

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

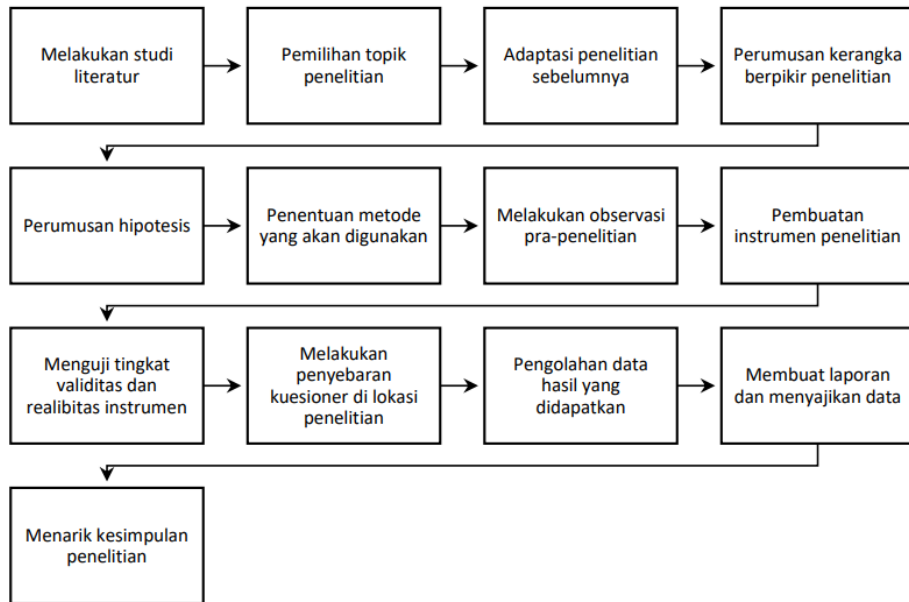
3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode ini digunakan dengan tujuan menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang ada dan juga untuk menjelaskan hubungan dari variabel yang diteliti dengan cara mengumpulkan, mengolah, menganalisis, serta menginterpretasikan data dari hasil uji hipotesis statistik. Dalam penelitian ini, metode deskriptif yang dimaksud adalah menggambarkan penggunaan *User Generated Media* di Instagram pada *hashtag* #gunungkunci sebagai variabel independen, motivasi berkunjung ke objek wisata sebagai variabel dependen.

Dalam melakukan penelitian ini, awalnya peneliti mencari topik bahasan mengenai pengaruh *User Generated Media* terhadap motivasi berkunjung wisatawan, karena penelitian mengenai topik tersebut masih minim diteliti di bidang pariwisata. Lalu, kemudian mencari jurnal mengenai topik *user generated content* sebagai acuan penelitian. Setelah menemukan artikel yang diteliti oleh Llodra-Riera et al. (2015) dan Shao (2009). Peneliti mempelajari jurnal tersebut dan menjadikannya acuan untuk merumuskan masalah yang akan peneliti teliti. Kemudian mencari berbagai literatur terkait untuk mendukung kerangka berfikir untuk dijadikan pedoman dalam membuat hipotesis. Setelah semua dilakukan, kemudian peneliti melakukan pemilahan metode berdasarkan jurnal tersebut.

Dalam proses pengumpulan data yang objektif dan akurat, peneliti akan membagikan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas kepada responden sesuai dengan subjek penelitian. Kemudian setelah tahap pengumpulan data selesai, peneliti akan mengolah data menggunakan analisis regresi linear serta melakukan beberapa uji untuk menguji hipotesis menggunakan bantuan Software SPSS 26.0 hingga akhirnya akan dianalisis dan disimpulkan sebagai hasil dari uji hipotesis yang telah diajukan. Terakhir yaitu proses pembuatan laporan dengan menyajikan data yang telah didapat dari hasil penelitian, dari pembahasan tersebut akan

ditemukan kesimpulan yang relevan dengan masalah yang telah di rumuskan di awal.



Gambar 3. 1 Desain penelitian

Sumber: diolah peneliti (2023)

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan isu atau permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian. Penelitian kuantitatif asosiatif salah satunya bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih, dengan hubungan antara variabel yang paling sederhana adalah variabel bebas (*independent* variabel) dan variabel terikat (*dependent variable*).

Dari judul yang di angkat oleh penulis, diambil variabel *independent* yaitu X yaitu variabel penggunaan *User Generated Media* (X). Variabel Y atau variabel *dependent* yaitu motivasi berkunjung wisatawan. Subjek penelitian atau responden yang diambil adalah wisatawan generasi Y dan Z yaitu dengan rentang kelahiran pada tahun 1981-2010.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

A. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi yang akan diteliti oleh peneliti adalah wisatawan yang sudah berkunjung ke Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci terdapat total kunjungan sebanyak 20,458 orang.

B. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dituju (Sugiyono, 2013). Data yang didapat dari sampel hasilnya akan di generalisir kepada populasi, dan sampel harus representatif (mewakili). Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan generasi Z yang termasuk.

Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian pengunjung yang merupakan wisatawan generasi Y dan Z. untuk menentukan jumlah sampling yang akan diteliti, penulis menggunakan rumus *sample size calculation* (rumus z):

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,4 \cdot 0,6}{0.000978^2}$$

$$n = 223,03 \approx 224$$

Keterangan:

Z = nilai z-score untuk tingkat kepercayaan 95%, yaitu 1,96

p = proporsi dalam populasi, yaitu 0,4

q = 1 - p, yaitu 0,6

e = z * (σ/\sqrt{n}) (0,000978)

Sesuai dengan hasil perhitungan yang sudah dilakukan, maka sampel yang dapat diambil secara keseluruhan minimal sebanyak 223.03 atau jika dibulatkan menjadi 224 orang.

C. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang akan digunakan pada penelitian (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik *Non-probability* sampling, yaitu Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013). Sementara,

metode yang digunakan adalah sampling kuota untuk menentukan sampel dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu sampai jumlah/kuota yang diinginkan (Sugiyono, 2013).

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *Purposive sampling* yang mana teknik ini menggunakan kriteria khusus pada pengambilan sampel (Prasetyo & Miftahul Jannah, 2005). Kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Responden generasi Y dan Z yang berusia 9-40 Tahun.
2. Responden merupakan pengguna aktif media sosial Instagram.
3. Responden yang pernah terpapar informasi terkait Tahura Gunung Kunci ditandai dengan *hashtag* #gunungkunci.

Dalam menyebarkan kuesioner, awalnya penulis akan membuat sebuah form online menggunakan *Google Form* kemudian membagikan kepada seluruh sampel yang pernah terpapar informasi dan pernah melakukan *like* pada konten dengan *hashtag* #gunungkunci kemudian menghubungi melalui fitur *direct message* untuk mengisi formulir.

3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah atribut bernilai dari sebuah objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu (bisa sama atau beda) (Sugiyono, 2013) dan diterapkan oleh peneliti yang hasilnya akan diimplementasikan lebih lanjut ini memiliki 2 variabel yang akan dikaji diantaranya:

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas yaitu variabel yang dapat berpengaruh serta menjelaskan variabel lain (Silalahi, 2017). Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri atas 3 indikator yaitu:

1. Aktivitas Mengonsumsi (*Consumption Activity*)
2. Aktivitas Partisipasi (*Participating Activities*)
3. Aktivitas Produksi (*Production Activity*)

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dapat berubah akibat dipengaruhi oleh variabel lain (Silalahi, 2017). Variabel terikat pada

penelitian ini adalah motivasi berkunjung wisatawan yang mana indikatornya diantaranya:

1. Motivasi untuk pengetahuan (*Knowing Motivation*)
2. Motivasi kesenangan dan fisik (*Pleasure and Physical Motivations*)
3. Motivasi Harga (*Price*)
4. Motivasi Kesehatan (*Health*)

Dalam memudahkan penelitian, peneliti melakukan operasionalisasi variabel di dalam penelitian ini. Operasional variabel yang dilakukan merujuk pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh S. Kim et al. (2017) diantaranya:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala Pengukuran	No. Kuesioner
<i>User Generated Media (X)</i> (Shao, 2009)	<i>Consumption Activity</i>	<i>Information Seeking</i>	Tingkat keinginan seseorang untuk meningkatkan kesadaran dan wawasan terhadap wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci	Ordinal	1-3
		<i>Entertainment</i>	Tingkat keinginan seseorang untuk meningkatkan kesadaran dan wawasan terhadap wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci	Ordinal	4-6
		<i>Mood Management Needs</i>	Tingkat perasaan (suasana hati) seseorang ketika melihat konten yang berhubungan dengan Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci	Ordinal	7-9

	<i>Participating Activities</i>	<i>Social Interactions</i>	tingkat partisipasi seseorang dalam menilai, membagikan dan mengulas pada konten yang berkaitan dengan Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci	Ordinal	10-12
		<i>Virtual Communities</i>	Tingkat partisipasi seseorang untuk membentuk hubungan personal terkait pendapat tentang Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci	Ordinal	13-15
	<i>Production Activity</i>	<i>Self-Expression</i>	Tingkat seseorang berekspresi untuk mengesankan orang lain dengan membagikan konten Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci	Ordinal	16-18
		<i>Self-Actualization</i>	Tingkat seseorang untuk mendapatkan pengakuan serta kepopuleran dengan membagikan konten berkaitan dengan wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci	Ordinal	19-21

Motivasi Berkunjung (Y) (Llodra-Riera et al., 2015)	<i>Knowing Motivation</i>	<i>Discovery</i>	Tingkat keingin tahuan seseorang untuk mencari hal baru di objek wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci	Ordinal	22
		<i>Learning</i>	Tingkat keingintahuan seseorang untuk mempelajari hal baru di objek wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci	Ordinal	23
	<i>Pleasure and Physical Motivations</i>	<i>Relaxation</i>	Tingkat keinginan seseorang untuk bersantai di objek wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci	Ordinal	24
		<i>Enjoyment</i>	Tingkat keinginan seseorang untuk menikmati daya tarik yang ada di objek wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci .	Ordinal	25
		<i>Experiencing the outdoors</i>	Tingkat keinginan seseorang untuk menikmati pengalaman <i>outdoor</i> di objek Wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci	Ordinal	26

		<i>enjoying nature</i>	Tingkat keinginan seseorang untuk menikmati keindahan alam di objek wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci.	Ordinal	27
		<i>to escape the daily routine</i>	Tingkat keinginan seseorang untuk mengunjungi objek wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci dikarenakan untuk pergi dari aktivitas rutin.	Ordinal	28
		<i>knowing the island and its people</i>	Tingkat keinginan tahu kehidupan di daerah wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci.	Ordinal	29
	<i>Price</i>	<i>Price</i>	Tingkat kemenarikan harga yang ditawarkan wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci.	Ordinal	30
		<i>Taking advantage of travel deal</i>	Tingkat manfaat yang ditawarkan objek wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci.	Ordinal	31
	<i>Health</i>	<i>Doing something for my health</i>	Tingkat keinginan untuk mendapatkan kesehatan lebih baik ketika mengunjungi objek wisata Taman Hutan	Ordinal	32

			Raya Palasari-Gunung Kunci.		
		<i>find my self</i>	Tingkat keinginan untuk mencari jati diri di objek wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci.	Ordinal	33
		<i>escape the pollution from my place of origin</i>	Tingkat keinginan untuk melarikan diri dari polusi di tempat asal.	Ordinal	34

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

3.5 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dibagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Berikut penjelasan dari sumber data yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Data primer adalah sumber data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung. Dalam penelitian ini data primer yang didapatkan berasal dari kuesioner yang disebarkan pada lokasi penelitian.
2. Data sekunder adalah sumber data yang didapatkan peneliti dari sumber yang sudah ada. Dalam penelitian ini data sekunder yang diperoleh berasal dari artikel jurnal, penelitian sebelumnya dan data-data yang dibutuhkan dari dinas terkait.

Untuk mengetahui secara rinci detail data yang didapat dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	<i>User Generated Media</i> yang Paling Banyak Digunakan	Sekunder	Luca, M. (2015). User-generated content and social media. In Handbook of media

			Economics (Vol. 1, pp. 563–592). Elsevier.
2.	Platform Sosial Media yang Paling Banyak Digunakan	Sekunder	We Are Social Date Reportal Digital 2022 Indonesia
3.	Jumlah Pengunjung ke Objek Wisata Jawa Barat	Sekunder	Open Data Jawa Barat
4.	Jumlah Kunjungan objek Wisata Gunung Kunci pada Tahun 2016-2022	Sekunder	UPTD Taman Hutan Raya Palasari - Gunung Kunci
5.	Pra-Survey Preferensi Kunjungan Wisata Alam Di Kabupaten Sumedang	Primer	Kuesioner kepada pengunjung Tahura Palasari- Gunung Kunci serta Masyarakat di Kabupaten Sumedang
6.	Diskusi bersama Pengelola Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci mengenai informasi lokasi penelitian	Primer	Ibu Iis Selaku Koordinator Pengelolaan Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci
7.	Tanggapan responden terhadap <i>User Generated Media</i> di Tahura Gunung Kunci Kabupaten Sumedang	Primer	Kuesioner kepada masyarakat pengguna media sosial dan pengunjung Tahura Palasari-Gunung Kunci
8.	Tanggapan responden terhadap <i>User Generated Media</i> di Tahura Gunung Kunci Kabupaten Sumedang	Primer	Kuesioner kepada masyarakat pengguna media sosial dan pengunjung Tahura Palasari-Gunung Kunci

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

3.6 Teknik pengumpulan Data

Menurut Silalahi (2017), teknik pengumpulan data merupakan tahap yang perlu dilakukan dengan baik dalam melaksanakan penelitian dan fokus untuk mendapatkan data yang diinginkan agar tujuan penelitian tercapai. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan beberapa data dengan menggunakan berbagai macam teknik yang sesuai dengan objek dan variable, agar data yang di kumpulkan dapat mendukung tercapainya tujuan dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi yaitu merujuk pada kegiatan mengamati serta mencatat terstruktur terhadap hal-hal yang dikaji. Dalam penelitian ini, observasi yang dilakukan secara langsung yaitu dengan mengunjungi lokasi penelitian serta secara tidak langsung mengamati melalui media sosial.

2. Dokumentasi

Teknik ini digunakan penulis untuk mendapatkan data dengan menulis dan menyimpan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dokumen terkait profil tempat wisata.

3. Studi Literatur

Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara membaca beberapa literatur buku, jurnal nasional dan internasional bereputasi, website resmi untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan penelitian.

4. Kuesioner/ Angket

Pengumpulan data dilakukan dengan cara survei melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk diisi. Jenis kuesioner yang digunakan menggunakan pertanyaan tertutup, yakni kuesioner yang telah menyediakan beberapa jawaban yang harus dipilih responden. Hal tersebut dilakukan untuk membantu responden menjawab kuesioner dengan cepat sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan analisis data. Pada penelitian ini kuesioner disebarakan melalui sosial media tepatnya Instagram

dan menghubungi orang yang sudah membuat *hashtag* #gunungkunci yang bersedia untuk mengisi kuesioner.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur suatu fenomena baik dalam maupun sosial melalui sebuah pengamatan (Sugiyono, 2013). Instrumen penelitian yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner yang dibuat memerlukan jawaban berupa pendapat atas pertanyaan yang diberi nilai skala likert untuk menjawabnya. Pernyataan yang ada pada kuesioner ini berdasarkan adaptasi dari indikator variabel yang telah dibuat dari penelitian sebelumnya.

Kuesioner terbagi menjadi empat bagian. Pertama, terdiri atas pertanyaan untuk mengidentifikasi karakteristik individu dari responden, seperti usia, jenis kelamin, tingkat Pendidikan, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan. Kedua, berisi pernyataan mengenai penilaian penggunaan *User Generated Media*. Ketiga, berisi tentang pernyataan mengenai motivasi berkunjung wisatawan.

Kuesioner ini sifatnya tertutup atau dapat dibilang setiap pernyataan telah terdapat jawaban yang dipersiapkan, sehingga responden hanya memilih alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat pilihannya. Untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial, dapat menggunakan Skala Likert. Fenomena sosial yang dimaksud dalam penelitian ini telah ditetapkan secara spesifik ke dalam bentuk variabel penelitian.

3.8 Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2013), menyatakan bahwa uji validitas suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu alat ukur/instrumen. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasil r hitung dibandingkan dengan r Tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r Tabel $<$ r hitung maka dikatakan valid. Uji validitas menggunakan Teknik korelasi *Product Moment* dengan formula sebagai berikut

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Yang mana,

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel yang dikorelasikan

$\sum X$ = Jumlah skor item

$\sum Y$ = Jumlah skor total (seluruh item)

N = Jumlah responden

Uji validitas dalam penelitian ini akan dilakukan menggunakan software SPSS. Dengan melihat hasil perbandingan nilai antara *Pearson Correlation* atau r hitung pada setiap butir pertanyaan dengan nilai r Tabel sesuai jumlah responden. Butir pertanyaan valid apabila nilai r hitung > dari nilai r Tabel. Pada penelitian ini, uji validitas yang dilakukan penulis terhadap kuesioner variabel *User Generated Media* (X) motivasi berkunjung wisatawan (Y). Jika nilai yang didapat menyatakan bahwa butir-butir pertanyaan yang ada pada instrumen tidak valid, maka akan dilakukan perbaikan dari butir pertanyaan dan menyebarkan ulang kuesioner (*pilot test*) ke beberapa responden.

Perhitungan untuk uji validitas pada setiap item pertanyaan dalam instrumen penelitian di uji menggunakan *software* SPSS (*Statistical Product For Service Solution*) versi 26.00 pada sistem operasi Mirosoft Windows. Kuesioner uji disebar kepada sampel dengan jumlah 30 responden. Adapun dalam menentukan kevalidan, ditentukan taraf signifikansi sebesar 0.5 / 5% dengan derajat kebebasan ($df = n-2$) maka ($30-2 = 28$). Hasil uji validitas disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X

<i>User Generated Media</i> (X)				
No.	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Ket
1	Saya mencari informasi terkait ke Tahura Palasari – Gunung Kunci sebelum berkunjung di media sosial melalui fitur pencarian hashtag	0.697	0.361	Valid
2	Saya menemukan informasi mengenai Tahura Palasari – Gunung Kunci di media sosial dengan Mudah melalui teman saya	0.665	0.361	Valid
3	Saya banyak menemukan teman di media sosial mengunggah aktivitas saat berada di Tahura Palasari – Gunung Kunci	0.790	0.361	Valid

4	Saya menganggap konten teman yang membagikan konten Tahura Palasari – Gunung Kunci sebagai sarana hiburan	0.821	0.361	Valid
5	Saya merasa terhibur ketika melihat konten teman yang membagikan konten Tahura Palasari – Gunung Kunci	0.807	0.361	Valid
6	Saya merasa bahagia ketika melihat teman yang membagikan konten Tahura Palasari – Gunung Kunci	0.831	0.361	Valid
7	konten teman di media sosial yang membagikan pengalamannya di Tahura Palasari – Gunung Kunci dapat mempengaruhi suasana hati saya	0.840	0.361	Valid
8	Saya lebih percaya saat teman di media sosial membagikan pengalamannya di Tahura Palasari- Gunung Kunci menggunakan video/foto daripada komentar saja	0.720	0.361	Valid
9	Saya menganggap konten teman yang membagikan konten Tahura Palasari – Gunung Kunci tidak membosankan	0.767	0.361	Valid
10	Saya dapat berkomentar pada konten teman yang membagikan Tahura Palasari – Gunung Kunci	0.779	0.361	Valid
11	Saya dapat menyukai konten teman yang membagikan konten Tahura Palasari – Gunung Kunci	0.817	0.361	Valid
12	Saya senang dapat bertukar penilaian dengan teman di Instagram terkait konten Taman Hutan Raya Palasari – Gunung Kunci	0.797	0.361	Valid
13	Saya tertarik merekomendasikan konten teman terkait Tahura Palasari – Gunung Kunci yang ada di media sosial	0.765	0.361	Valid
14	Saya senang menyimpan konten teman yang berkunjung ke Tahura Palasari – Gunung Kunci di media sosial	0.753	0.361	Valid
15	Saya tertarik untuk membagikan konten-konten Tahura Palasari – Gunung Kunci pada teman / followers saya di media sosial	0.806	0.361	Valid
16	Saya tertarik melakukan penilaian terkait Tahura Palasari – Gunung Kunci secara sukarela melalui pembagian konten di instagram	0.785	0.361	Valid
17	Saya mempublikasikan konten Tahura Palasari – Gunung Kunci yang telah di buat pada akun media sosial pribadi	0.867	0.361	Valid

18	Saya menandai akun media sosial Tahura Palasari – Gunung Kunci agar teman saya mengetahui informasi tempat tersebut	0.663	0.361	Valid
19	Saya lebih suka membuat konten disertai apresiasi dari pengelola Tahura Palasari – Gunung Kunci	0.602	0.361	Valid
20	Saya membuat konten di Tahura Palasari – Gunung Kunci sebagai salah satu bentuk aktualisasi diri	0.830	0.361	Valid
21	Saya senang mengkreasikan atau menyunting konten yang akan saya unggah terkait Tahura Palasari – Gunung Kunci	0.663	0.361	Valid

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Motivasi Berkunjung (Y)				
No.	Pernyataan	<i>R Hitung</i>	<i>R tabel</i>	<i>Ket</i>
1	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci karena ingin menemukan hal baru yang ada disana	0.753	0.361	Valid
2	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci karena ingin mempelajari sejarah	0.649	0.361	Valid
3	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci untuk tujuan relaksasi	0.729	0.361	Valid
4	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci untuk menikmati waktu senggang	0.894	0.361	Valid
5	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci karena ingin pergi ke ruangan terbuka	0.699	0.361	Valid
6	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci karena ingin menikmati suasana alam	0.664	0.361	Valid

7	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci karena ingin melarikan diri dari kesibukan aktivitas sehari-hari	0.770	0.361	Valid
8	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci karena ingin mengetahui kehidupan orang-orang sekitarnya	0.709	0.361	Valid
9	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci dikarenakan harganya yang sangat terjangkau	0.698	0.361	Valid
10	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci untuk menghemat biaya kegiatan wisata	0.809	0.361	Valid
11	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci karena ingin mendapatkan kualitas kesehatan yang baik	0.732	0.361	Valid
12	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci karena ingin menemukan jati diri	0.611	0.361	Valid
13	Saya ingin mengunjungi Tahura Palasari – Gunung Kunci karena ingin melarikan diri dari polusi atau kotoran di tempat saya tinggal	0.773	0.361	Valid

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa uji validitas yang berasal dari responden untuk pernyataan variabel *User Generated Media* (X) dan Motivasi Berkunjung telah menunjukkan bahwa keseluruhan butir pertanyaan kuesioner valid, dengan bukti nilai r hitung > nilai r tabel.

2. Uji Realibilitas

Menurut Arikunto (2013), reliabel diartikan sebagai dapat dipercaya/ “dapat diandalkan”. Reliabilitas suatu instrumen merujuk bahwa instrumen yang akan digunakan untuk melakukan penelitian cukup dapat

dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut dinilai sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Arikunto (2013) mengemukakan bahwa “Suatu instrumen pengukuran dapat disebut reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat”. Maka tujuan dari dilakukannya uji reliabilitas ini dimaksudkan untuk mengetahui konsistensi suatu instrumen sebagai alat ukur, sehingga menghasilkan suatu pengukuran yang dapat dipercaya.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) dengan formula seperti berikut ini:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} : reliabilitas instrumen
 k : banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$: jumlah varians butir
 $\sum \sigma_t^2$: varians total

Pada penelitian ini, uji reliabilitas akan dilaksanakan menggunakan aplikasi SPSS dengan menguji tiap butir pertanyaan pada *User Generated Content* (X), dan motivasi berkunjung wisatawan (Y). Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Jika *Cronbach's Alpha* bernilai negatif atau kurang dari 0,60 maka kuesioner tersebut dapat dinyatakan tidak reliabel (Imam Ghazali, 2018). Apabila kuesioner dinyatakan tidak reliabel maka harus dilakukan perbaikan butir soal dan mengulang penyebaran kuesioner untuk diuji Kembali validitas dan reliabilitasnya melalui pilot tes kepada beberapa responden. Hasil dari uji realibilitas pada kuesioner, disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 5 Hasil Uji Realibilitas Variabel X dan Y

No.	Variabel	Co Hitung	Co Minimal	Keterangan
1	<i>User Generated Media</i>	0.915	0.6	Reliabel
2	Motivasi Berkunjung	0.921	0.6	Realibel

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Uji realibilitas diatas menunjukkan hasil bahwa *Cronbrach's Alpha* lebih dari 0.6 maka seluruh butir pernyataan dalam variabel *User Generated Media* (X) dan Motivasi Berkunjung (Y) dinyatakan realibel atau dapat dipercaya.

3.9 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis jalur menggunakan aplikasi SPSS untuk menguji variabel secara struktural.

1. Analisis Deskriptif

Menurut Silalahi (2017), analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang respon dari responden terhadap butir pertanyaan dalam kuesioner. Jika diamati dari perspektif teoretis, analisis deskriptif biasanya membahas mengenai rata-rata hitung (*mean*), dan standar deviasi (*standard deviation*). Analisis deskriptif ditujukan dalam menjelaskan setiap variabel yang ada dalam penelitian:

Tabel 3. 6 Analisis Deskriptif

No	Hasil Data
1	Analisis deskriptif mengenai tanggapan wisatawan mengenai variabel <i>User Generated Media</i> yakni <i>consumption activities, social activities, production activities</i>
2	Analisis deskriptif mengenai motivasi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Taman Hutan Raya Palasari-Gunung Kunci.

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Dari data yang sudah didapatkan, kriteria penilaian dari setiap pertanyaan didasarkan oleh langkah berikut ini:

- a) Merekap data tanggapan responden dari kuesioner yang sudah disebarkan, Penelitian ini memiliki 224 responden dengan skala nilai terendah yaitu (1) hingga tertinggi yaitu (5).
- b) Menghitung skor ideal dan nilai skor terendah
- c) Jumlah responden yang ada yakni 224 dengan skala pengukuran sebesar 5 dan terkecil adalah 1.

d) Persentase dari nilai jumlah butir pertanyaan dibagi dengan nilai frekuensinya dikali 100% sehingga didapatkan perhitungan nilai dengan rendang sebagai berikut ini:

1. Jumlah kumulatif terkecil (224×1) = 224
2. Jumlah kumulatif terbesar (224×5) = 1,120
3. Nilai persentase terkecil yakni ($224:1,120$) x 100% = 20%
4. Nilai persentase terbesar yakni ($1,120:1,120$) x 100% = 100%
5. Nilai Rentang atau interval nya adalah $(100\%-20\% :5) = 16\%$

Dari data diatas maka dapat diperoleh kategori penyajian skor yang ada pada tabel berikut ini.

Tabel 3. 7 Kategori Persentase

No.	Persentase	Kategori Persentase
1.	20%-36%	Sangat Rendah
2.	36%-52%	Rendah
3.	52%-68%	Sedang
4.	68%-84%	Tinggi
5.	$\geq 84\%-100\%$	Sangat Tinggi

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

A. Metode MSI (*Method Successive Interval*) (konversi ke data interval).

Pada penelitian ini jenis data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data kuesioner adalah jenis data ordinal. Agar dapat dianalisis secara statistik data ordinal dapat ditransformasikan menjadi data interval. Uji transformasi pada penelitian ini menggunakan MSI (*Method Successive Interval*). Menurut (Sarwono, 2006) metode MSI dapat dilakukan untuk mengubah data ordinal menjadi data interval. Data ordinal menggunakan simbol data kualitatif angka yang diantaranya:

- 1) 1 berarti “sangat tidak setuju”
- 2) 2 berarti “tidak setuju”
- 3) 3 berarti “cukup setuju”
- 4) 4 berarti “setuju”
- 5) 5 berarti “sangat setuju”

Menurut Arikunto (2013) untuk melakukan konversi data harus melewati tahap-tahap berikut:

- 1) Menghitung total frekuensi (f) dari setiap jawaban responden pada setiap pertanyaan di instrumen.
- 2) Dari frekuensi yang telah didapatkan dari setiap pertanyaan dilakukan perhitungan proporsi (p) pada setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- 3) Berdasarkan proporsi ini dilakukan perhitungan proporsi kumulatif pada setiap pilihan pertanyaan.
- 4) Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pF (Proporsi frekuensi) yang diperoleh dengan menggunakan tabel distribusi normal
- 5) Menentukan nilai rata-rata interval (*scale value*) pada setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$SV = \frac{(Density \text{ a Lower Limit}) - (Density \text{ at Upper Limit})}{(Area \text{ below Upper Limit}) - (Area \text{ below Lower Limit})}$$
- 6) Menghitung hasil transformasi dari setiap pilihan jawaban melalui rumusan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Nilai hasil transformasi : score} = \text{scale value minimum} + 1$$
- 7) Data yang sudah diubah ke skala interval lalu ditentukan persamaan yang berlaku untuk setiap pasangan variabel yang dipakai.

B. Analisis verifikatif

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Analisis data dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung variabel bebas terhadap variabel terikat (Imam Ghozali, 2018). Variabel yang memengaruhi adalah variabel *User Generated Media* (X) terhadap motivasi berkunjung wisatawan (Y).

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji kesahihan nilai parameter yang dihasilkan dari model yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas.

a) Uji Normalitas

Menurut Kurniawan (2014), apabila data penelitian diukur dengan skala interval dan rasio, perlu asumsi bahwa distribusi data populasi yang didapatkan dari sampel adalah normal. Uji yang dilakukan untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan

uji normalitas *kolmogorov-smirnov*. Pengambilan keputusan dapat dipertimbangkan:

1. Jika nilai sig. (p-value) $> 0,05$ maka dapat dinyatakan data tersebar dengan normal.
2. Jika nilai sig. (p-value) $< 0,05$ maka dapat dinyatakan data tidak berdistribusi normal.

b) Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk menguji model regresi apakah terdapat hubungan linearitas atau tidak. Menurut Imam Ghozali (2018), Uji linearitas diambil berdasarkan nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas > 0.05 maka dapat dikatakan X dan Y berhubungan secara linear, sedangkan sebaliknya jika nilai probabilitas < 0.05 maka X dan Y dapat dikatakan tidak berhubungan.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2018). Uji yang dilakukan adalah uji gletser yang mana uji ini mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Imam Ghozali, 2018). Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai *alpha* (sign. > 0.05) maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
2. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari nilai *alpha* (sign. < 0.05) maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

A. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi merupakan metode yang digunakan untuk melihat pengaruh setiap variabel. Analisis ini merupakan teknik analisis yang digunakan untuk melihat perubahan nilai variabel yang diteliti (Sugiyono, 2013). Persamaan yang dipakai adalah sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

Keterangan

Y = Variabel terikat

A = Bilangan konstanta

B = nilai koefisien regresi

X = variabel bebas.

Dalam penelitian ini analisis regresi sederhana ditujukan untuk menguji pengaruh X (*User Generated Media*) terhadap Y (*Motivasi Berkunjung Wisatawan*).

B. Uji T

Menurut Imam Ghozali (2018), Uji t pada dasarnya digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual berpengaruh signifikan variasi variabel dependen. Pengolahan data akan menggunakan SPSS versi 26 dengan melihat *p-value* dari masing-masing independen. Jika *sig. P-value* < 0,05 atau *t* hitung > *t*-tabel maka H_0 ditolak, dalam kata lain hipotesis alternatif (H_1) diterima.

C. Analisis Koefisien Korelasi R dan Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali (2018), koefisien korelasi (R) merupakan salah satu uji untuk mencari hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen. Disamping itu, koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Sementara, koefisien R^2 berada pada kisaran angka 0 sampai 1. Semakin nilai koefisien mendekati angka 1, maka kemampuan model menjelaskan variabel dependen semakin baik.