktif berkontribusi dalam *platform digital* cenderung memiliki tingkat kepuasan dan loyalitas yang lebih tinggi dibandingkan pengguna pasif. Hal tersebut terjadi karena pengguna merasa memiliki keterlibatan langsung dengan *platform* yang digunakan. UGC dapat meningkatkan loyalitas pengguna melalui pembentukan *trust* dan *engagement*. Konten yang berasal dari pengguna dianggap lebih autentik sehingga mampu menciptakan hubungan emosional antara pengguna dengan platform maupun merek yang digunakan.

Selain itu, penelitian mengenai *social commerce* menunjukkan bahwa UGC membantu meningkatkan rasa percaya pengguna terhadap *platform digital*. Ketika pengguna merasa informasi yang tersedia berasal dari pengalaman nyata pengguna lain, maka tingkat kenyamanan dan loyalitas terhadap *platform* akan meningkat. Dengan demikian, UGC berperan dalam membangun loyalitas pengguna karena mampu menciptakan pengalaman yang lebih interaktif, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat keterikatan pengguna dengan *platform digital*.

2.1.5 User Engagement

User engagement merupakan salah satu konsep penting dalam kajian mengenai *platform digital* karena mencerminkan tingkat keterlibatan pengguna ketika berinteraksi dengan sistem, konten, maupun layanan yang tersedia. Keterlibatan ini menunjukkan sejauh mana pengguna tidak hanya sekadar

mengakses platform, tetapi juga berpartisipasi secara aktif dalam berbagai aktivitas yang disediakan oleh platform tersebut.

Menurut Hollebeek, L. D., 2022) *customer engagement* dapat diartikan sebagai bentuk investasi sumber daya yang diberikan oleh konsumen dalam proses interaksi mereka dengan suatu merek atau objek tertentu, seperti produk, organisasi, maupun konten digital. Semakin besar waktu, energi, dan perhatian yang dicurahkan oleh konsumen dalam interaksi tersebut, maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatan atau engagement yang dimiliki pengguna.

Customer engagement dipandang sebagai suatu konstruk yang bersifat multidimensional yang mencakup aspek kognitif, emosional, dan perilaku. Keterlibatan kognitif berkaitan dengan tingkat perhatian serta pemikiran pengguna terhadap suatu merek atau konten. Sementara itu, keterlibatan emosional menggambarkan respons perasaan positif yang muncul dari interaksi tersebut. Adapun keterlibatan perilaku mencerminkan tindakan nyata pengguna berupa usaha, energi, dan waktu yang diinvestasikan dalam berbagai aktivitas interaksi dengan objek *engagement*.

Penelitian yang dilakukan oleh Hollebeek, L. D., 2022) bersama rekan-rekannya juga menjelaskan bahwa *customer engagement* terbentuk melalui pengalaman interaktif antara konsumen dengan suatu objek seperti merek, produk, maupun konten digital. Proses interaksi tersebut dapat terwujud dalam berbagai aktivitas pengguna, seperti membaca konten, memberikan komentar, membagikan informasi, serta berpartisipasi dalam komunitas digital.

Menurut (Kevin Kam Fung So, Jing Li, 2024), *customer engagement* merupakan bentuk keterlibatan pengguna yang muncul melalui interaksi yang berlangsung secara terus-menerus antara pengguna dengan aktivitas media digital, sehingga dapat memengaruhi loyalitas dan ketertarikan pengguna terhadap sebuah *platform digital*. Konsep *user engagement* tidak hanya berfokus pada intensitas penggunaan semata, tetapi juga menggambarkan pengalaman serta keterikatan emosional pengguna terhadap platform yang digunakan.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat dipahami bahwa *user engagement* merupakan tingkat keterlibatan pengguna yang meliputi aspek kognitif, emosional, dan perilaku dalam berinteraksi dengan suatu *platform digital*. Dalam penelitian ini, *user engagement* pada Wattpad terlihat melalui aktivitas membaca cerita, memberikan vote, menulis komentar, membagikan konten, serta berbagai bentuk interaksi pengguna pada kategori *trending stories*.

2.1.5.1 Faktor yang Mempengaruhi User Engagement

1. Kualitas Cerita

Kualitas cerita menjadi faktor penting dalam membentuk *user engagement* pada platform digital berbasis konten. Cerita yang memiliki alur menarik, konflik yang jelas, karakter yang kuat, serta gaya penulisan yang mudah dipahami cenderung mampu mempertahankan perhatian pembaca lebih lama. Penelitian oleh (Yanzi Wang, 2024) menjelaskan bahwa kualitas informasi dan kualitas konten memiliki pengaruh terhadap keterlibatan pengguna pada platform komunitas digital. Konten yang dianggap menarik dan relevan membuat pengguna lebih aktif membaca, memberikan komentar, maupun membagikan konten kepada pengguna lain.

2. Intensitas Update

Frekuensi pembaruan konten menjadi faktor yang memengaruhi tingkat *engagement* pengguna dalam *platform digital*. Konten yang diperbarui secara rutin mampu menjaga perhatian pengguna dan meningkatkan kemungkinan pengguna kembali mengakses platform, frekuensi unggahan konten memiliki hubungan terhadap peningkatan user engagement, namun pembaruan yang terlalu berlebihan juga dapat menurunkan minat pengguna

3. Interaksi Penulis Dengan Pembaca

Hubungan antara penulis dan pembaca menjadi faktor penting dalam membangun engagement pada platform digital. Interaksi dapat berupa balasan komentar, diskusi, maupun komunikasi langsung melalui fitur komunitas platform. Menurut penelitian (Heather L. O'Brien, 2021) user engagement muncul ketika pengguna merasa terlibat secara emosional dan sosial dalam penggunaan platform digital. Keterlibatan tersebut meningkat ketika pengguna memperoleh respons dan perhatian dari pengguna lain maupun kreator konten.

4. Algoritma Trending dan Rekomendasi Platform

Algoritma rekomendasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan *engagement* pengguna pada *platform digital*. Sistem rekomendasi membantu pengguna menemukan konten yang sesuai dengan minat dan aktivitas sebelumnya sehingga meningkatkan durasi penggunaan platform.

Penelitian oleh (Jia Liu, 2022) menjelaskan bahwa algoritma rekomendasi memengaruhi perilaku pengguna dalam mengonsumsi konten digital. Sistem

rekomendasi yang menampilkan konten relevan mampu meningkatkan interaksi dan aktivitas pengguna dalam *platform digital*.

2.1.5.2 Indikator *User Engagement*

1. Tingkat Interaksi Pembaca

Tingkat interaksi pembaca dapat dilihat melalui aktivitas seperti komentar, vote, like, share, dan jumlah pembaca yang aktif berdiskusi dalam platform digital. Semakin tinggi aktivitas tersebut, maka semakin tinggi tingkat engagement pengguna. Menurut penelitian (Zicheng Cheng and Yanlin Li, 2023) indikator engagement pada platform digital dapat dilihat melalui aktivitas like, comment, dan share yang dilakukan pengguna terhadap suatu konten digital

2. Loyalitas Pembaca

Loyalitas pembaca ditunjukkan melalui konsistensi pengguna dalam mengikuti cerita, membaca pembaruan terbaru, dan kembali menggunakan platform dalam jangka panjang. Loyalitas juga terlihat dari kecenderungan pengguna mengikuti karya penulis tertentu secara terus-menerus. Penelitian oleh (Atom Sonoda, 2022) menjelaskan bahwa pengguna yang memiliki pengalaman positif terhadap konten digital cenderung mempertahankan penggunaan platform secara berkelanjutan.

3. Partisipasi Komunitas

Partisipasi komunitas terlihat dari keterlibatan pengguna dalam forum diskusi, komunitas penggemar, maupun aktivitas sosial dalam platform digital. Komunitas aktif membantu menciptakan hubungan sosial yang memperkuat engagement pengguna.

Penelitian terbaru mengenai platform komunitas digital menjelaskan bahwa keterlibatan komunitas meningkatkan hubungan antar pengguna serta memperkuat aktivitas interaksi dalam platform digital

4. Viralitas Komunitas

Viralitas cerita menunjukkan tingkat penyebaran konten melalui rekomendasi pengguna, media sosial, maupun fitur trending platform. Cerita yang viral biasanya memiliki tingkat pembacaan, komentar, dan penyebaran yang tinggi.

Penelitian menunjukkan bahwa algoritma platform dan minat pengguna terhadap topik tertentu dapat meningkatkan penyebaran konten digital secara luas sehingga memperbesar engagement pengguna terhadap platform.

2.1.6. Model Bisnis Platform Digital

Analisis model bisnis *platform digital* merupakan kajian strategis yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami mekanisme suatu platform dalam memanfaatkan infrastruktur teknologi guna memfasilitasi interaksi, transaksi, maupun pertukaran nilai antar dua atau lebih kelompok pengguna, seperti produsen dan konsumen. Analisis ini menitikberatkan pada evaluasi struktur penciptaan nilai, dinamika efek jaringan (*network effects*), serta strategi monetisasi yang diterapkan untuk menjamin keberlanjutan dan keunggulan kompetitif platform. Model bisnis berbasis platform mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berbeda dengan model bisnis tradisional yang berorientasi pada produksi dan penjualan barang untuk dikonsumsi secara langsung, bisnis platform berperan sebagai penyedia layanan yang memfasilitasi berbagai bentuk aktivitas dan interaksi antar pengguna di dalam ekosistem digitalnya. Nilai ekonomi yang

dihasilkan tidak semata-mata berasal dari penjualan produk, melainkan diperoleh melalui mekanisme monetisasi seperti periklanan, biaya transaksi, biaya akses, pemanfaatan data pengguna, maupun skema pendapatan lainnya. Selain itu, platform digital mengandalkan mekanisme efek jaringan (*network effects*), di mana peningkatan jumlah pengguna berkontribusi terhadap peningkatan nilai dan kinerja platform secara keseluruhan.

Bentuk bisnis modern yang menghubungkan pengguna, penyedia layanan, creator, maupun komunitas dalam satu ekosistem digital berbasis teknologi. Model platform digital berkembang pesat karena mampu menciptakan interaksi, pertukaran nilai, dan aktivitas ekonomi secara lebih fleksibel dibandingkan model bisnis konvensional. Penelitian terbaru menjelaskan bahwa model platform digital memiliki karakteristik utama berupa keterhubungan antara pengguna, penciptaan nilai melalui komunitas, serta penggunaan teknologi digital sebagai penghubung aktivitas bisnis. *Platform digital* tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan tetapi juga sebagai fasilitator interaksi antar pengguna dalam satu jaringan digital.

Menurut penelitian (Rohn, Daniel, 2021) mengenai *platform based-business model*, keberhasilan model platform digital dipengaruhi oleh kemampuan platform dalam membangun efek jejaring atau network effect, semakin banyak pengguna yang terlibat dalam platform, maka semakin tinggi pula nilai platform bagi pengguna lain. Kondisi tersebut membuat platform digital berkembang lebih cepat dibandingkan bisnis tradisional karena pertumbuhan pengguna turut meningkatkan aktivitas dan nilai ekonomi platform. Penelitian (Agus Salim, D., & Veri, 2025) pada startup berbasis teknologi juga menunjukkan bahwa model

platform digital yang paling dominan dalam beberapa tahun terakhir adalah *platform based model*, *subscription model*, dan *freemium model*. Ketiga model tersebut berkembang karena mampu memberikan fleksibilitas layanan, meningkatkan *engagement* pengguna, dan menciptakan sumber pendapatan berul;ang dalam bisnis digital. Selain itu, analisis pertumbuhan platform bisnis digital di Indonesia menunjukkan bahwa perkembangan *platform digital* dipengaruhi oleh meningkatnya penggunaan internet, perubahan perilaku konsumen digital, serta kebutuhan Masyarakat terhadap layanan yang lebih praktis dan terintegrasi. *Platform digital* berkembang tidak hanya dalam sektor perdagangan, tetapi juga Pendidikan, hiburan komunikasi, hingga lya

2.1.6.1 Wattpad Sebagai Bisnis *Platform Digital*

Wattpad merupakan salah satu *platform digital* berbasis komunitas yang berkembang melalui partisipasi aktif pengguna dalam menciptakan dan mengonsumsi konten digital. Dalam beberapa tahun terakhir, Wattpad tidak hanya dikenal sebagai aplikasi membaca cerita, tetapi juga berkembang menjadi model bisnis *platform digital* yang memanfaatkan *User Generated Content* (UGC) sebagai sumber utama aktivitas dan pertumbuhan platform.

Menurut penelitian oleh (Claire Parnell, 2021) platform seperti Wattpad mengubah pola industri kreatif digital karena pengguna tidak lagi hanya menjadi pembaca, tetapi juga menjadi kreator konten yang berkontribusi terhadap perkembangan ekosistem platform. Cerita yang dihasilkan pengguna menjadi aset penting yang dapat dikembangkan menjadi bentuk hiburan lain seperti film, serial, maupun penerbitan buku digital. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa model

bisnis Wattpad dibangun melalui hubungan antara platform, komunitas pengguna, dan industri hiburan digital. Popularitas cerita dalam platform menjadi sumber data yang membantu perusahaan melihat minat pasar terhadap suatu karya digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas pengguna memiliki peran penting dalam menciptakan nilai ekonomi dalam platform digital.

Selain itu, penelitian (Sri Kusumo Habsari, 2021) mengenai aktivitas menulis di Wattpad menjelaskan bahwa platform digital ini menyediakan ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan kreativitas, membangun identitas digital, dan berinteraksi dengan komunitas pembaca secara langsung. Dukungan berupa komentar, vote, dan feedback dari pembaca mendorong penulis untuk terus menghasilkan konten secara berkelanjutan. Dalam bisnis *platform digital*, keterlibatan pengguna menjadi faktor utama dalam mempertahankan pertumbuhan platform. Semakin tinggi aktivitas pengguna dalam membaca, memberikan vote, komentar, dan membagikan cerita, maka semakin besar engagement yang terbentuk dalam platform digital. Hal tersebut memperlihatkan bahwa Wattpad mengandalkan komunitas digital sebagai penggerak utama aktivitas bisnisnya.

Selain berfungsi sebagai media hiburan, Wattpad juga berkembang menjadi bagian dari ekonomi kreatif digital. Cerita populer yang memperoleh *engagement* tinggi memiliki peluang untuk diadaptasi menjadi film, serial web, maupun buku cetak sehingga membuka peluang monetisasi bagi penulis dan platform. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa *platform digital* modern tidak hanya menjadi tempat distribusi konten, tetapi juga menjadi penghubung antara komunitas pengguna dan industri kreatif digital.

2.1.7 Wattpad / Trending Stories

Wattpad merupakan platform digital berbasis komunitas yang digunakan untuk membaca, menulis, dan membagikan cerita secara online. Platform ini memungkinkan pengguna berperan sebagai pembaca sekaligus penulis yang dapat mempublikasikan karya, memberikan vote, komentar, mengikuti akun penulis, serta berinteraksi dengan pengguna lain dalam lingkungan digital. Wattpad berkembang sebagai media sosial literasi digital yang menekankan partisipasi pengguna dalam menciptakan dan menyebarkan konten digital. Menurut (Claire Parnell, 2020) Wattpad termasuk creative writing social media platform yang menghubungkan aktivitas membaca, menulis, dan industri media digital dalam satu ekosistem platform. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa Wattpad tidak hanya menjadi media publikasi cerita digital, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial berbasis komunitas online yang membentuk hubungan antara pengguna, platform, dan industri hiburan digital.

Dalam perkembangan *platform digital* beberapa tahun terakhir, Wattpad dipandang sebagai bagian dari perkembangan user generated content karena sebagian besar konten yang tersedia dihasilkan langsung oleh pengguna. Pengguna tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga berperan sebagai produsen konten digital yang menciptakan cerita, membangun komunitas pembaca, dan menciptakan interaksi sosial dalam platform online. Penelitian (Anthony Twarog, 2021) menjelaskan bahwa Wattpad berkembang sebagai platform digital yang menghubungkan komunitas penulis dengan industri media dan hiburan. Melalui sistem algoritma dan popularitas cerita, Wattpad membantu meningkatkan

visibilitas karya pengguna sehingga beberapa cerita dapat berkembang menjadi novel cetak, film, maupun serial digital.

Selain sebagai media publikasi cerita, Wattpad juga memiliki berbagai fitur interaktif seperti vote, komentar per bab, followers, reading list, dan ranking cerita yang mendukung terbentuknya user engagement dalam platform digital. Fitur-fitur tersebut memungkinkan pengguna membangun hubungan sosial dan komunikasi dua arah antara penulis dan pembaca dalam komunitas digital.

Penelitian mengenai media sosial digital menunjukkan bahwa hubungan interaktif antara pengguna menjadi faktor penting dalam perkembangan platform berbasis komunitas. Dalam konteks Wattpad, keterlibatan pengguna melalui aktivitas membaca, vote, komentar, dan rekomendasi cerita membantu meningkatkan popularitas suatu konten dalam platform digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa Wattpad tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan digital, tetapi juga sebagai ruang komunitas online yang membentuk partisipasi dan keterlibatan pengguna secara aktif.

2.1.7.1 *Trending Stories* Pada Wattpad

Trending stories merupakan kategori cerita populer pada platform Wattpad yang memperoleh tingkat keterlibatan pengguna tinggi dalam periode tertentu. Cerita yang masuk dalam kategori trending biasanya memiliki jumlah pembaca (reads), vote, komentar, followers, dan aktivitas interaksi pengguna yang lebih tinggi dibandingkan cerita lainnya dalam genre yang sama.

Dalam perkembangan platform digital sebelumnya trending stories dipandang sebagai hasil dari hubungan antara user generated content dan user

engagement dalam komunitas digital. Popularitas suatu cerita tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas isi cerita, tetapi juga oleh tingkat partisipasi dan keterlibatan pengguna terhadap cerita tersebut.

Penelitian (Sri Kusumo, 2021) menjelaskan bahwa dukungan pembaca berupa komentar dan respons pengguna memiliki pengaruh terhadap keberlanjutan aktivitas menulis pengguna pada Wattpad. Interaksi tersebut membentuk hubungan sosial digital yang mendorong peningkatan *engagement* suatu cerita dalam komunitas online. Menurut Claire Parnell (2021) menjelaskan bahwa aktivitas pengguna dalam Wattpad dipengaruhi oleh hubungan antara teknologi platform, algoritma digital, dan budaya komunitas online. Sistem platform membantu meningkatkan visibilitas cerita yang memperoleh respons tinggi dari pengguna sehingga cerita tertentu dapat berkembang menjadi konten populer dalam ekosistem Wattpad. Penelitian (Guerrero-Pico, M., 2022) juga menjelaskan bahwa Wattpad membangun keterlibatan komunitas melalui aktivitas *collaborative storytelling* dan interaksi digital antar pengguna. Pengguna tidak hanya membaca cerita, tetapi juga memberikan tanggapan, rekomendasi, dan dukungan terhadap cerita yang dianggap menarik. Aktivitas tersebut membantu meningkatkan penyebaran dan popularitas cerita dalam platform digital.

Dalam penelitian mengenai *user engagement* digital, keterlibatan pengguna dipandang sebagai indikator penting dalam menentukan popularitas suatu konten online. Aktivitas seperti membaca secara berkelanjutan, memberikan komentar, vote, dan membagikan konten menunjukkan bahwa pengguna memiliki perhatian dan partisipasi aktif terhadap suatu cerita digital.

Selain itu, beberapa penelitian dan diskusi komunitas digital menunjukkan bahwa algoritma Wattpad juga memengaruhi munculnya *trending stories*. Konsistensi pembaruan cerita, tingginya interaksi pembaca, dan aktivitas komunitas membantu meningkatkan ranking cerita dalam platform. Pengguna Wattpad juga menganggap *engagement* seperti komentar dan vote sebagai faktor penting dalam meningkatkan visibilitas cerita.

Dalam konteks model bisnis *platform digital*, *trending stories* menjadi bentuk representasi keberhasilan suatu konten dalam menarik perhatian komunitas online. Semakin tinggi *user engagement* terhadap suatu cerita, maka semakin besar peluang cerita tersebut memperoleh popularitas dan visibilitas dalam *platform digital*. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna menjadi bagian penting dalam perkembangan ekosistem platform digital berbasis *user generated content*.

Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat dipahami bahwa *trending stories* pada Wattpad terbentuk melalui hubungan antara *user generated content*, *user engagement*, algoritma platform, dan interaksi komunitas digital. Oleh karena itu, kategori *trending stories* relevan digunakan dalam penelitian ini untuk memahami bagaimana aktivitas pengguna dan keterlibatan komunitas memengaruhi popularitas konten dalam model bisnis *platform digital*.

2.1.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat digunakan untuk hipotesis atau Solusi untuk penelitian saat ini. selain itu, penelitian sebelumnya dapat digunakan sebagai perbandingan dan Gambaran yang dapat mendukung penelitian yang serupa.

Berikut adalah beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan judul penelitian:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S <i>Social media engagement behaviour: A uses and gratifications perspective</i> DOI: https://doi.org/10.1080/0965254X.2015.1095222	<i>Engagement</i> dipengaruhi motivasi pengguna dalam mengonsumsi konten	Sama-sama <i>engagement</i>	Tidak fokus UGC
2	Kahfi & Suyuthi (2023) <i>Strategic use of User Generated Content for Consumer Engagement in Online Retail</i> DOI: https://doi.org/10.56209/jommerce.v4i2.112	UGC meningkatkan interaksi dan waktu kunjungan	Sama-sama UGC, <i>engagement</i> , Platform digital	Tidak storytelling
3	Gunawan (2023) <i>User-Generated Content in Increasing Consumer Engagement: Opportunities and Challenges</i> https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/esaprom/article/view/7212	UGC meningkatkan kepercayaan dan aktivitas pengguna	Sama-sama membahas UGC, <i>platform digital</i>	Tidak fokus pada Wattpad

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
4	Naeem (2025) <i>User-Generated Content and Brand Engagement</i> DOI: https://doi.org/10.1016/j.chb.2025.108642	UGC meningkatkan <i>brand engagement</i> dan <i>loyalty</i> pengguna	UGC mempengaruhi <i>engagement</i> pengguna	<i>Platform</i> berbeda (<i>fashion/instagram</i>)
5	Nisrina, R. G. (2021) <i>User generated content sebagai strategi komunikasi pemasaran digital: studi kasus fenomena #shopeehaul</i> <i>Jurnal Komunikasi Profesional</i> , 5(6), 558-571. Retrieved from https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp/article/view/4463	UGC terbukti efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran digital karena meningkatkan kepercayaan konsumen, <i>engagement</i> , <i>brand awareness</i> , serta minat beli. UGC juga bersifat autentik dan lebih persuasif dibandingkan iklan konvensional.	Sama-sama membahas <i>User Generated Content</i> (UGC) dalam konteks <i>platform digital</i> serta pengaruhnya terhadap <i>engagement</i> dan perilaku pengguna.	Objek penelitian berbeda (Shopee vs Wattpad). Fokus penelitian Nisrina pada strategi pemasaran digital, sedangkan penelitian ini pada model bisnis digital. Penelitian ini juga menambahkan variabel <i>user convenience</i> .
6	Noventi & Thaib (2025) <i>Pengaruh Celebrity Endorsement dan User-Generated Content (UGC) terhadap Purchase Intention dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi</i> https://ejournal.upi.edu/index.php/IJDB	UGC berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>purchase intention</i> baik secara langsung maupun melalui brand image. UGC lebih efektif dibanding <i>celebrity endorsement</i> dalam meningkatkan minat beli.	Sama-sama meneliti UGC sebagai variabel utama dalam konteks platform digital dan perilaku konsumen.	Fokus pada <i>purchase intention</i> dan <i>brand image</i> ,
7		Persepsi Generasi Z terhadap UGC		

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Munthe, J. L., Priatna, W. B., & Dharmawan, L. (2025). <i>Pengaruh Persepsi Generasi Z terhadap User Generated Content (UGC) Tiktok terhadap Minat Berkunjung Ke Kebun Raya Bogor: Jurnal Pendidikan Tambusai</i>, 9(3), 37388–37392. DOI: https://doi.org/10.31004/jptam.v9i3.34487	TikTok tergolong positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Faktor yang paling memengaruhi adalah kualitas konten, keaslian (authenticity), dan kredibilitas informasi.	Sama-sama membahas <i>User Generated Content</i> (UGC) dan perilaku pengguna di platform digital serta pengaruhnya terhadap respon atau keputusan pengguna.	Fokus penelitian pada minat berkunjung (tourism intention),
8	Indra Budaya (2025) <i>Optimalisasi User Generated Content sebagai Strategi Pemasaran Digital pada UMKM</i> DOI: https://doi.org/10.36272/jes.v14i1.407	Konten UGC bersentimen positif dan mampu meningkatkan <i>brand awareness</i> serta loyalitas pelanggan UMKM.	Sama-sama membahas <i>User Generated Content</i> (UGC) dalam konteks <i>platform digital</i> dan pengaruhnya terhadap perilaku pengguna.	Fokus pada UMKM dan pemasaran digital,
9	Reflina Sinaga, Sondang Erita Simanjuntak, Medina Novita Ginting, Florentina Tarigan, & Agustariana Br Pinem. (2024). <i>Empowering Digital Literacy through Wattpad: Bridging Creativity,</i>	Wattpad meningkatkan literasi digital, kreativitas, UGC, dan engagement	Sama-sama membahas Wattpad, UGC, engagement, dan storytelling	fokus pendidikan & literasi digital

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	<i>Reading, and Writing in Education. Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan, 2(3), 157–161.</i>			
10	Wulan Divatia Dewi, Mila Roysa (2024) The Use of Wattpad Application to Arouse Young People's Interest in Reading. <i>International Seminar on Indonesian Language and Literature Education (INSPIRASI), 1(1), 105-110.</i>	Wattpad meningkatkan minat baca dan <i>engagement</i> pengguna	Sama-sama meneliti Wattpad dan aktivitas pengguna	fokus minat baca
11	Paringja, M. K., & Fatriana, N. . (2024). <i>Implementing Extensive Reading with Wattpad to Improve English Students Reading Comprehension at Senior High School Level. JIIP – Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 7(7), 6350-6356.</i>	Wattpad terbukti meningkatkan kemampuan pemahaman membaca siswa secara signifikan melalui metode <i>extensive reading</i> .	Sama-sama membahas Wattpad sebagai <i>platform digital</i> , aktivitas pengguna dan konten	Fokus pada <i>reading comprehension</i>
12	Castiblanco Jimenez, I.A.,			

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Gomez Acevedo, J.S., Marcolin, F (2023) Towards an integrated framework to measure user engagement with interactive or physical products. <i>Int J Interact Des Manuf</i> 17, 45–67 (2023). DOI: https://doi.org/10.1007/s12008-022-01087-6	Penelitian menjelaskan bahwa user engagement dipengaruhi oleh pengalaman pengguna, interaksi digital, dan kepuasan penggunaan platform	Sama-sama membahas indikator user engagement.	Penelitian terdahulu membahas engagement pada produk interaktif secara umum, sedangkan penelitian ini fokus pada platform digital Wattpad.
13	Sekar Pratiwi & Trie Utari Dewi (2023) <i>Pemanfaatan Wattpad sebagai Media Literasi Digital</i> DOI: https://doi.org/10.30595/jkp.v17i2.18625	Wattpad berperan sebagai media literasi digital yang meningkatkan kreativitas, kemampuan menulis, dan interaksi antar pengguna.	Sama-sama Membahas UGC, Interaksi Pengguna dan <i>Platform Digital Storytelling</i>	Fokus Pada Literasi Digital dan Pendidikan
14	Iing Saefudin. (2024). <i>Leveraging User-Generated Content As A Marketing Communication Strategy. Jurnal Multidisiplin Sahombu</i>, 4(02), 289–298. Retrieved from https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/JMS/article/view/6167	UGC meningkatkan interaksi dan kepercayaan pengguna dalam platform digital	Sama-sama UGC dan engagement	Fokus Komunitas Pemasaran
15				

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Suci Pertiwi & Yola Yolanda (2025) <i>Strategi User Generated Content terhadap Peningkatan Penjualan</i>	UGC meningkatkan penjualan dan performa bisnis digital	Sama-sama membahas UGC dan bisnis	Fokus penjualan, bukan engagement
16	Agustina, D., & Hidayat, R. (2023) <i>Wattpad's Role in Motivating Secondary School Students to Write a Narrative Text: A Case Study</i> https://doi.org/10.51276/edu.v4i3.472	Wattpad meningkatkan motivasi menulis, imajinasi, dan kemampuan siswa dalam membuat teks naratif.	Sama-sama membahas Wattpad dan aktivitas pengguna (UGC/menulis)	Fokus pada pendidikan, bukan model bisnis digital.
17	Tiara Saputri Darlis, Liliana Muliastuti, Eva Leiliyanti (2023) <i>The Development of Wattpad Digital Fiction Story Ideas in Response to Readers' Feedback</i> DOI: https://doi.org/10.17507/tpls.1310.22	Feedback pembaca memengaruhi pengembangan ide cerita (co-creation)	Sama-sama membahas UGC dan engagement di Wattpad	Fokus pada pengembangan cerita, bukan model bisnis digital
18	Padillah, A., Sudir nab, A., & Novari, A. F. (2024).		Sama-sama membahas engagement	Tidak membahas UGC

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	<i>The effect of watsapp application towards students' reading comprehension in report text (An Experimental Study at the Tenth Grade Students of SMAN 2 Malingping Lebak Banten in the Year Academic 2023/2024). Innovations in Multidisciplinary Education Journal, 1(2), 120-128. DOI: 3.1 https://doi.org/10.61476/sameec22</i>	Watsapp berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan dan pemahaman membaca		
19	Christine, C., Syafrizal Helmi Situmorang and Beby Karina Fawzeaa Sembiring (2024) <i>User Generated Content (UGC) to Visit and Purchase Intention: Literature Review", Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK), 4(2), pp. 108-120. DOI: 10.47065/jamek.v4i2.1265</i>	UGC meningkatkan interaksi, kepercayaan, dan partisipasi pengguna dalam platform digital	Sama-sama membahas UGC	Tidak spesifik Watsapp
20	Sari, Y., & Haryanto, H. (2025).UGC &	Watsapp meningkatkan minat dan		Tidak membahas UGC

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	<i>The Student's Perception of The Use of Wattpad in Reading Mastery Through Story For Eleventh Students at MA Matholibul Huda Mlonggo in Academic Year 2023. JELL (Journal of English Language and Literature) STIBA-IEC Jakarta, 10(01), 165-176. DOI; https://doi.org/10.37110/jell.v10i01.276</i>	keterlibatan pengguna dalam membaca	Sama-sama membahas engagement	

Sumber diolah peneliti 2026

Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar studi hanya membahas *User Generated Content* atau *user engagement* secara terpisah. Selain itu, penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan antara UGC dan *user engagement* pada platform Wattpad, khususnya pada kategori cerita populer, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut, *User Generated Content* (UGC) memiliki peran penting dalam meningkatkan interaksi dan partisipasi pengguna dalam platform digital. Di sisi lain, penggunaan Wattpad terbukti mampu meningkatkan literasi digital serta keterlibatan pengguna. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara UGC dan *user engagement* pada platform Wattpad, khususnya pada cerita populer, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif peran *User Generated Content* (UGC) dan *user engagement*

dalam membentuk serta mendukung keberlanjutan model bisnis *platform digital*, dengan fokus pada Wattpad khususnya pada kategori cerita populer.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan konstruksi konseptual yang disusun untuk merancang, menata, dan menjelaskan gagasan secara sistematis dalam suatu penelitian. Kerangka ini berfungsi sebagai landasan berpikir yang membantu peneliti memahami serta menggambarkan hubungan logis antar konsep atau variabel yang dikaji dalam suatu permasalahan. Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran digunakan untuk menganalisis keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen yang menjadi fokus utama kajian.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan pada pola interaksi pengguna di platform daring, di mana pengguna tidak lagi hanya berfungsi sebagai konsumen, tetapi juga sebagai pencipta konten. Fenomena ini dikenal sebagai *User Generated Content* (UGC), yaitu konten yang diproduksi secara sukarela oleh pengguna dalam berbagai format digital. UGC menjadi komponen penting dalam membentuk ekosistem *platform digital* yang interaktif dan berbasis komunitas, karena mendorong adanya partisipasi aktif di antara para pengguna. Menurut (Suryatini, 2025) *User Generated Content* (UGC) berperan penting dalam meningkatkan partisipasi pengguna serta membangun interaksi dalam ekosistem digital. Keberadaan UGC memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah antar pengguna sehingga membentuk komunitas yang aktif dan dinamis. Selain itu, (Christine, C., 2024) menyatakan bahwa UGC memiliki tingkat kepercayaan yang

lebih tinggi dibandingkan konten yang dihasilkan oleh perusahaan karena bersifat autentik dan berasal dari pengalaman nyata pengguna.

Penelitian menunjukkan bahwa *User Generated Content* (UGC) memiliki peranan signifikan dalam meningkatkan interaksi serta partisipasi pengguna pada *platform digital*. Konten yang dibuat oleh pengguna umumnya bersifat lebih autentik dan relevan, sehingga mampu membangun kepercayaan sekaligus mendorong keterlibatan pengguna lainnya. Hal ini diperkuat oleh temuan (Zakaria, 2024) yang menyatakan bahwa UGC berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan dan keterlibatan pengguna dalam platform digital.

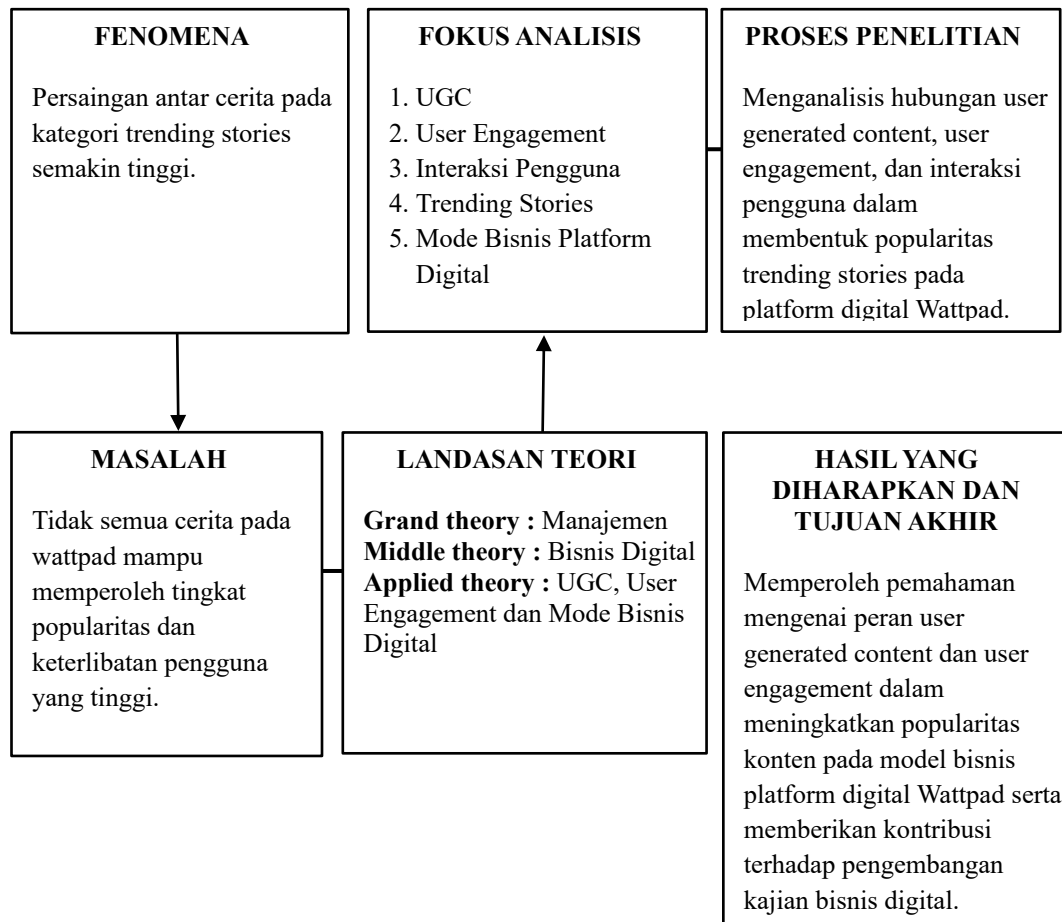
Keterlibatan pengguna dalam *platform digital* dikenal sebagai *user engagement*. *User engagement* merupakan tingkat keterlibatan pengguna yang mencakup aspek kognitif, emosional, dan perilaku dalam berinteraksi dengan suatu sistem digital. Hal ini didukung oleh (Jansen, 2025) yang menyatakan bahwa *user engagement* merupakan konsep multidimensi yang mencerminkan interaksi pengguna dalam berbagai aspek. Sementara itu, (Hoang, 2024) menjelaskan bahwa *engagement* dapat diukur melalui berbagai indikator, seperti komentar, like, share, serta aktivitas interaksi lainnya. Hubungan antara *User Generated Content* (UGC) dan *user engagement* menunjukkan keterkaitan yang kuat dan saling memengaruhi. UGC yang memiliki kualitas tinggi serta relevan dengan kebutuhan pengguna dapat meningkatkan tingkat keterlibatan, karena konten tersebut lebih menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan preferensi audiens. Penelitian (Musa, 2024) mengungkapkan bahwa UGC berpengaruh signifikan terhadap interaksi dan partisipasi pengguna dalam *platform digital*. Dalam konteks platform berbasis

komunitas seperti Wattpad, peran UGC menjadi sangat dominan karena seluruh konten yang tersedia, seperti cerita, komentar, dan vote, merupakan hasil kontribusi pengguna. Hal ini menjadikan Wattpad sebagai salah satu representasi nyata dari platform digital berbasis UGC. Menurut (Yulianti, 2025), pengguna Wattpad tidak hanya berperan sebagai pembaca, tetapi juga sebagai penulis yang aktif dalam menghasilkan konten. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan peran pengguna menjadi *prosumer*, yaitu individu yang sekaligus berperan sebagai produsen dan konsumen konten. Interaksi yang terjadi dalam Wattpad, seperti pemberian komentar, vote, serta diskusi antar pengguna, mencerminkan tingginya tingkat *user engagement*. (Reflina Sinaga, 2024) menyatakan bahwa penggunaan Wattpad mampu meningkatkan interaksi serta literasi digital pengguna, khususnya dalam kemampuan menulis dan berkomunikasi di lingkungan digital. Selain itu, kualitas konten juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan *engagement*. Cerita yang memiliki alur menarik, karakter yang kuat, serta relevansi dengan pembaca cenderung memperoleh perhatian lebih besar, seperti jumlah pembaca, komentar, dan vote. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas konten dan storytelling berpengaruh signifikan terhadap *user engagement*.

Dalam perspektif model bisnis digital, hubungan antara UGC dan *user engagement* memiliki peran strategis. UGC berfungsi sebagai *value creation*, yaitu sumber utama dalam menciptakan nilai bagi pengguna, sedangkan *user engagement* berperan sebagai *value capture*, yaitu indikator keberhasilan platform dalam mempertahankan pengguna serta meningkatkan aktivitas mereka. Penelitian (Liu, Y., & He, 2025) menyatakan bahwa tingkat *engagement* yang tinggi berkontribusi

terhadap keberlanjutan *platform digital* melalui peningkatan retensi dan loyalitas pengguna.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara UGC dan *user engagement* dalam *platform digital*. UGC yang berkualitas mampu meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna, yang pada akhirnya berdampak pada keberhasilan model bisnis *platform digital*. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada analisis hubungan antara UGC dan *user engagement* dalam konteks Wattpad, khususnya pada kategori cerita populer (*trending stories*), guna memahami bagaimana kontribusi pengguna memengaruhi tingkat keterlibatan serta keberlanjutan *platform digital*.



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Gambar 2. 2 Diagram Kerangka Pemikiran

2.3 Proposisi Penelitian

Proposisi penelitian merupakan dugaan sementara yang disusun berdasarkan kerangka pemikiran dan landasan teori yang digunakan dalam penelitian. Proposisi digunakan sebagai dasar untuk memahami hubungan antar fenomena yang diteliti serta membantu proses analisis data dalam penelitian kualitatif. Proposisi penelitian biasanya berisi pernyataan mengenai hubungan, pengaruh, atau keterkaitan antar konsep yang akan dikaji melalui proses penelitian.

Dalam penelitian ini, proposisi disusun berdasarkan fenomena *user generated content* (UGC) dan *user engagement* dalam model bisnis *platform digital* pada Wattpad, khususnya pada kategori *trending stories* (cerita populer). Adapun proposisi penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aktivitas *user generated content* pada platform Wattpad memiliki peran penting dalam membentuk popularitas cerita pada kategori *trending stories*.
2. Tingkat *user engagement* yang ditunjukkan melalui aktivitas membaca, vote, komentar, dan interaksi pengguna mempengaruhi tingkat popularitas serta visibilitas cerita dalam *platform digital* Wattpad.
3. Model bisnis *platform digital* Wattpad bergantung pada partisipasi aktif pengguna dalam menghasilkan konten dan membangun interaksi digital dalam ekosistem *platform*.