



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017, p. 8) pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, penelitian kuantitatif ini digunakan untuk meneliti sampel dan populasi penelitian, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak atau menggunakan random *sampling*, sementara itu pengumpulan data dilakukan dengan cara memanfaatkan instrumen penelitian yang dipakai, analisis data yang harus bersifat kuantitatif atau dapat diukur, tujuannya adalah untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya.

Sifat dari penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif. Menurut Bungin (2011, p. 29) penggunaan penelitian yang bersifat kuantitatif eksplanatif bertujuan untuk menjabarkan hubungan antara suatu variabel dengan variabel yang lain untuk menguji suatu hipotesis. Tujuan dari penggunaan eksplanatif adalah untuk mendapatkan kejelasan dari generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain (Bungin, 2010, p. 38).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian artinya cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan (Sugiyono, 2017, p. 2). Penelitian ini menggunakan metode penelitian e-survei (*electronic survey*), yaitu survei yang dilakukan dengan bantuan aplikasi pihak ketiga untuk menyebarkan kuesioner secara *online* melalui platform-platform digital. Menurut Kriyantono (2010, p. 9) survei merupakan metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama dari pengumpulan datanya. Metode survei bertujuan untuk memperoleh informasi responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama dalam metode penelitian survei.

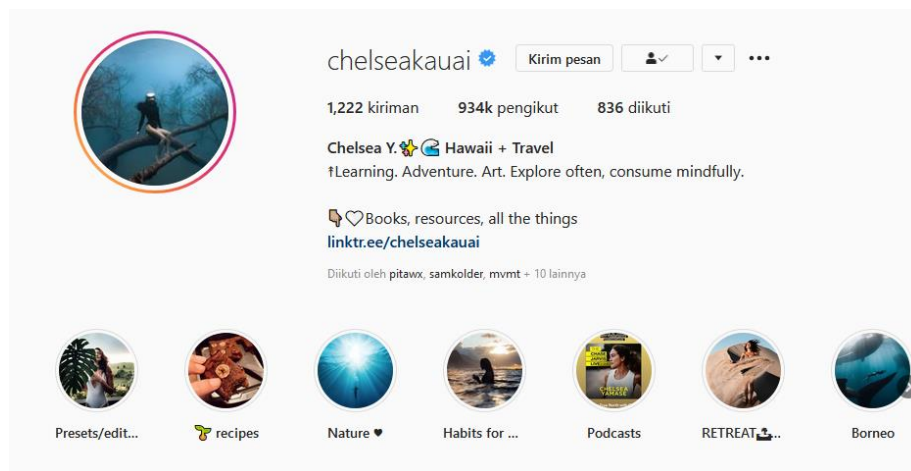
3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang ditetapkan oleh peneliti, wilayah generalisasi ini terdiri atas: obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, populasi yang ditetapkan dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya oleh peneliti (Sugiyono, 2017, p. 80). Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih ialah generasi milenial (generasi Y) yang memiliki hobi *travelling* dan merupakan target pasar Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (Kemenparekraf, 2018). Generasi tersebut dirasa memiliki kemampuan finansial untuk membiayai dirinya sendiri berwisata. Rhenald, pada situs Kemenparekraf menjelaskan generasi milenial kebutuhannya adalah *esteem needs*, atau ingin diakui. Generasi milenial juga menjadi

alasan mengapa destinasi digital menjadi *trending topic*. Hal tersebut merupakan ciri generasi milenial yang memiliki kebutuhan akan pengakuan. Selain itu, populasi harus pernah melihat unggahan konten Instagram Chelsea di Pulau Derawan (*East Borneo*). Saat ini, akun @ChelseaKauai memiliki pengikut berjumlah sekitar 934.000 *followers*.

Gambar 3.1 Jumlah pengikut (followers) akun @Chelseakauai



Sumber: Instagram, 2020

3.3.2 Sampel

Agar sampel yang terpilih menjamin populasi sudah benar-benar terwakili, prosedur pemilihan harus ditentukan dengan benar, yang diketahui sebagai teknik *sampling* (Kriyantono, 2014, p. 154). Pengambilan sampel bertujuan untuk mewakili suatu populasi (Bungin, 2010, p. 101). Untuk menghemat waktu, tenaga, dan biaya serta jumlah populasinya terlalu banyak yang kemungkinan mengakibatkan ada populasi yang terlewatkan, penggunaan teknik *sampling* dapat membantu menjawab permasalahan tersebut.

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017, p. 81) terdapat dua teknik pengambilan sampel, yaitu *probability sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota sampel dan *non probability sampling* yang tidak memberikan peluang sama bagi setiap anggota sampel. Pada penelitian ini, tidak seluruh populasi diberikan peluang yang sama untuk menjadi sampel. Selain itu, diperlukan kriteria tertentu dalam menentukan sampel yang tepat, maka dari itu penelitian ini akan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017, p. 85) teknik pengambilan sampel merupakan teknik pengambilan data yang sesuai dengan pertimbangan yang sudah ditentukan disebut sebagai *purposive sampling*.

Pada penelitian ini, kuesioner akan disebarakan kepada pengguna Instagram yang pernah melihat konten-konten @Chelseakauai di Pulau Derawan (*East Borneo*), populasi yang diteliti juga dipilih berdasarkan usia yang termasuk bagian dari generasi milenial (generasi Y) dan generasi Z, yaitu berkebangsaan Indonesia, pengguna Instagram yang pernah memberikan *engagement (likes, comment, dan views)* pada konten-konten yang diteliti, dan kelahiran kisaran tahun 1980-2000. Pemilihan generasi milenial sebagai populasi merupakan tujuan dari Kemenpar untuk menyoar generasi milenial yang memiliki hobi *travelling* dan berperan penting bagi industri pariwisata Indonesia, sedangkan generasi Z adalah generasi yang paling mudah terpengaruh Instagram dan media sosial dalam memilih destinasi wisata.

Untuk menentukan sampel, persamaan atau rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus Taro Yamane. Diketahui populasi sebesar 934.000 pengguna Instagram. Rumusnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{934.000}{934.000 \times 0,10^2 + 1}$$

$$n = 99,99/100$$

Jadi, sampel yang akan diteliti adalah sejumlah 100 pengguna Instagram

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d = *margin of error* (10%)

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Sub Dimensi	Indikator
1	Konten Media Sosial Influencer di Instagram (Solis, 2010, p. 259)	Jelas	<ul style="list-style-type: none"> a. foto b. video c. <i>story</i> d. <i>caption</i> e. <i>geo-tagged content/location</i> f. <i>hashtag</i> 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Foto pada konten yang ditampilkan jelas 2. Video yang ditampilkan jelas 3. <i>Story</i> yang ditampilkan jelas 4. <i>Caption</i> yang ditulis jelas 5. <i>Location</i> yang ditandai jelas 6. <i>Hashtag</i> yang digunakan jelas
		Ringkas		<ul style="list-style-type: none"> 1. Foto yang ditampilkan enak dilihat 2. Video yang ditampilkan enak ditonton 3. <i>Story</i> yang ditampilkan enak ditonton 4. <i>Caption</i> yang ditulis ringkas 5. <i>Caption</i> yang ditulis enak dibaca 6. <i>Location</i> yang ditandai ringkas
		Relevan		<ul style="list-style-type: none"> 1. Foto yang ditampilkan relevan dengan kampanye <i>Wonderful Indonesia</i> di Pulau Derawan

			<ol style="list-style-type: none"> 2. Video yang ditampilkan relevan dengan kampanye <i>Wonderful Indonesia</i> di Pulau Derawan 3. <i>Caption</i> yang ditulis relevan dengan kampanye <i>Wonderful Indonesia</i> di Pulau Derawan 4. <i>Location</i> yang ditandai relevan dengan kampanye <i>Wonderful Indonesia</i> di Pulau Derawan 5. <i>Hashtag</i> yang digunakan relevan dengan kampanye <i>Wonderful Indonesia</i> di Pulau Derawan
		Lengkap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Foto yang ditampilkan informatif 2. Video yang ditampilkan informatif 3. <i>Story</i> yang ditayangkan informatif 4. <i>Caption</i> yang ditulis informatif 5. <i>Location</i> yang ditandai

				melengkapi informasi konten 6. <i>Hashtag</i> yang digunakan melengkapi informasi konten
2.	Minat kunjung (Ferdinand, 2014)	Minat transaksional		1. Timbulnya minat berkunjung ke Pulau Derawan setelah melihat konten Instagram @Chelseakauai 2. Timbulnya minat untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat dilakukan di Pulau Derawan setelah melihat konten Instagram @Chelseakauai
		Minat referensial		1. Merekomendasikan orang lain untuk berkunjung ke Pulau Derawan setelah melihat konten Instagram @Chelseakauai 2. Merekomendasikan orang lain untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat dilakukan di Pulau Derawan setelah melihat konten Instagram @Chelseakauai
		Minat preferensial		1. Memilih mengunjungi destinasi wisata

				<p>Pulau Derawan dibanding destinasi lain</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Memilih mengunjungi destinasi wisata Pulau Derawan karena aktivitas yang dapat dilakukan menarik 3. Memilih mengunjungi destinasi wisata Pulau Derawan karena spot-spot wisata yang tersedia variatif
		Minat eksploratif		<ol style="list-style-type: none"> 1. Inisiatif mencari informasi mengenai harga tiket pesawat ke Pulau Derawan 2. Inisiatif mencari informasi terkait biaya yang dibutuhkan untuk berkunjung ke Pulau Derawan dengan kendaraan pribadi 3. Inisiatif mencari informasi terkait biaya transportasi umum yang dapat digunakan di Pulau Derawan

				<p>4. Inisiatif mencari informasi mengenai lokasi penginapan di Pulau Derawan</p> <p>5. Inisiatif mencari informasi mengenai aktivitas yang bisa dilakukan di Pulau Derawan</p> <p>6. Inisiatif mencari informasi mengenai spot-spot wisata yang dapat dikunjungi di sekitaran Pulau Derawan</p> <p>7. Inisiatif mencari informasi terkait fasilitas yang tersedia di Pulau Derawan</p> <p>8. Inisiatif mencari informasi terkait souvenir yang tersedia di Pulau Derawan</p> <p>9. Inisiatif mencari informasi mengenai <i>tour guide</i> yang tersedia di Pulau Derawan</p> <p>10. Inisiatif mencari informasi terkait <i>tour leader</i> menuju Pulau Derawan</p> <p>11. Inisiatif mencari informasi terkait kuliner yang</p>
--	--	--	--	--

				tersedia di Pulau Derawan
--	--	--	--	---------------------------

Sumber: Olahan Data Penelitian

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017, p. 142). Dengan teknik ini, responden hanya perlu menjawab dengan cara menandai opsi jawaban yang tersedia.

3.5.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017, p. 137) data primer merupakan sumber data utama, dimana pengumpul data akan menerima data secara langsung. Dalam penelitian ini hasil pengumpulan data dari kuesioner merupakan data primer yang digunakan. Kuesioner yang diserahkan kepada responden berupa daftar pernyataan atau daftar pertanyaan yang dibuat menyesuaikan dengan korelasi antar variabel. Kuesioner akan diberikan batas maksimal hingga 100 responden sesuai dengan hasil perhitungan sampel yang ditentukan. Pengukuran data dari kuesioner akan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2017, p. 93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert memiliki relevansi yang kuat dengan objek yang diteliti, dengan tujuan mengetahui pendapat, ukuran sikap dan persepsi mengenai objek penelitian. Pada umumnya, skala likert memiliki lima angka penilaian, yaitu:

- a. Sangat tidak setuju
- b. Tidak setuju
- c. Netral / ragu-ragu
- d. Setuju, dan
- e. Sangat setuju

Penelitian ini tidak akan menggunakan pilihan jawaban netral atau ragu-ragu sebagai angka penilaian. Alasannya, angka penilaian tersebut memiliki makna ambigu, yang berarti responden tidak bisa menjawab pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti. Apabila pertanyaan yang disediakan tidak terjawab oleh responden maka akan menghilangkan data dalam riset (Kriyantono, 2014, p. 139). Oleh sebab itu, maka penelitian ini hanya menggunakan empat angka penilaian dari skala likert, yaitu:

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Setuju	3
Sangat setuju	4

Sumber: Kriyantono, 2014

3.5.2 Data Sekunder

Dalam pengumpulan data, terdapat satu metode penelitian lagi yang bisa menjadi sumber data, yaitu sumber data sekunder. Menurut Sugiyono (2017, p. 193) sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Studi kepustakaan digunakan untuk mempelajari lebih lanjut dengan

sumber bacaan yang relevan dengan penelitian sebagai informasi pendukung masalah yang diteliti.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017, p. 125) uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi di lapangan dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Tujuan validitas adalah sebagai suatu derajat ketepatan pengukuran instrumen pada pernyataan.

Penelitian ini menggunakan uji validitas analisis faktor Kaiser-Meyer Olkin (KMO) dan *Bartlett's test*. Sebuah indikator dapat dikatakan valid jika syarat dalam analisis faktor terpenuhi. Bila $KMO \geq 0,50$ (lebih dari atau sama dengan 0,50) mengindikasikan faktor yang diuji valid. Sedangkan untuk nilai $KMO < 0,5$ (kurang dari 0,5) mengindikasikan faktor yang diuji tidak valid (Hair *et al.*, 2010). Nilai signifikansi *Barlett's test* $< 0,05$ mengindikasikan ada korelasi yang cukup antar variabel untuk diproses (Hair *et al.*, 2010). Uji validitas dilakukan dan diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 25.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Konten Media Sosial Influencer

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.555
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1144.278
	df	253
	Sig.	.000

Sumber: Olahan Data Penelitian Melalui IBM SPSS 25, 2020

Berdasarkan tabel 3.3 di atas yang dilakukan kepada 35 responden, didapatkan nilai KMO 0,555 untuk variabel Konten Media Sosial Influencer. Artinya, seluruh pernyataan variabel X dinyatakan valid karena nilai KMO lebih besar dari 0,50. Sedangkan hasil signifikansi Bartlett's *test* dari variabel X didapatkan nilai 0,000 yang artinya ada korelasi yang cukup.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Minat Kunjung

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.685
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	735.462
	df	153
	Sig.	.000

Sumber: Olahan Data Penelitian Melalui IBM SPSS 25, 2020

Dari hasil hasil uji validitas untuk variabel Minat Kunjung, nilai KMO yang didapatkan adalah 0,685 yang artinya seluruh pernyataan untuk variabel Y dinyatakan valid karena nilai KMO lebih besar dari 0,50. Signifikansi Bartlett's *test* yang didapatkan (0.000) juga mengindikasikan terdapat korelasi yang cukup.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Tujuan dilakukan uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dari objek yang sama sehingga menghasilkan data yang sesuai.

(Sugiyono, 2017, p. 130). Menurut Sarwono (2012, p. 85) reliabilitas merupakan konsistensi dan stabilitas antara dua pengukuran terhadap hal yang sama.

Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* sama dengan 0,70 atau lebih besar.

Tabel 3.5 Pengukuran Tingkat Reliabilitas

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s/d 0,20	Kurang Reliabel
0,20 s/d 0,40	Agak Reliabel
0,40 s/d 0,60	Cukup Reliabel
0,60 s/d 0,80	Reliabel
0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Ghozali, 2018

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Konten Media Sosial Influencer

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.977	23

Sumber: Data Olahan Penelitian Melalui IBM SPSS 25, 2020

Hasil uji reliabilitas pada variabel Konten Media Sosial Influencer (X) didapatkan bahwa seluruh instrumen variabel tersebut ialah 0,977. Dari pengolahan tersebut dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan yang merepresentasikan variabel X sangat reliabel karena memiliki nilai di rentang nilai 0,80 s/d 1,00.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Minat Kunjung (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.948	18

Sumber: Data Olahan Penelitian Melalui IBM SPSS 25, 2020

Berdasarkan tabel di atas, variabel Minat Kunjung (Y) memiliki nilai *Alpha Cronbach* 0,948 yang artinya seluruh item pernyataan yang memrepresentasikan variabel Y dinyatakan sangat reliabel dengan perolehan nilai berada di rentang 0,80 s/d 1.00.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Normalitas

Dalam sebuah penelitian, tujuan dari uji normalitas ialah untuk menilai sebaran data variabel penelitian memiliki distribusi normal atau tidak normal (Ghozali, 2018). Jika distribusi variabel penelitian tidak normal, maka hasil dari uji statistik akan mengalami penurunan (Ekawaty, Athallah, & Anwar, 2020). Ghozali (2018, p. 161) menyebutkan bahwa ada dua dasar pengambilan keputusan agar data dapat dinyatakan normal, yaitu

1. Data dinyatakan normal jika sebarannya di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis.
2. Data dinyatakan tidak normal jika sebarannya jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis.

3.7.2 Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Menurut Sarwono (2012, p. 57) salah satu teknik analisis yang mengasosiasikan atau melihat hubungan antar dua variabel disebut dengan uji korelasi. Uji korelasi akan menghasilkan koefisien korelasi. Hasil dari angka uji korelasi menunjukkan arah hubungan dan kekuatan hubungan. Eriyanto mengemukakan (2011, p. 353) terdapat tiga jenis pengujian korelasi sederhana yaitu, *Spearman Correlation* untuk skala ordinal, *Kendall's tau-b* untuk skala nominal, dan *Pearson Correlation* untuk skala interval atau rasio. Jenis uji korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pearson Correlation*. Pengujian dilakukan dengan perangkat lunak SPSS versi 25. Tabel berikut akan memberikan penjelasan koefisien korelasi:

Tabel 3.8 Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2010

3.7.3 Uji Regresi Linier Sederhana

Tujuan dari digunakannya uji regresi adalah untuk untuk memprediksi hubungan variabel dependen (bebas) dengan menggunakan satu variabel independen (bebas). Menurut Sugiyono (2017, p. 2) hubungan fungsional atau hubungan kausal

pada variabel independen dengan satu variabel dependen, merupakan dasar dari regresi sederhana.

Rumus dari regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subjek variabel yang diprediksikan

a = Harga Y apabila nilai $X = 0$ (nilai konstan)

b = Arah koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau angka variabel dependen yang menurun, berdasarkan pada variabel independen.

X = Nilai subjek variabel independen