

Conference Proceeding: 2<sup>nd</sup> INTERNATIONAL CONFERENCE ON CREATIVE MEDIA, DESIGN & TECHNOLOGY (REKA2016)

# PERMAINAN ELEKTRONIK: SATU KAJIAN AWAL AMALAN PENYERTAAN GENRE DAN AMALAN MOTIVASI DALAM PERMAINAN MEDIA

Ahmad Zulman Mohd Zain <sup>1</sup>

Universiti Sains Malaysia

<sup>1</sup>zulman@usm.my

Shanti Balraj Baboo <sup>2</sup>

Universiti Sains Malaysia

<sup>2</sup>shanti@usm.my

## ABSTRAK

Matlamat kajian adalah untuk menggapai diskripsi penggunaan media baru yang diamalkan oleh remaja berhubung amalan permainan media dan genre penyertaan. Perbuatan melepak (*hanging out*), sikap meneroka (*messing out*) dan pakar (*geeking out*) adalah tiga bentuk penyertaan genre yang menggambarkan bentuk komitmen yang berbeza terhadap penglibatan media dan ianya memberikan kesan berbeza dari segi sosial, amalan dan juga pembelajaran dinamik. Kajian ini adalah penting dan signifikan untuk melihat corak budaya sosial pemain bermain di media baru. Kajian ini juga boleh mengkategorikan para pemain berasaskan genre penyertaan iaitu mengikut cara mereka berhubung dan bermain permainan. Berasaskan corak pendekatan bermain yang berbeza mengikut genre penyertaan, pemain juga dapat dianalisis menerusi amalan motivasi permainan. Ianya boleh dilihat secara terperinci penganalisaan terhadap tahap amalan motivasi dalam permainan. Kajian ini menggariskan sebahagiannya kepada kaedah kuantitatif bagi rangkakerja empirikal melalui amalan genre penyertaan dan motivasi terhadap pemain permainan elektronik di media baru. Tinjauan soal selidik akan dilaksanakan bagi mengkaji pola media baru yang digunakan di kalangan pemain secara soal selidik melalui online dengan persampelan seramai 259 pemain kumpulan usia 15 tahun sehingga 31 tahun dan keatas. Persempelan bertujuan (purposive sampling) dan responden hanya terdiri daripada mereka yang tahu dan berpengalaman bermain permainan elektronik di media berbagai peringkat.

**Kata Kunci:** Genre Penyertaan, Motivasi Pemain, Permainan Elektronik

## PENDAHULUAN

Media digital dan komunikasi dalam talian telah menjadi sebahagian rutin kehidupan pengguna. Laman rangkaian sosial, permainan dalam talian, laman perkongsian video dan perkakasan seperti iPod dan telefon bimbit kini pelengkap kepada budaya golongan pemain permainan digital. Budaya media baru ini menawarkan pelbagai cara untuk berkomunikasi, belajar dan bermain melalui internet, sama ada melalui komputer atau telefon bimbit. (Boyd, 2008). Kajian menunjukkan penglibatan pemain permainan digital di dalam permainan media baru sentiasa meningkat (William 2006). Kajian oleh Entertainment Software Association yang berpangkalan di Amerika Syarikat menunjukkan bahawa sebanyak 26% terdiri daripada pemain permainan elektronik yang berumur 18 tahun ke bawah, 30% daripada pemain yang berumur antara 18 sehingga 35 tahun, 17% pula terdiri daripada pemain yang berumur diantara 36 hingga 49 tahun dan akhir sekali sebanyak 27 % di kalangan mereka yang berumur 50 tahun ke atas melibatkan diri untuk bermain permainan di media baru (Entertainment Software Association, 2015). Beberapa penyelidikan juga menunjukkan bahawa permainan elektronik kini sebahagian daripada rutin kehidupan bagi golongan kanak-kanak dan pemain permainan digital (Greenberg, Sherry, Lucas, & Holmstrom, 2008; Ito et al, 2008.; Lenhart et al, 2008; Olson et al, 2007; Roberts, Foehr & Rideout 2005). Permainan elektronik di media baru

menyumbang kepada interaksi sosial dan keseronokan yang menyebabkan pemain akan bermain bersama-sama, menikmati tontonan permainan lain, berkongsi komen, dan peningkatan pengalaman emosi yang datang dari orang lain. (Holmes, R. M., & Pellegrini, A. D. 2005). Terdapat banyak manfaat tentang kandungan dan konteks pengalaman permainan oleh pemain permainan digital berasaskan kepada mekanik permainan mereka, dan hubungan antara bermain permainan dan pelbagai pencapaian di dalam amalan motivasi melalui genre penyertaan. Amalan motivasi boleh meningkat melalui berkorelasi dengan meningkatkan prestasi, kesungguhan, dan keseronokan (Pinder 1998). serta kepuasan pengguna secara keseluruhan melalui permainan (Csikszentmihya 1990). Dewasa ini banyak terdapat pelbagai peralatan dan kaedah bermain di media baru. Dalam era kecanggihan teknologi digital, permainan boleh didapati dalam pelbagai bentuk perkakasan atau gajet terkini yang rata-ratanya terdapat di dalam pasaran. Bermain dengan komputer peribadi, permainan berkonsol seperti PS3 dan Xbox, melalui telefon bimbit, atau pada peranti permainan telapak tangan yang kecil dan seperti PSP atau Nintendo DS sistem begitu mudah dapat dimiliki. Permainan mudah alih mendapatkan lebih perhatian dari pemain dan dianggap sebagai satu perkakasan yang paling digemari dalam permainan digital. Permainan mudah alih ini sangat popular kerana ianya sangat mobiliti, pemain boleh bermain permainan pada bila-bila masa dan di mana-mana sahaja mereka berada (Hafizullah 2007).

#### **Industri Kreatif Permainan di Media Baharu.**

Secara global, peningkatan pendapatan industri permainan elektronik, jualan perisian yang semakin pesat serta penambahan peminat dan pemain permainan di media baharu menjadikan industri kreatif mengalami pertumbuhan yang kukuh dan pesat sejak kebelakangan ini. Hasilnya, permainan video telah mula untuk menarik perhatian pengamal pemasaran untuk mencari media alternatif bagi memperkasakan idea-idea baharu seiring dengan kehendak selera pemain. Permainan elektronik akan berkembang secara sihat mulai tahun 2019. Diramalkan hasil jumlah permainan elektronik secara global akan meningkat sebanyak 5.7% atau mencecah sebanyak USD 93.18 billion pada tahun 2019 (International PwC, 2015). Kemajuan teknologi digital memacu pertumbuhan dalam industri, lantas memudahkan inovasi produk dan pembangunan permainan dan konsol baru ( Kane, 2004; RocSearch, 2004 ). Laporan Permainan Asia Pasaran Serantau meliputi dinamik pasaran serantau yang meliputi Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam. Kolektif negara-negara ini akan mengalami kadar pertumbuhan kompaun tahunan sebanyak 17.4% dalam tahun 2011-2016. Menjelang tahun 2016, akan terdapat 124 juta pemain sepanjang enam pasaran baharu muncul di Asia Tenggara , akan menjana lebih daripada \$ 2.2 bilion dalam pendapatan bagi unjuran 2017. Laporan ini membentangkan persamaan dan perbezaan dalam kalangan negara-negara Asia Tenggara. (Southeast Asia Games Market Report 2015).

#### **PERMASALAHAN KAJIAN**

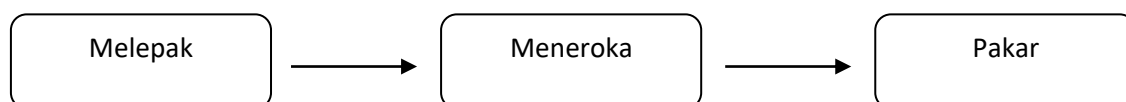
Teknologi digital juga merupakan tunjang untuk mempermudah pemain permainan digital melaksanakan sesuatu tugas. Ia juga boleh menjadi hobi baru yang berbentuk permainan menerusi media baru. Hubungan pemain permainan digital dan media baru sememangnya seiring dan pada keseluruhannya telah berubah menjadi serba canggih. Libatsama teknologi digital merupakan sebahagian daripada kehidupan harian oleh pemain permainan digital (Pedro 2006). Kajian ini lebih menjurus kepada mengkaji pola penglibatan pemain permainan elektronik kerana tiada kajian sebelum ini meneroka amalan dan interaksi pemain dalam arena permainan di media baru.

#### **Penyertaan genre dalam budaya pemain permainan elektronik**

Baru-baru ini, kajian oleh Jenkins telah mengambil rangka kerja ini dan diaplikasikan kepada isu-isu pembelajaran dan literasi, menggambarkan satu set kemahiran abad ke-21 dan tabiat yang berdasarkan mod penyertaan dalam budaya media yang berlainan (Jenkins 2006). Sebagai pelengkap kajian Jenkins, Joe Karaganis (2007) telah mencadangkan satu konsep "struktur penyertaan" untuk

menganalisis mod yang berbeza berkaitan dengan teknologi digital dan interaktif. Dalam penerangan amalan pemain permainan, kita bergantung kepada tanggapan yang berkaitan genre penyertaan untuk mencadangkan mod yang berbeza atau konvensyen untuk terlibat dengan media baru (Ito 2003, 2008) Penyertaan genre-genre ini adalah satu cara untuk mengenalpasti, mentafsirkan, set sosial dan kebudayaan serta ciri-ciri teknologi di mana para peserta mengiktirafnya sebagai satu set amalan-amalan kehidupan pemain permainan elektronik seharian. Amalan permainan yang berbeza mempunyai kaitan dengan genre penyertaan dan rangkaian sosial yang berbeza. Aktiviti yang dianggap sebagai membuang masa ini (*killing time*) merupakan aktiviti secara bersendirian sepertimana yang diamalkan pemain permainan elektronik dengan kegiatan melepak (*hanging out*), seiring dengan model sosial iaitu melalui dorongan persahabatan. Permainan bercorak rekreasi pula adalah merupakan amalan yang paling utama didalam rangkaian permainan yang berasaskan amalan dorongan minat. Amalan permainan ini melibatkan rakan sepermainan sepertimana amalan meneroka (*messing around*) dalam genre penyertaan. Apabila pemain permainan elektronik bergerak kepada genre yang lebih tinggi, dan amalan permainan secara '*augmented*' seperti membuat pengubahsuaian dan '*machinima*', pemain permainan elektronik kini bergerak ke arah domain seperti pakar (*geeking out*). Walaupun kumpulan-kumpulan ini juga mempunyai struktur amalan berasaskan-rakan, ianya lebih berbeza daripada amalan permainan rekreasi atau sosial, dan terdapat sempadan yang jelas di antara komuniti teras pengeluaran dan dengan mereka yang menggunakan dan mengakses kerja mereka.

Matlamat kajian adalah untuk menggapai diskripsi penggunaan media baru yang diamalkan oleh pemain permainan elektronik berhubung amalan permainan media dan genre penyertaan. Ketiga-tiga genre penyertaan ini juga menggambarkan bagaimana pemain permainan elektronik menggunakan teknologi baru ini berasaskan kepada hubungan interaksi bersama rakan-rakan dalam permainan. Justeru itu bermain di dalam rangkaian sosial memberi dinamika berhubung sama ada kepentingan berhubung dengan amalan permainan di media baru selaras dengan corak hubungan dan motivasi terhadap permainan melalui perbezaan yang ada pada ketiga-tiga genre penyertaan.



Jadual 1: Aliran amalan Genre Penyertaan

Perbuatan melepak (*hanging out*), sikap meneroka (*messing out*) dan pakar (*geeking out*) adalah tiga bentuk penyertaan genre yang menggambarkan bentuk komitmen yang berbeza terhadap penglibatan media baru dan ianya memberikan kesan berbeza dari segi sosial pembelajaran dinamik dan bermain permainan.

### Permainan berkonsepkan motivasi

Permainan motivasi boleh dilakukan dalam banyak cara kerana terdapat beberapa kajian yang menyediakan penemuan empirikal mengenai motivasi penggunaan dalam permainan digital (contohnya Yee 2005, Schultheiss 2007, et al Schultheiss. 2008). Permainan pelbagai pemain dalam talian kebiasaannya membentuk satu kumpulan jangka panjang yang dikenali sebagai "persatuan" (Williams, Xiong, Zhang, Yee, & Nickell, 2006). Dalam persatuan, pemain berinteraksi yang baik dapat mewujudkan hubungan baru dalam pengurusan yang sedia ada. Pemain memerlukan antara satu sama lain untuk maju dalam permainan, oleh itu menguruskan hubungan dan menghabiskan masa bersama menjadi satu perkara yang penting untuk mencapai sesuatu matlamat (Williams, Caplan, & Xiong, 2007). Ciri-ciri pemain di dalam talian oleh Charlton dan Danforth (2007) mencadangkan konsep yang sama dengan tiga motivasi (pencapaian, sosial, dan imersi) oleh Yee (2006a, 2006b).

Motivasi pencapaian melibatkan keinginan seseorang untuk mendapat kuasa, maju dengan pantas dan berkumpul dalam permainan. Status motivasi juga dikaitkan dengan sosial untuk membentuk bermakna jangka panjang seperti hubungan dengan pemain lain, memperolehi kepuasan daripada menyertai usaha-usaha kumpulan dalam permainan, dan keinginan untuk membantu atau berbual dengan pemain lain dalam permainan. Akhirnya, **motivasi Imersi** terdiri daripada peranan bermain dengan pemain lain, menyesuaikan penampilan watak seseorang itu, mencari dan mengetahui perkara-perkara mengenai permainan. Di dalam kajian Yee (2006) mengenai '*Motivations for Play in Online Games*' analisis kajian berpandu kepada 10 sub komponen motivasi yang dikumpulkan ke dalam 3 komponen paling utama (Pencapaian, Sosial, dan Penyerapan). Jadual di bawah menunjukkan Hubungan antara motivasi dan demografi pembolehubah (umur, jantina, dan corak penggunaan) Kajian ini melihat melibatsama hubungan pemain permainan digital dalam di media baru. Penekanan kajian lebih menjurus kepada genre penyertaan khasnya bagi kumpulan melepak, meneroka dan gek dalam hubungannya dengan komponen-komponen amalan motivasi pemain. Bentuk rangka kerja kajian dapat dilihat seperti rajah dibawah.



Rangka kerja penyelidikan

### OBJEKTIF KAJIAN

Tiga objektif utama adalah:

1. Mengkaji genre penyertaan permainan media baru di kalangan jantina pemain permainan digital
2. Mengkaji genre penyertaan permainan media baru di kalangan umur pemain permainan digital
3. Meninjau hubungan amalan genre penyertaan dan motivasi oleh pemain dalam bermain permainan elektronik.

### KAEDAH KAJIAN

Kajian ini menggariskan sebahagiannya kepada kaedah kuantitatif bagi rangkakerja empirikal melalui amalan genre penyertaan dan motivasi terhadap pemain permainan elektronik di media baru. Tinjauan soal selidik akan dilaksanakan bagi mengkaji pola media baru yang digunakan di kalangan pemain secara soal selidik melalui online dengan persampelan seramai 259 pemain kumpulan usia 15

tahun sehingga 31 tahun dan keatas. Persempelan bertujuan ( purposive sampling) dan responden hanya terdiri daripada mereka yang tahu dan berpengalaman bermain permainan elektronik di media berbagai peringkat.

## ANALISIS DATA

Demografi Sampel

Jadual 4.1: Taburan Sampel Mengikut Demografi (N=259)

Ciri Sampel		Bilangan	Peratusan
Jantina	Lelaki	149	57.5
	Perempuan	110	42.5
Umur	15-19 Thn	71	27.4
	20-25Thn	114	44.0
	26-30Thn	30	11.6
	31 ke atas	44	17.0
Pekerjaan	Sekolah	45	17.4
	Universiti	114	44.0
	Tidak Bekerja	10	3.9
	Bekerja	90	34.7
Jumlah		259	100.0

### Normaliti Data: Pengujian Persoalan

1. Adakah Genre penyertaan berbeza mengikut jantina

Jadual 1. melaporkan taburan Genre Penyertaan untuk jantina mengikut frekuensi dan keputusan pengujian Chi- Kuasa Dua terhadap Genre Pernyataan mengikut jantina. Ujian Chi-Kuasa Dua memberikan nilai-nilai  $\chi^2 (2, 240) = 31.189$  pada  $P = .000$  dan Cramer's  $V = 0.36$ , iaitu melaporkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan di dalam taburan genre Penyertaan mengikut jantina. Ujian Post Hoc yang dijalankan melaporkan bahawa :

a) Untuk Melepak, dapatan menunjukkan bahawa nilai Std Residual ialah 2.7 untuk lelaki. Oleh kerana nilai ini adalah  $> 1.96$  maka pemain lelaki melaporkan kemungkinan signifikan yang lebih tinggi untuk berada di dalam kumpulan Melepak. Maka persoalan H01a ditolak.

b) Untuk Meneroka, dapatan menunjukkan bahawa nilai-nilai Std Residual adalah  $< 1.96$ , maka tiada perbezaan taburan signifikan mengikut jantina. Maka persoalan H01b diterima.

c) Untuk Gek, dapatan menunjukkan bahawa nilai Std Residual ialah 2.7 untuk perempuan. Oleh kerana nilai ini adalah  $> 1.96$  maka pemain perempuan melaporkan kemungkinan signifikan yang lebih tinggi untuk berada di dalam kumpulan Gek. Maka persoalan H01c ditolak.

Dapatan ini menunjukkan bahawa para responden terbahagi kepada dua kelompok berbeza mengikut jantina iaitu melepak untuk lelaki dan Gek untuk perempuan.

Jadual 1: Frekuensi dan pengujian Chi- Kuasa Dua terhadap Genre Penyertaan mengikut Jantina

			Jantina		Ujian Chi-kuasa Dua	Ujian Post Hoc
			Lelaki	Perempuan		
Genre	Melepak	Bilangan	65	18	$\chi^2 (2, 240) = 31.189$ P = .000 Cramer's V = 0.36	Signifikan pada Lelaki kerana Std Residual > 1.96
		Bil. Jangkaan	46.3	36.7		
		Std. Residual	2.7	-3.1		
	Meneroka	Bilangan	52	51		Tidak Siginfikan pada mana-mana kumpulan kerana Std Residual < 1.96
		Bil. Jangkaan	57.5	45.5		
		Std. Residual	-.7	.8		
	Gek	Bilangan	17	37	Signifikan pada Perempuan kerana Std Residual > 1.96	
		Bil. Jangkaan	30.2	23.9		
		Std. Residual	-2.4	2.7		

2. Adakah Genre penyertaan berbeza mengikut umur

Jadual 2 melaporkan taburan Genre Penyertaan mengikut frekuensi dan keputusan pengujian Chi-Kuasa Dua terhadap Genre Penyertaan mengikut umur.

Ujian Chi-Kuasa Dua memberikan nilai-nilai  $\chi^2 (6, 240) = 7.070$  pada P = .314 dan Cramer's V = .121, iaitu melaporkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan di dalam taburan genre Penyertaan mengikut jantina. Ujian-ujian Post Hoc yang dijalankan melaporkan bahawa tidak terdapat mana-mana nilai Std Residual yang signifikan iaitu >1.96 untuk setiap sel umur dan Genre Penyertaan. Maka H02 diterima. Dapatan ini menunjukkan bahawa Genre penyertaan tidak dapat diramal mengikut umur.

Jadual 2: Frekuensi dan pengujian Chi- Kuasa Dua terhadap Genre Penyertaan mengikut umur

			Genre			Ujian Chi-kuasa Dua	Ujian Post Hoc
			Melepak	Meneroka	Gek		
Umur	15-19 Thn	Count	23	28	13	$\chi^2 (2, 240) = 31.189$ P = .000 Cramer's V = 0.36	Tidak Siginfikan pada mana-mana kumpulan kerana Std Residual < 1.96
		Expected Count	22.1	27.5	14.4		
		Std. Residual	.2	.1	-.4		
	20-25Thn	Count	32	44	31		
		Expected Count	37.0	45.9	24.1		
		Std. Residual	-.8	-.3	1.4		
	26-30Thn	Count	10	13	6		
		Expected Count	10.0	12.4	6.5		
		Std. Residual	.0	.2	-.2		
	31 ke atas	Count	18	18	4		
		Expected Count	13.8	17.2	9.0		
		Std. Residual	1.1	.2	-1.7		

3. Adakah terdapat Perbezaan yang Signifikan Terhadap Komponen-komponen Motivasi Permainan iaitu a) Imersi, b) Sosial, dan c) Pencapaian mengikut Genre Penyertaan?

Jadual 3 melaporkan Min, Sisihan Piawai dan Keputusan ANOVA untuk Motivasi Dalam Permainan Mengikut Genre Penyertaan untuk a) Imersi, b) Sosial, dan c) Pencapaian

- a) Untuk Imersi kumpulan Melepak melaporkan Min X = 34.05 dengan sisihan Piawai = 14.91 manakala kumpulan Meneroka melaporkan MIN X = 45.83 dengan Sisihan Piawan = 11.79. Kumpulan gek pula melaporkan Min X = 57.45 dengan Sisihan Piawan = 10.31. Ujian ANOVA terhadap Imersi memberikan  $F(2, 207) = 49.047$  pada  $P=.000$ . Oleh Kerana  $P < 0.05$  maka persoalan 3 a ditolak. Analisis Post HOC melaporkan bahawa terdapat kesan signifikan di antara kumpulan Meneroka dan Melepak, Gek dengan Melepak dan Gek dengan Meneroka. Dapatan ini menunjukkan bahawa untuk komponen imersi, kumpulan Gek tinggi bermotivasi berbanding dengan kumpulan Meneroka dan Melepak manakala kumpulan Meneroka lebih tinggi daripada kumpulan Melepak.
- b) Untuk Sosial kumpulan Melepak melaporkan Min X = 22.93 dengan sisihan Piawai = 11.83 manakala kumpulan Meneroka melaporkan MIN X = 33.95 dengan Sisihan Piawan = 9.51. Kumpulan gek pula melaporkan Min X = 40.50 dengan Sisihan Piawan = 10.92. Ujian ANOVA terhadap Imersi memberikan  $F(2, 142) = 27.959$  pada  $P=.000$ . Oleh Kerana  $P < 0.05$  maka persoalan 3 b) ditolak. Analisis Post HOC melaporkan bahawa terdapat kesan signifikan di antara kumpulan Meneroka dan Melepak, Gek dengan Melepak dan Gek dengan Meneroka. Dapatan ini menunjukkan bahawa untuk komponen sosial, kumpulan Gek lebih tinggi bermotivasi berbanding dengan kumpulan Meneroka dan Melepak manakala kumpulan Meneroka lebih tinggi daripada kumpulan Melepak.
- c) Untuk Pencapaian kumpulan Melepak melaporkan Min X = 28.94 dengan sisihan Piawai = 13.18 manakala kumpulan Meneroka melaporkan MIN X = 42.982 dengan Sisihan Piawan = 11.97. Kumpulan Gek pula melaporkan Min X = 54.75 dengan Sisihan Piawan = 10.23. Ujian ANOVA terhadap pencapaian memberikan  $F(2, 207) = 66.262$  pada  $P=.000$ . Oleh Kerana  $P < 0.05$  maka persoalan 3 c) ditolak. Analisis Post HOC melaporkan bahawa terdapat kesan signifikan di antara kumpulan Meneroka dan Melepak, Gek dengan Melepak dan Gek dengan Meneroka. Dapatan ini menunjukkan bahawa untuk komponen pencapaian, kumpulan Gek lebih tinggi bermotivasi berbanding dengan kumpulan Meneroka dan Melepak manakala kumpulan Meneroka lebih tinggi daripada kumpulan Melepak.

Jadual 3: Min, Sisihan Piawai dan Keputusan ANOVA untuk Motivasi Dalam Permainan Mengikut Genre Penyertaan

		N	Mean	Std. Deviation	ANOVA	POST HOC
Imersi	Melepak	67	34.05	14.91	$F(2, 207) = 49.047$ $P=.000$	Meneroka x Melepak, $P = .000$ Gek x Melepak, $P = .000$ Gek x Meneroka, $P = .000$
	Meneroka	95	45.83	11.79		
	Gek	48	57.45	10.31		
Sosial	Melepak	45	22.93	11.83	$F(2, 142) = 27.959$ $P=.000$	Meneroka x Melepak, $P = .000$ Gek x Melepak, $P = .000$ Gek x Meneroka, $P = .013$
	Meneroka	68	33.95	9.51		
	Gek	32	40.50	10.92		
Pencapaian	Melepak	67	28.94	13.18	$F(2, 207) = 66.262$ $P=.000$	Meneroka x Melepak, $P = .000$ Gek x Melepak, $P = .000$ Gek x Meneroka, $P = .000$
	Meneroka	95	42.82	11.97		
	Gek	48	54.75	10.23		

## KESIMPULAN

Permainan elektronik di media baru boleh dimainkan secara individu dan secara berkumpulan mengikut amalan genre penyertaan serta amalan motivasi. permainan ini berperanan dalam memberi sokongan, pencapaian, soalisasi dan imersi sesaorang pemain tersebut. Ciri-ciri seperti ini membolehkan pemain memberi setiap arahan dalam permainan dengan mudah, seronok dan menarik (Clarke & Duimering, 2006; Jansz & Martens, 2005; Steinkuehler & Williams, 2006). Rumusan bagi kajian ini menunjukkan bahawa dapatan kajian menunjukkan bahawa pemain permainan elektronik dibahagikan kepada dua kumpulan yang berbeza mengikut jantina iaitu amalan melepak kebanyakannya terdiri daripada golongan lelaki manakala amalan gek terdiri kebanyakannya terdiri daripada golongan perempuan. Kajian juga menunjukkan bahawa genre penyertaan tidak dapat meramalkan mengikut umur dan akhir sekali dapatan kajian melalui amalan motivasi terhadap genre penyertaan adalah seperti berikut, bagi komponen amalan motivasi Imersi menunjukkan bahawa motivasi kumpulan Gek tinggi bermotivasi berbanding dengan kumpulan Meneroka dan Melepak manakala kumpulan Meneroka lebih tinggi daripada kumpulan Melepak. Seterusnya bagi komponen amalan motivasi Sosial menunjukkan bahawa motivasi kumpulan Gek lebih tinggi bermotivasi berbanding dengan kumpulan Meneroka dan Melepak manakala kumpulan Meneroka lebih tinggi daripada kumpulan Melepak. Akhir sekali komponen amalan motivasi Pencapaian menunjukkan bahawa motivasi kumpulan Gek lebih tinggi bermotivasi berbanding dengan kumpulan Meneroka dan Melepak manakala kumpulan Meneroka lebih tinggi daripada kumpulan Melepak.

## RUJUKAN

- Carton, K., 2003. *That's (digital) entertainment*. PricewaterhouseCoopers. Available from <http://www.pwc.com/servlet/printFormat?url=http://www.pwc.com/extweb/newcolth.nsf/doci/d/E19F0D7CCD938E9985256DAA005FC7F4>, accessed 24 September 2004.
- Clarke, D., & Duimering, R. (2006). *How computer gamers experience the game situation: a behavioral study*. ACM computers in entertainment, 4, 1-23.
- Crawford, C. (1984), *The Art of Computer Game Design*, Osborne/McGraw-Hill, Berkley. Available from: <http://www.erasmatazz.com/Library.html>.
- Ellington, H. I., Addinall, E., & Percival, F. (1982). *A handbook of game design*. London, England: Kogan Page
- Greenblat, C. S. (1987). *Communicating about simulation design: It's not only (sic) pedagogy*. In D. Crookall, C. S. Greenblat, A. Coote, J. H. G. Klabbers, & D. R. Watson (Eds.), *Simulation - gaming in the late 1980s: Proceedings of the International Simulation and Gaming Association's 17th International Conference, Universit6 de Toulon et dur Var, France, 1-4 July 1987* (pp. 23-33). Oxford, UK: Pergamon Press.
- Hafizullah A. H., Siti H. A. H., & Wan A. W. R. (2007). *A survey on mobile games usage among the institute of higher learning (IHL) students in Malaysia*. In Proceedings of the First IEEE International Symposium on Information Technologies and Applications in Education
- Jansz, J., & Martens, L. (2005). *Gaming at a LAN event: the social context of playing video games*. *New Media & Society*, 7 (3), 333-355.
- Jenkins, H. (2006). The war between effects and meaning: *Rethinking the video game violence debate*. In D. Buckingham & R. Willett (Eds.), *Digital generations: Children, young people, and new media* (pp. 19-31).



Joe Karaganis 2007; *Structures of Participation in Digital Culture*; Social Science Research Council 2007, 284 pages

Kane, S., 2004. The whole world is playing - *The outlook for video games, 2003-2007: A global overview*. PricewaterhouseCoopers. Available from <http://www.pwc.com/extweb/newcolth.nsf/docid/152B12C821D261FE85256E28007668C9>, accessed 24 September 2004.

Lenhart, A., Kahne, J., Middaugh, E., Macgill, A. R., Evans, C., & Vitak, J. (2008). *Teens, video games, and civics*. Pew Internet & American Life Project. Retrieved from <http://www.pewinternet.org>

Livingstone, Sonia. 2002. *Young People and New Media*. London, UK, and Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Mizuko Ito and Matteo Bittanti (2008) *Hanging Out, Messing Around, Geeking Out: Living and Learning with New Media: Gaming*: The MacArthur Foundation, Chicago, Illinois

Mizuko Ito. (2007). *The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning*, edited by K. Salen. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press

Pellegrini, A.D., & Holmes, R.M. (2006). *The role of recess in primary school: Play Learning: How play motivates and enhances children's cognitive and social-emotional growth*. New York, NY: Oxford University Press.

RocSearch., 2004. *Video game industry*. Available from <http://www.rocsearch.com/pdf/Video%20Game%20Industry.pdf>, accessed 15 September 2004.

The Entertainment Software Association (ESA) released its 2007 : <http://www.org.id.tue.nl/ifip-tc14/documents/ESA-Essential-Facts-2007.pdf>

Olson, C. K., Kutner, L. A., Warner, D. E., Almerigi, J. B., Baer, L., Nicholi, A. M., II, & Beresin, E. V. (2007). *Factors correlated with violent video game use by adolescent boys and girls*. Journal of Adolescent Health

Pedro, F.: *The New Millennium Learners: Challenging our Views on ICT and Learning*. OECD-CERI (2006)

Pinder, C. C. 1998. *Work motivation in organizational behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Steinkuehler, C. & Williams, D. (2006). *Where everybody knows your (screen) name: Online games as "third places."* Journal of Computer-Mediated Communication, 11(4), article 1.

Southeast Asia Games Market Report: *The world's fastest region casual games sector report 2015*. [http://cdn2.hubspot.net/hubfs/700740/Newzoo\\_Casual\\_Connect\\_South\\_East\\_Asia\\_Games\\_MarketReport.pdf?t=1455179907663](http://cdn2.hubspot.net/hubfs/700740/Newzoo_Casual_Connect_South_East_Asia_Games_MarketReport.pdf?t=1455179907663)

Schultheiss, D. (2007) *Long-term motivations to play MMOGs: A longitudinal study on motivations, experience and behavior*. In DIGRA 2007 - Situated Play. Proceedings zur Digital Games

Research Association International Conference 2007, ed. Akira Baba, 344-48. Tokyo: University of Tokyo.

Schultheiss, D., Bowman, N. D., and Schumann, C. (2008) *Community vs. soloplayer in multiplayer Internetgames*. Proceedings: The [player] conference:452- 68

Taylor, T. L. (2006). Does WoW change everything? *How a PvP Server, multinational playerbase, and surveillance mod scene caused me pause*. Games and Culture, 1, 1-20

Csikszentmihalyi, Mihaly (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York, NY: Harper and Row.

Williams, D., Caplan, S., & Xiong, L. (2007). *Can you hear me now? The impact of voice in an online gaming community*. Human Communication Research, 33, 427–449.

Williams, D. (2006) A (Brief) Social History of Video Games. In Vorderer, P & Bryant, J. (Eds.) *Playing Computer Games: Motives, Responses, and Consequences*. Mahwah , NJ : Lawrence Erlbaum

Williams, D., Ducheneaut, N., Xiong, L., Zhang, Y., Yee, N., & Nickell, E. (2006). *From tree house to barracks: The social life of guilds in World of Warcraft*. Games & Culture, 1, 338–361.

Yee, N. (2005). *The psychology of MMORPGs: Emotional investment, motivations, relationships, and problematic usage*. In R. Schroeder & A. Axelsson (Eds.), *Social Life of Avatars II*. London: Springer-Verlag.

Yee, N. ( 2006).The demographics, motivations, and derived experiences of users of massively-multiuser online graphical environments. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments* 15:309–329