

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang berjudul “Hubungan Pesan Persuasif Dalam Gamifikasi WonderVerse Indonesia Dengan Minat Berkunjung Ke Destinasi Wisata Di Indonesia” ini akan dilandaskan dengan paradigma positivis. Secara umum, paradigma dijelaskan sebagai suatu sistem pemikiran yang meliputi asumsi-asumsi dasar, pertanyaan-pertanyaan yang perlu dijawab atau teka-teki yang perlu dipecahkan. Positivisme adalah metode terstruktur yang menggabungkan logika deduktif dengan observasi empiris yang akurat terhadap perilaku individu untuk menemukan dan memvalidasi seperangkat hubungan yang bersifat probabilistik, yang dapat digunakan untuk memprediksi pola umum aktivitas manusia. Paradigma positivis seringkali digunakan secara ilmiah untuk mencari kebenaran yang objektif. (Neuman, 2014). Pada penelitian ini, peneliti ingin menemukan dan mengonfirmasi adanya hubungan pesan persuasif Elaboration Likelihood Model dalam gamifikasi WonderVerse Indonesia dengan minat berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena penekanan peneliti adalah pada mengetahui hubungan antar variabel dengan tepat dan menguji hipotesis. Menurut Neuman (2014), studi kuantitatif biasanya mencoba untuk memverifikasi atau menggugurkan hubungan atau hipotesis yang sudah ada dalam pikiran peneliti. Peneliti fokus pada hasil atau hubungan yang ditemukan di sejumlah kasus. Pada penelitian ini, peneliti fokus pada ada atau tidak adanya hubungan dari pesan persuasif Elaboration Likelihood Model dalam gamifikasi WonderVerse Indonesia dengan minat berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Indonesia.

Adapun sifat penelitian ini menggunakan sifat deskriptif. Studi deskriptif menyajikan gambaran rinci dan spesifik dari suatu kondisi, lingkup sosial, atau

hubungan tertentu. Penelitian deskriptif diawali dengan suatu isu atau pertanyaan yang jelas dan mencoba untuk menggambarkannya secara akurat. (Neuman, 2014). Penelitian ini bertujuan menjawab pertanyaan ada atau tidaknya hubungan antar variabel penelitian, yaitu pesan persuasif Rute Sentral dan pesan persuasif Rute Periferal dalam gamifikasi WonderVerse Indonesia dengan minat berkunjung ke destinasi wisata di Indonesia, lalu mendeskripsikan hubungan tersebut dengan akurat.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif ini akan menggunakan prosedur eksperimen karena model eksperimental dinilai tepat untuk pengujian hipotesis (Babbie, 2014). Penelitian eksperimen dapat menguji dengan kuat dan berfokus pada pembuktian suatu hubungan. Eksperimen seringkali bersifat buatan, yang artinya eksperimen merupakan tindakan pengamatan dalam situasi yang telah dirancang dan diciptakan oleh peneliti sehingga tidak terjadi secara alamiah. Buatan berarti peneliti secara sadar mengontrol situasi dan sengaja menggabungkan variabel yang relevan secara teoritis sambil menghilangkan variabel yang tidak penting atau yang membingungkan, yaitu variabel yang bukan bagian dari uji hipotesis penelitian (Neuman, 2014).

Dalam ilmu alam dan ilmu sosial, jenis eksperimen yang paling konvensional melibatkan tiga pasang komponen utama, yaitu variabel independen dan dependen, pengujian awal (*pre-test*) dan pengujian akhir (*post-test*), serta kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Pada umumnya, sebuah eksperimen meneliti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Biasanya, variabel independen berbentuk stimulus eksperimental, yang bisa ada atau tidak ada. Dalam istilah lain, variabel independen adalah penyebab, dan variabel dependen adalah akibat. Untuk digunakan dalam eksperimen, variabel independen dan dependen harus didefinisikan secara operasional. Secara konvensional, dalam model eksperimen, variabel dependen

dan independen harus didefinisikan secara operasional sebelum eksperimen dimulai (Babbie, 2014).

Dalam desain eksperimen, subjek diukur dalam hal variabel dependen (pengujian awal atau *pre-test*), kemudian diberikan perlakuan eksperimental yang mewakili variabel independen, dan kemudian diukur kembali dalam hal variabel dependen (pengujian akhir atau *post-test*). Perbedaan antara pengukuran pertama dan terakhir pada variabel dependen kemudian diatributkan pada variabel independen (Babbie, 2014). Sebagai contoh, dalam penelitian tentang prasangka terhadap dampak video *game* di Youtube, peneliti akan memulai dengan melakukan *pretest* untuk mengukur sejauh mana prasangka di antara subjek eksperimen. Menggunakan kuesioner yang menanyakan sikap terhadap video *game* di Youtube, peneliti bisa mengukur tingkat prasangka yang ditunjukkan oleh setiap subjek individu serta rata-rata tingkat prasangka dari seluruh kelompok. Setelah diberikan perlakuan eksperimental tertentu berkaitan dengan tontonan video *game* di Youtube, peneliti bisa memberikan kuesioner yang sama lagi. Jawaban yang diberikan dalam *posttest* ini memungkinkan peneliti untuk mengukur tingkat prasangka terbaru dari setiap subjek dan rata-rata tingkat prasangka kelompok secara keseluruhan. Jika peneliti menemukan penurunan tingkat prasangka pada pengukuran kedua, peneliti bisa menyimpulkan bahwa tontonan video *game* di Youtube tersebut memang telah mengurangi prasangka.

Eksperimen seringkali hanya melibatkan pengamatan terhadap kelompok eksperimen yang diberikan perlakuan eksperimental tertentu. Sebagai tambahan, peneliti juga bisa mengamati kelompok kontrol, yang tidak menerima perlakuan eksperimen. Penelitian eksperimen sering membagi peserta menjadi dua atau lebih kelompok untuk tujuan perbandingan (Neuman, 2014). Penggunaan kelompok kontrol memungkinkan peneliti untuk mendeteksi efek dari eksperimen itu sendiri. Jika *post-test* menunjukkan bahwa tingkat prasangka keseluruhan pada kelompok kontrol turun sebanyak

kelompok eksperimen, maka penurunan prasangka yang tampak tersebut bisa disebabkan oleh faktor eksternal lainnya, bukan oleh perlakuan eksperimental. Sebaliknya, jika prasangka hanya berkurang pada kelompok eksperimen, penurunan ini kemungkinan besar merupakan konsekuensi dari perlakuan eksperimental, karena itulah satu-satunya perbedaan antara kedua kelompok.



Gambar 3.1 Diagram One Shot Study Case

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Adapun desain eksperimen yang digunakan adalah pra-eksperimental *one shot study case*. Eksperimen *one shot study case* dilakukan kepada sekelompok subjek atau sampel penelitian dengan memberikan perlakuan eksperimental tertentu. Setelah itu, kelompok sampel diukur dengan *post-test* (Babbie, 2014). Oleh karena desain eksperimen ini hanya mempunyai satu kelompok, penelitian ini hanya mempunyai kelompok eksperimen tanpa kelompok kontrol. Eksperimen ini juga hanya mempunyai *post-test* tanpa pengisian *pre-test* terlebih dahulu. Pada penelitian ini, kelompok eksperimen merupakan para partisipan eksperimen yang memenuhi kriteria sampel penelitian dan akan diberikan perlakuan eksperimen. Adapun peserta eksperimen ini adalah sebanyak 100 orang. Peserta eksperimen ini belum pernah bermain WonderVerse Indonesia sebelum diberikan perlakuan eksperimen sehingga eksperimen ini memberikan pengalaman pertama bermain WonderVerse Indonesia. Perlakuan eksperimen yang diberikan adalah bermain platform *mini-game* WonderVerse Indonesia dan mendapatkan pengalaman pertama dalam menggunakan platform tersebut. Eksperimen diawali dengan pemberian penjelasan terkait *mini-game* WonderVerse Indonesia oleh peneliti kepada peserta eksperimen. Setelah itu, peneliti mengarahkan para peserta eksperimen

untuk membuka platform WonderVerse Indonesia dan menjelaskan secara singkat tentang cara membuat akun baru untuk bermain. Setelah itu, peserta eksperimen diberikan waktu selama 60 menit untuk bermain dan mengeksplor isi dari WonderVerse Indonesia. Dalam proses eksperimen ini, peneliti memberikan kebebasan kepada peserta eksperimen dalam bermain dan mengeksplor isi dari WonderVerse Indonesia. Namun, peneliti juga memberikan bantuan dan arahan ketika peserta eksperimen mengalami kebingungan atau terjadi kendala ketika bermain. Setelah itu, peserta eksperimen akan diberikan form *post-test* sebagai penutup eksperimen. Hasil *post-test* kemudian akan diolah menggunakan *software* SPSS versi 29 dan hasilnya digunakan untuk menyimpulkan hubungan pesan persuasif dalam WonderVerse Indonesia dengan minat berkunjung ke destinasi wisata di Indonesia.

3.3 Unit Analisis, Populasi dan Sampel

3.3.1 Unit Analisis dan Populasi

Unit analisis pada dasarnya menggambarkan sifat entitas/objek yang sedang diteliti. Unit analisis mempunyai kriteria yang berperan untuk membandingkan entitas/objek yang berbeda dalam sebuah studi atau penelitian. Sifat atau kriteria yang berbeda membantu peneliti dalam menetapkan pembatasan untuk studi dan penelitian (Khan, 2021). Pada umumnya, peneliti sosial memilih individu sebagai unit analisis mereka. Kriteria karakteristik individu yang dilihat dapat berupa jenis kelamin, usia, daerah kelahiran, sikap, dan sebagainya (Babbie, 2014).

Adapun kriteria individu pada penelitian ini, yaitu masyarakat Indonesia yang merupakan generasi Z. Pemilihan kriteria ini didasari oleh pernyataan Hendra (Chief Executive Officer Magnus Digital Indonesia) bahwa platform WonderVerse Indonesia akan membuka peluang lebih luas untuk menjangkau generasi muda (Anam, 2022). Secara umum, generasi muda merujuk pada mereka (individu/manusia) yang baru lahir

hingga berusia 35 tahun (Sumantri et al., 2014). Menurut *Beresford Research*, generasi Z adalah generasi dengan kelahiran 1997-2012 dan saat ini berusia 12-27. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus mencari tahu hubungan antara pesan persuasif Elaboration Likelihood Model dalam gamifikasi WonderVerse Indonesia dengan minat berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Indonesia oleh golongan generasi yang paling mendominasi kategori sebagai generasi muda, yaitu generasi Z (Septiani, 2023). Oleh karena itu, unit analisis penelitian ini adalah individu, sebagai anak muda generasi Z Indonesia yang berusia 12-27 tahun. Adapun unit analisis yang mengikuti eksperimen penelitian ini hanya satu kelompok, yaitu kelompok eksperimen yang terdiri dari 100 individu/orang. Sampel unit analisis yang terpilih belum pernah bermain WonderVerse Indonesia sebelum diberikan perlakuan eksperimen sehingga eksperimen ini memberikan pengalaman pertama bermain WonderVerse Indonesia. Perlakuan eksperimen yang diberikan adalah bermain platform *mini-game* WonderVerse Indonesia dan mendapatkan pengalaman pertama dalam menggunakan platform tersebut. Eksperimen diawali dengan pemberian penjelasan terkait *mini-game* WonderVerse Indonesia oleh peneliti kepada peserta eksperimen. Setelah itu, peneliti mengarahkan para peserta eksperimen untuk membuka platform WonderVerse Indonesia dan menjelaskan secara singkat tentang cara membuat akun baru untuk bermain. Setelah itu, peserta eksperimen diberikan waktu selama 60 menit untuk bermain dan mengeksplor isi dari WonderVerse Indonesia. Dalam proses eksperimen ini, peneliti memberikan kebebasan kepada peserta eksperimen dalam bermain dan mengeksplor isi dari WonderVerse Indonesia. Namun, peneliti juga memberikan bantuan dan arahan ketika peserta eksperimen mengalami kebingungan atau terjadi kendala ketika bermain. Setelah itu, peserta eksperimen akan diberikan form *post-test* sebagai penutup eksperimen. Hasil *post-test* kemudian akan diolah menggunakan

software SPSS versi 29 dan hasilnya digunakan untuk menyimpulkan hubungan pesan persuasif dalam WonderVerse Indonesia dengan minat berkunjung ke destinasi wisata di Indonesia.

Populasi mengacu pada himpunan atau kelompok semua unit yang akan diteliti (Shukla, 2020). Populasi untuk sebuah penelitian adalah kelompok yang ingin kita teliti dan membuat kesimpulan tentang mereka (Babbie, 2014). Populasi tidak hanya tentang jumlah individu yang menjadi perhatian utama penelitian, tetapi juga mencakup keseluruhan individu berdasarkan kesamaan karakteristik dan sifat tertentu. Dengan demikian, jika unit analisis penelitian adalah individu, maka populasinya adalah sekumpulan anak muda generasi Z Indonesia yang berusia 12-27 tahun. Generasi Z Indonesia sebagai target populasi pada penelitian ini bisa memegang beberapa peran. Artinya, pada konteks penggunaan gamifikasi WonderVerse Indonesia, generasi Z Indonesia sebagai pengguna sekaligus calon wisatawan bisa mempunyai peran yang berbeda.

- 1) Inisiator, pengguna bisa menjadi penggerak pertama dalam menemukan ide untuk memulai suatu perjalanan wisata dan pengumpulan informasi tentang destinasi wisata untuk membantu pengambilan keputusan. Sebagai generasi Z, pengguna tersebut bisa menjadi inisiator dalam keluarganya untuk merencanakan suatu perjalanan wisata karena pengguna mendapatkan ide tersebut setelah bermain WonderVerse Indonesia.
- 2) Pemberi Pengaruh (*Influencer*), pengguna dapat memengaruhi individu lain melalui opininya terhadap pertimbangan pengambilan keputusan berkunjung, destinasi wisata mana yang paling cocok untuk dikunjungi. Sebagai generasi Z, pengguna WonderVerse Indonesia, terutama yang masih berusia 12-18 tahun atau yang belum bekerja, secara finansial belum bisa memenuhi keperluan

untuk memulai perjalanan wisata sendiri, tetapi tertarik dan ingin melakukan perjalanan wisata, pengguna tersebut bisa membujuk orang tua dan keluarganya untuk melakukan suatu perjalanan wisata. Namun, peran ini juga bisa dipegang oleh generasi Z berusia 19-27 tahun yang ingin mengajak keluarganya atau alasan lainnya.

- 3) Pengambil Keputusan (*Decision Maker*), pengguna memegang hak dan wewenang secara langsung terhadap penggunaan keuangan atau pengeluaran untuk keputusan pembelian dan keputusan melakukan perjalanan wisata tertentu. Sebagai generasi Z, pengguna WonderVerse Indonesia yang sudah bekerja bahkan berkeluarga bisa secara langsung memutuskan untuk melakukan perjalanan wisata setelah bermain WonderVerse Indonesia.
- 4) Pembeli (*Buyer*), pengguna sebagai pihak yang dapat melakukan pembelian tiket perjalanan wisata secara langsung. Sebagai generasi Z, pengguna juga bisa melakukan pembelian tiket perjalanan wisata, terutama pengguna yang sudah bekerja dan berpenghasilan.
- 5) Pemakai (*User*), pengguna sebagai pihak yang melakukan atau mengikuti perjalanan wisata secara langsung (Andrian et al., 2022).

3.3.2 Sampel

Sampel adalah subkelompok dari populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam suatu penelitian. Keterbatasan anggaran dan waktu menjadi pertimbangan yang penting untuk menggunakan sampel dalam melakukan suatu penelitian. Jika data dalam sebuah sampel yang detail dan diambil dengan benar, maka hasilnya dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi. Adapun tipe metode sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability*. Pada tipe *sampling* ini, peneliti dapat dengan sadar memutuskan unit analisis (individu) mana yang akan dimasukkan dalam sampel. *Non-probability* bergantung pada penilaian peneliti dari pada peluang untuk menjadi sampel (Malhotra & Birks,

2006). Penggunaan tipe *sampling* ini didasari dengan pertimbangan situasi yang tidak memungkinkan penggunaan tipe *sampling* probabilitas untuk penelitian sosial berskala besar (Babbie, 2016). Pada penelitian ini, target populasi adalah generasi Z di seluruh Indonesia. Namun, dalam situasi tersebut, peneliti memerlukan *sampling non-probability* karena tidak ada daftar lengkap semua anak muda generasi Z di seluruh Indonesia.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yang mana sampel-sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti. Dengan teknik ini, peneliti memilih sebuah sampel karena menilai sampel tersebut dapat mewakili populasi dan menganggapnya tepat berdasarkan kesesuaian kriteria karakteristik unit analisis. *Purposive sampling* merupakan teknik *sampling* yang berguna untuk situasi khusus dan digunakan untuk penelitian lapangan. Teknik *sampling* ini sering digunakan untuk memilih sampel dari populasi yang sulit dijangkau atau mempunyai spesialisasi tertentu (Neuman, 2014). Dalam penelitian ini, peneliti tidak bisa menemukan dan mengumpulkan daftar populasi, yaitu anak muda generasi Z seluruh Indonesia dan mengambil sampel secara acak dari daftar tersebut. Sebaliknya, untuk menemukan sampel, peneliti menggunakan pengetahuan lokal, misalnya lokasi kelompok anak muda yang sering berkumpul atau bermain *game*, informasi grup *gamers* anak muda, atau lainnya untuk menemukan kemungkinan individu yang bisa dilibatkan dalam penelitian yang dilakukan. Meskipun teknik *sampling* ini dapat bersifat subjektif karena mengandalkan penilaian peneliti berdasarkan kriteria tertentu dari individu, tetapi dinilai cukup untuk memenuhi tujuan perbandingan umum dengan mengumpulkan data yang sesuai dan tepat untuk tujuan penelitian. Berikut adalah tahapan *purposive sampling* yang dilakukan:

- 1) Peneliti menetapkan tujuan penelitian, yaitu membuktikan adanya hubungan pesan persuasif dalam gamifikasi WonderVerse Indonesia dengan minat berkunjung ke destinasi wisata di Indonesia.
- 2) Peneliti menetapkan populasi penelitian, yaitu sekumpulan anak muda generasi Z Indonesia. Menurut *Beresford Research*, generasi Z adalah generasi dengan kelahiran 1997-2012 dan saat ini berusia 12-27.
- 3) Peneliti menetapkan kriteria karakteristik sampel penelitian, yaitu:
 - a) Berusia 12-27 tahun yang merupakan generasi Z di Indonesia.
 - b) Mempunyai minat yang tinggi terhadap *game* dan masih secara aktif bermain *game* dengan minimal waktu 1 - 2 jam dalam sehari.
 - c) Pengguna yang tidak pernah menggunakan platform *mini-game* WonderVerse Indonesia sebelum mengikuti eksperimen penelitian terkait.
- 4) Peneliti menetapkan ukuran minimum sampel dan memilih sampel hingga memenuhi ukuran sampel yang dibutuhkan penelitian.

Ukuran jumlah sampel pada umumnya bisa diterima tergantung jenis penelitian yang dilakukan. Pada penelitian *experimental*, disarankan jumlah sampel minimum dalam suatu kelompok eksperimen berjumlah 30 sampel (Hill, 1998). Oleh karena itu, ukuran sampel untuk penelitian ini minimum berjumlah 30 sampel.

3.4 Analisis Konten

WonderVerse Indonesia dibuat oleh Kemenparekraf untuk mempromosikan pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia (Arfiansyah & Pratiwi, 2022) sehingga terdapat konten-konten di dalamnya. Dikaitkan dengan teori Elaboration Likelihood Model, WonderVerse Indonesia mengandung konten-konten yang berkaitan dengan 2 cara memproses informasi sesuai teori tersebut (Kemenparekraf, 2023).

3.4.1 Konten Rute Sentral

Pada WonderVerse Indonesia, pengguna bisa menemukan informasi-informasi yang menunjukkan bahwa WonderVerse Indonesia mengandung konten yang mendukung proses persuasi rute sentral berdasarkan teori Elaboration Likelihood Model. Dimensi utama dari rute sentral meliputi kualitas informasi atau kualitas konten (Qin et al., 2022). Kualitas informasi merujuk pada persepsi subjek bahwa argumen pesan tersebut kuat dan meyakinkan (Yoo et al., 2017). Adapun indikator-indikator dari dimensi kualitas informasi antara lain akurasi, kelengkapan, dan ketepatan waktu informasi. Akurasi ditunjukkan dengan sejauh mana suatu data mampu mewakili realitas (Alshikhi & Abdullah, 2018).



Gambar 3. 2 Informasi Kostum Karakter dalam WonderVerse Indonesia

Sumber: Tangkapan Layar Oleh Peneliti (2024)

Dari tangkapan layar di atas, dari segi desain visual dan informasi yang disediakan pada WonderVerse Indonesia sudah menunjukkan akurasi yang baik. Selain dari visualisasi kostum adat, tetapi juga visualisasi hewan khas Indonesia (Komodo, Orang Utan, Kasuari), tarian Tor-Tor khas Sumatera Utara, dan lainnya. Visualisasi tersebut dibuat sedemikian rupa untuk menggambarkan kondisi sebenarnya dengan akurat sehingga pengguna bisa mendapatkan pengalaman seolah-olah pernah melihat atau merasakan kondisi sebenarnya. Selain itu, adapun kelengkapan data, yang merujuk pada sejauh mana data yang

dikumpulkan sesuai dengan kumpulan data yang dikembangkan untuk menggambarkan entitas tertentu (Jayawardene et al., n.d.).



Gambar 3.3 Artikel Pada WonderVerse Indonesia

Sumber: Platform WonderVerse Indonesia (2023)

WonderVerse Indonesia menyediakan artikel-artikel yang bisa membantu pengguna menemukan banyak sekali informasi tentang destinasi wisata di Indonesia. Pengguna juga bisa mengetahui tentang budaya lokal dan keunikan dari masing-masing lokasi wisata Indonesia, bahkan monument-monumen tertentu yang ada di lokasi tersebut. Tidak hanya tentang wisata, tetapi WonderVerse Indonesia juga menyediakan artikel informatif yang membahas tentang teknologi, ekonomi, acara, dan hiburan. Hal ini menunjukkan bahwa WonderVerse Indonesia menyediakan informasi yang sangat lengkap. Hampir setiap artikel juga diakhiri dengan ajakan untuk melakukan perencanaan perjalanan wisata menggunakan WonderVerse Indonesia. Setiap informasi yang ada dalam WonderVerse Indonesia selalu diperbarui sehingga WonderVerse Indonesia memenuhi indikator ketepatan waktu informasi dari kualitas informasi, yaitu informasi yang terkini (alá & Černá, 2012).

3.4.2 Konten Rute Periferal

Pada WonderVerse Indonesia, pengguna juga bisa menemukan faktor-faktor yang mendukung proses persuasi rute periferal berdasarkan teori Elaboration Likelihood Model. Dimensi utama dari Rute Periferal meliputi kredibilitas sumber (Qin et al., 2022). Namun, berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti menambahkan 2 dimensi lain dari rute periferal, yaitu interaktivitas dan aksesibilitas (Yoo et al., 2017). WonderVerse Indonesia merupakan platform digital yang dibuat melalui kerja sama antara Kemenparekraf dan Magnus Digital Indonesia.

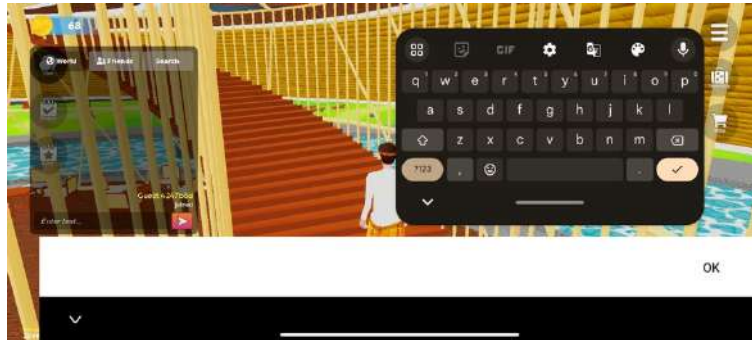


Gambar 3.4 Siaran Pers Kemenparekraf Tentang WonderVerse Indonesia

Sumber: Website Resmi Kemenparekraf (2023)

Kenyataan bahwa WonderVerse Indonesia dibuat oleh Kemenparekraf sudah cukup memberikan kredibilitas yang tinggi terhadap informasi-informasi destinasi wisata dalam WonderVerse Indonesia. Hal ini karena Kemenparekraf memang bagian pemerintahan yang bertanggung jawab terhadap industri pariwisata dan ekonomi kreatif, terutama di Indonesia. Oleh karena itu, Kemenparekraf juga diyakini sebagai ahli pada bidang tersebut. Di samping itu, Magnus Digital juga merupakan sebuah agensi *digital developer* sehingga dapat

dikatakan bahwa Magnus Digital Indonesia sudah berpengalaman dan professional dalam merancang dan membuat WonderVerse Indonesia.



Gambar 3. 5 Tampilan Fitur Percakapan WonderVerse Indonesia

Sumber: Tangkapan Layar Oleh Peneliti (2024)

WonderVerse Indonesia juga menyediakan fitur percakapan (*chat*) yang bisa digunakan oleh para pengguna ketika bermain WonderVerse Indonesia secara bersamaan. Baik ketika bermain dengan teman atau orang yang tidak dikenal sekalipun, fitur percakapan ini memungkinkan dua atau lebih pemain untuk saling bertukar pesan dan merespon satu dengan yang lain. Interaksi mereka tersebut dapat dilakukan secara *real-time* sehingga memberikan pengalaman berinteraksi secara langsung.



Gambar 3. 6 Karakter Maia Dalam WonderVerse Indonesia

Sumber: Tangkapan Layar Oleh Peneliti (2024)

Di samping itu, WonderVerse Indonesia juga menyediakan aksesibilitas yang baik. Pada platform ini, informasi tidak hanya disampaikan melalui teks, tetapi juga terdapat visual dan penggunaan

audio ketika menjelaskan suatu informasi atau ajakan interaksi tertentu. WonderVerse Indonesia juga dihadiri oleh karakter Maia yang dilengkapi dengan teknologi kecerdasan buatan sehingga pengguna bisa bertanya banyak hal kepadanya. Hal ini memudahkan pengguna untuk memahami dan mengerti tentang WonderVerse Indonesia ketika kebingungan terkait cara bermain atau lainnya. WonderVerse Indonesia bisa dimainkan melalui *smartphone*, PC, dan laptop.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan teknik pra-eksperimen *one shot study case* sehingga pada akhir eksperimen, sampel penelitian akan diberikan *post-test* berupa kuesioner. Pada bagian operasionalisasi ini, peneliti menentukan perumusan *item* kuesioner yang akan digunakan untuk membantu peneliti menentukan hubungan antar variabel penelitian.

3.5.1 Variabel Rute Sentral

Variabel Rute Sentral merujuk pada penerima pesan yang memproses suatu pesan secara rasional, memeriksa ide-ide dalam pesan dengan cermat, membandingkan kebenaran dan validitas informasi dalam pesan tersebut (Littlejohn et al., 2017). Dimensi utama dari Rute Sentral meliputi kualitas informasi atau kualitas konten (Qin et al., 2022). Kualitas informasi merujuk pada persepsi subjek bahwa argumen pesan tersebut kuat dan meyakinkan (Yoo et al., 2017). Adapun indikator-indikator dari dimensi kualitas informasi antara lain akurasi, kelengkapan, dan ketepatan waktu informasi. Akurasi ditunjukkan dengan sejauh mana suatu data mampu mewakili realitas (Alshikhi & Abdullah, 2018). Kata lengkap diartikan ketika semua data yang dibutuhkan ada/tersedia (Alshikhi & Abdullah, 2018). Kelengkapan data merujuk pada sejauh mana data yang dikumpulkan sesuai dengan kumpulan data yang dikembangkan untuk menggambarkan entitas

tertentu (Jayawardene et al., n.d.). Sedangkan, ketepatan waktu informasi yang dimaksud adalah informasi yang terkini (alá & Černá, 2012).

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep Variabel Rute Sentral

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Rute Sentral	Kualitas Informasi	Akurasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mendapatkan informasi destinasi wisata Indonesia yang sesuai dengan kondisi sebenarnya. 2. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mendapatkan gambaran (visual) destinasi wisata Indonesia yang menyerupai kondisi sebenarnya.
		Kelengkapan	<ol style="list-style-type: none"> 3. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mendapatkan informasi destinasi wisata Indonesia yang lengkap menjelaskan kondisi sebenarnya. 4. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mendapatkan gambaran (visual) destinasi wisata Indonesia yang lengkap menggambarkan kondisi sebenarnya.
		Ketepatan Waktu Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 5. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mendapatkan informasi destinasi wisata Indonesia yang terbaru sesuai dengan kondisi sebenarnya saat ini. 6. Setelah bermain WonderVerse Indonesia,

			saya mendapatkan gambaran (visual) destinasi wisata Indonesia yang terbaru sesuai dengan kondisi sebenarnya saat ini.
--	--	--	---

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Dari definisi konseptualisasi tersebut, maka peneliti melakukan operasionalisasi atas indikator-indikator konsep tersebut ke dalam pernyataan-pernyataan yang disesuaikan dengan konteks penelitian. Variabel Rute Sentral didefinisikan secara operasional merujuk pada pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia yang memproses informasi promosi destinasi wisata Indonesia dalam WonderVerse Indonesia secara rasional, memeriksa pesan-pesan promosi destinasi dengan cermat, membandingkan kebenaran dan validitas informasi dalam pesan promosi tersebut. Dimensi utama rute sentral, yaitu kualitas informasi secara operasionalisasi dapat merujuk pada persepsi pengguna WonderVerse Indonesia generasi Z bahwa informasi promosi dalam WonderVerse Indonesia dapat dibuktikan dengan kuat dan meyakinkan. Masing-masing indikator dimensi variabel rute sentral juga dioperasionalkan menjadi berikut:

- 1) Akurasi, ditunjukkan dengan sejauh mana data pada informasi dan gambar (visual) destinasi wisata Indonesia yang ada dalam WonderVerse Indonesia mampu mewakili realitas. Artinya informasi dan gambar dalam WonderVerse bersifat valid dan terverifikasi sudah menjelaskan dan menunjukkan kondisi destinasi wisata Indonesia sesuai dengan yang sebenarnya.
- 2) Kelengkapan data, merujuk pada sejauh mana data informasi dan gambar (visual) tentang destinasi wisata Indonesia dalam WonderVerse Indonesia sudah dikumpulkan sesuai dengan kumpulan data yang dikembangkan dapat menggambarkan destinasi wisata yang ada di Indonesia yang sebenarnya. Artinya data

informasi dan gambar dalam WonderVerse Indonesia sudah terkumpul cukup lengkap untuk menunjukkan kondisi sebenarnya dari destinasi wisata di Indonesia.

- 3) Ketepatan waktu informasi, merujuk pada data informasi dan gambar (visual) tentang destinasi wisata Indonesia dalam WonderVerse Indonesia bersifat terkini/terbaru. Artinya setiap informasi dan gambar dalam WonderVerse Indonesia diperbarui secara berkala sehingga tidak ada data lama.

Keseluruhan indikator diukur menggunakan skala Interval berdasarkan bobot terendah hingga tertinggi, yaitu pilihan “Sangat Tidak Setuju” bernilai 1, pilihan “Tidak Setuju” bernilai 2, pilihan “Netral” bernilai 3, pilihan “Setuju” bernilai 4, dan pilihan “Sangat Setuju” bernilai 5.

3.5.2 Variabel Rute Periferal

Variabel Rute Periferal merujuk pada seorang penerima pesan yang memproses informasi dengan kurang memperhatikan kualitas informasi itu sendiri dan sangat bergantung pada kredibilitas sumber dan karakteristik lingkungan informasi untuk menilai kredibilitas target. Dimensi utama dari Rute Periferal meliputi kredibilitas sumber (Qin et al., 2022). Namun, berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti menambahkan 2 dimensi lain dari rute periferal, yaitu interaktivitas dan aksesibilitas (Yoo et al., 2017).

- 1) Kredibilitas sumber didefinisikan berdasarkan seberapa ahli komunikator tersebut dipercayai dalam bidang minat dan juga seberapa dipercayai oleh individu yang menerima persuasi. Adapun indikator-indikator dari dimensi kredibilitas sumber, yaitu:
 - a) Dapat dipercaya. Kepercayaan mengacu pada kejujuran suatu sumber (Umeogu, 2012). Mempercayai ditunjukkan ketika seseorang mau untuk berpegang pada orang lain, orang tersebut

- memiliki keyakinan kepadanya (Fatmawati & Zainab, 2020). Pihak terpercaya merupakan pihak yang mendapatkan keyakinan dari orang itu.
- b) Berpengalaman, menunjukkan sesuatu yang sudah terjadi. Memiliki pengalaman (atau berpengalaman) berarti sudah memiliki beberapa pelatihan, atau keterampilan praktis, atau kebiasaan berharga yang diperoleh dengan pemahaman dan latihan (Tuzet, 2018).
 - c) Profesional, didefinisikan sebagai seseorang yang mewujudkan suatu ide/gagasan menggunakan pengetahuan ahli atau spesialis dengan cakap/pandai (Lester, 2015).
- 2) Interaktivitas menunjukkan adanya interaksi nyata dan teramati di antara manusia melalui mesin atau antara manusia dan mesin (Quiring & Schweiger, 2008). Adapun indikator-indikator dari dimensi interaktivitas (Johnson et al., 2006), antara lain:
- a) Resiprositas, menunjukkan adanya pertukaran peran dalam interaksi, yang berarti bahwa mereka secara bergantian memainkan peran pengirim dan penerima. Resiprositas ditunjukkan dengan adanya komunikasi dua arah.
 - b) Responsif, adalah yang sesuai, relevan, dan menjaga kelangsungan interaksi. Responsif merujuk pada sejauh mana seseorang menghasilkan jawaban yang sesuai dengan pertanyaan orang lain, menyiratkan bahwa jawaban harus sesuai atau relevan.
 - c) Kecepatan respon, mengacu pada sejauh mana pertukaran pesan terjadi secara *real time*.
- 3) Aksesibilitas merujuk pada seberapa mudah layanan atau konten sistem suatu STT dapat ditemukan dan diakses oleh wisatawan saat ini atau calon wisatawan (Yoo et al., 2017). Adapun standar aksesibilitas yang memiliki 4 prinsip, yaitu dapat dipersepsikan,

dapat dioperasikan, dapat dimengerti, dan dapat diandalkan (Fithriyaningrum et al., 2021).

- a) Dapat dipersepsikan, menunjukkan bahwa pengguna harus dapat melihat/mengetahui suatu konten dan komponen (Chadli et al., 2021). Dalam konteks STT, maka semua konten dalam STT harus dapat diakses oleh pengguna melalui indera pendengaran, penglihatan, atau perabaan. Untuk mencapai hal ini, STT perlu menyediakan alternatif.
- b) Dapat dioperasikan, menunjukkan bahwa pengguna harus dapat berinteraksi dengan mudah dengan konten (Chadli et al., 2021). Oleh karena itu, STT harus menyediakan fitur kontrol yang memungkinkan pengguna untuk bernavigasi dengan mudah. Misalnya, tombol dan tautan harus berukuran memadai dan mudah diakses.
- c) Dapat dipahami, menunjukkan bahwa pengguna harus memahami informasi dan operasi (Chadli et al., 2021). Informasi dan fungsi yang disajikan dalam STT harus mudah dimengerti oleh pengguna. Konten harus dapat dipahami, dan kata-kata yang mungkin tidak akrab bagi pengguna harus dijelaskan (Pandey, 2021).
- d) Dapat diandalkan, ditunjukkan dengan kompatibilitas dengan berbagai pengguna, perangkat, dan teknologi pendukung (Chadli et al., 2021). Hal ini menekankan pentingnya membuat STT harus cocok dengan berbagai teknologi dan dirancang menggunakan format standar yang mendukung berbagai platform dan perangkat (Azzahra, 2024).

Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep Variabel Rute Periferal

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Rute Periferal	Kredibilitas Sumber	Dapat Dipercaya	7. Setelah bermain WonderVerse Indonesia,

			<p>saya percaya sudah mendapatkan informasi destinasi wisata Indonesia yang sesuai dengan kondisi sebenarnya karena dibuat oleh Kemenparekraf.</p> <p>8. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya percaya sudah mendapatkan gambaran (visual) destinasi wisata Indonesia yang sesuai dengan kondisi sebenarnya karena dibuat oleh Kemenparekraf.</p>
		Berpengalaman	<p>9. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya percaya sudah mendapatkan informasi destinasi wisata Indonesia yang tepat karena dibuat oleh Magnus Digital yang sudah berpengalaman membuat platform digital.</p> <p>10. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya percaya sudah mendapatkan gambaran (visual) destinasi wisata Indonesia yang tepat karena dibuat oleh Magnus Digital yang sudah berpengalaman membuat platform digital.</p>
		Profesional	<p>11. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya percaya Magnus Digital pandai membuat platform digital, termasuk WonderVerse Indonesia.</p>

	Interaktivitas	Resiprositas	12. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa berdiskusi secara timbal balik dengan pemain lain melalui fitur <i>chatting</i> yang ada.
		Responsif	13. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa menanggapi percakapan pemain lain melalui fitur <i>chatting</i> yang ada.
		Kecepatan Respon	14. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa berdiskusi dengan pemain lain secara bersamaan (<i>real time</i>) melalui fitur <i>chatting</i> yang ada.
	Aksesibilitas	Dapat Dipersepsikan	15. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa mendapatkan informasi tentang gambar (visual) objek tertentu dengan mudah karena diberikan keterangan berbentuk teks.
		Dapat Dioperasikan	16. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa bermain dengan mudah karena tombol-tombol yang ada mempunyai ukuran yang nyaman digunakan.
		Dapat Dipahami	17. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa memahami cara bermain dengan mudah karena bahasa yang digunakan sederhana.

			18. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa memahami cara bermain dengan mudah karena ada instruksi yang jelas.
		Dapat Diandalkan	19. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa bermain menggunakan perangkat yang berbeda, baik menggunakan <i>smartphone</i> , laptop, maupun PC.

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Dari definisi konseptualisasi tersebut, maka peneliti melakukan operasionalisasi atas indikator-indikator konsep tersebut ke dalam pernyataan-pernyataan yang disesuaikan dengan konteks penelitian. Variabel Rute Periferal didefinisikan secara operasional merujuk pada pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia yang memproses informasi promosi destinasi wisata Indonesia dengan kurang memperhatikan kualitas informasi destinasi wisata di Indonesia yang sebenarnya dan sangat bergantung pada kredibilitas Kemenparekraf dan Magnus Digital Indonesia untuk menilai kredibilitas informasi dalam WonderVerse Indonesia. Adapun dimensi variabel Rute Periferal dan masing-masing indikatornya yang juga dioperasionalkan menjadi berikut:

- 1) Kredibilitas sumber, merujuk pada seberapa Kemenparekraf sebagai pemerintah yang bertanggung jawab pada sektor pariwisata dan Magnus Digital Indonesia sebagai *digital developer* dipercayai oleh pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia yang menerima persuasi. Adapun indikator-indikator dari dimensi kredibilitas sumber, yaitu:

- a) Dapat dipercaya, merujuk pada Kemenparekraf yang mendapatkan keyakinan dari pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia.
 - b) Berpengalaman, berarti memiliki pengalaman, merujuk pada Magnus Digital Indonesia yang memiliki pengalaman sebagai *digital developer* dan sudah memiliki beberapa pelatihan, keterampilan praktis terkait platform digital, salah satunya dalam bidang *marketing* (promosi).
 - c) Profesional, didefinisikan sebagai Magnus Digital Indonesia yang mewujudkan/menciptakan platform *mini-game* WonderVerse Indonesia menggunakan pengetahuan ahli atau spesialis dengan cakap/pandai.
- 2) Interaktivitas, menunjukkan adanya interaksi nyata dan teramati di antara pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia melalui platform WonderVerse Indonesia. Adapun indikator-indikator dari dimensi interaktivitas, antara lain:
- a) Resiprositas, menunjukkan adanya pertukaran peran dalam interaksi, yang berarti bahwa para pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia secara bergantian memainkan peran pengirim dan penerima.
 - b) Responsif, adalah yang sesuai, relevan, dan menjaga kelangsungan interaksi. Responsif merujuk pada sejauh mana pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia menghasilkan jawaban yang sesuai dengan pertanyaan pengguna lain, menyiratkan bahwa jawaban harus sesuai atau relevan.
 - c) Kecepatan respon, mengacu pada sejauh mana pertukaran pesan antar pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia terjadi secara langsung (*real time*).

- 3) Aksesibilitas merujuk pada seberapa mudah layanan atau konten sistem WonderVerse Indonesia dapat ditemukan dan diakses oleh pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia saat ini. Adapun 4 dimensi aksesibilitas, yaitu:
- a) Dapat dipersepsikan, menunjukkan bahwa pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia harus dapat melihat/mengetahui konten-konten WonderVerse Indonesia. Semua konten dalam WonderVerse Indonesia harus dapat diakses oleh pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia melalui indera pendengaran, penglihatan, atau perabaan. Untuk mencapai hal ini, WonderVerse menyediakan alternatif, berupa konten dalam bentuk visualisasi gambar, penjelasan audio, dan lainnya.
 - b) Dapat dioperasikan, menunjukkan bahwa pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia harus dapat berinteraksi dengan mudah dengan konten-konten dalam WonderVerse Indonesia. Oleh karena itu, WonderVerse Indonesia menyediakan fitur kontrol yang memungkinkan pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia untuk bernavigasi dengan mudah. Misalnya, tombol dan tautan harus berukuran memadai dan mudah diakses.
 - c) Dapat dipahami, menunjukkan bahwa pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia harus bisa memahami informasi dan operasi. Informasi dan fungsi yang disajikan dalam WonderVerse Indonesia mudah dimengerti oleh pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia. Konten harus dapat dipahami, dan kata-kata yang mungkin tidak akrab bagi pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia dijelaskan dengan baik.

d) Dapat diandalkan, ditunjukkan dengan kompatibilitas dengan berbagai pengguna, perangkat, dan teknologi pendukung. Hal ini menekankan bahwa WonderVerse Indonesia cocok dengan berbagai teknologi dan dirancang menggunakan format standar yang mendukung berbagai platform dan perangkat (*smartphone*, PC, dan laptop).

Keseluruhan indikator diukur menggunakan skala Interval berdasarkan bobot terendah hingga tertinggi, yaitu pilihan “Sangat Tidak Setuju” bernilai 1, pilihan “Tidak Setuju” bernilai 2, pilihan “Netral” bernilai 3, pilihan “Setuju” bernilai 4, dan pilihan “Sangat Setuju” bernilai 5.

3.5.3 Variabel Minat Berkunjung

Asumsi Philip Kotler yang menyatakan bahwa Minat Berkunjung seorang wisatawan dapat disamakan dengan minat pembelian seorang pembeli (Suwarduki et al., 2016). Menurut Schiffman dan Kanuk, minat membeli ditunjukkan dengan timbulnya suatu aktivitas psikologis yang terjadi karena muncul perasaan dan pikiran mengingini suatu barang/jasa. Maka dapat disimpulkan bahwa Minat Berkunjung merupakan suatu aktivitas psikologis pada pikiran wisatawan karena adanya ketertarikan terhadap sebuah tempat sehingga mendorongnya untuk ingin berkunjung. Adapun menurut Salim (2023), Minat Berkunjung adalah keinginan yang muncul pada seseorang dan mengarahnya pada keputusan untuk memilih objek wisata untuk dikunjungi. Minat wisatawan dalam mengunjungi sama dengan minat beli karena diukur oleh berbagai indikator yang sama (Juliana et al., 2022). Menurut Lucas and Britt, minat beli dijelaskan melalui empat indikator, yaitu:

- 1) Perhatian, adalah perhatian atau fokus seseorang terhadap suatu penawaran produk barang atau jasa.

- 2) Tertarik, ditunjukkan dengan adanya tindakan-tindakan yang menunjukkan perasaan senang dan ketertarikan terhadap suatu produk.
- 3) Keinginan, adalah tindakan-tindakan yang menunjukkan adanya dorongan atau motivasi untuk ingin memiliki.
- 4) Keyakinan, ditunjukkan dengan merasa yakin dan percaya pada kualitas, manfaat, dan keunggulan produk sehingga yakin untuk membeli.

Tabel 3.3 Operasionalisasi Konsep Variabel Minat Berkunjung

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Minat Berkunjung	Perhatian	Perhatian	20. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya mulai melihat-lihat gambar (visual) berbagai destinasi wisata Indonesia yang ada dalam WonderVerse Indonesia.
	Ketertarikan	Ketertarikan	21. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mulai memikirkan berbagai destinasi wisata yang ada di Indonesia.
			22. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mulai mencari informasi berbagai destinasi wisata yang ada di Indonesia.
	Keinginan	Keinginan	23. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya merasa ingin mengunjungi berbagai destinasi wisata yang ada di Indonesia.
Keyakinan	Keyakinan	24. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya menjadi yakin untuk mengunjungi berbagai destinasi wisata yang ada di Indonesia.	

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Dari definisi konseptualisasi tersebut, maka peneliti melakukan operasionalisasi atas indikator-indikator konsep tersebut ke dalam

pernyataan-pernyataan yang disesuaikan dengan konteks penelitian. Variabel Minat Berkunjung didefinisikan secara operasional sebagai keinginan yang muncul pada pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia dan mengarahnya pada keputusan untuk memilih destinasi wisata yang ada di Indonesia untuk dikunjungi. Adapun operasionalisasi indikator-indikator variabel minat berkunjung menjadi berikut:

- 1) Perhatian, ditunjukkan dengan adanya perhatian atau fokus dari pengguna WonderVerse Indonesia dari generasi Z Indonesia terhadap destinasi wisata yang ada di Indonesia.
- 2) Tertarik, ditunjukkan dengan adanya tindakan-tindakan yang menunjukkan perasaan senang dan ketertarikan terhadap destinasi wisata yang ada di Indonesia.
- 3) Keinginan, adalah tindakan-tindakan yang menunjukkan adanya dorongan atau motivasi untuk ingin mengunjungi destinasi wisata yang ada di Indonesia.
- 4) Keyakinan, ditunjukkan dengan merasa yakin dan percaya pada kualitas dan keunggulan destinasi wisata yang ada di Indonesia sehingga yakin untuk mengunjunginya.

Keseluruhan indikator diukur menggunakan skala Interval berdasarkan bobot terendah hingga tertinggi, yaitu pilihan “Sangat Tidak Setuju” bernilai 1, pilihan “Tidak Setuju” bernilai 2, pilihan “Netral” bernilai 3, pilihan “Setuju” bernilai 4, dan pilihan “Sangat Setuju” bernilai 5.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan melakukan pengumpulan data yang dibagi menjadi 2, yaitu:

3.6.1 Data Primer

Data primer, yaitu data yang didapatkan secara langsung dari subjek penelitian untuk menjawab persoalan/permasalahan sesuai tujuan penelitian yang dilakukan. Pada penelitian ini, data primer didapatkan melalui pengisian *post-test*. *Post-test* merupakan sejumlah pertanyaan/ Pernyataan yang diberikan kepada subjek penelitian setelah menerima perlakuan eksperimen tertentu (Khaatimah & Wibawa, 2017). Pada penelitian ini, *post-test* akan berbentuk kuesioner yang diisi langsung oleh subjek penelitian. Kuesioner akan menggunakan skala Interval yang terdiri dari suatu pernyataan dengan skala 1 sampai 5. Kuesioner *post-test* pada penelitian ini terdiri dari 24 pernyataan.

Tabel 3.4 Pernyataan Skala Interval Post-Test Eksperimen

Bobot	Skala
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Setelah subjek penelitian menyelesaikan *post-test*, data hasil kuesioner tersebut kemudian akan diolah oleh peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 29.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder dikumpulkan dengan cara dokumentasi. Dokumentasi merupakan salah satu metode mengumpulkan data dengan mencari informasi yang sudah ada. Dokumentasi melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen, termasuk dokumen tertulis, gambar, dan elektronik. Dokumentasi mencakup buku-buku relevan, laporan

kegiatan, foto, data relevan, dan sumber informasi lainnya yang tertulis (Khaatimah & Wibawa, 2017).

3.7 Uji Realibilitas Dan Uji Validitas Data

Pada penelitian ini, hasil data yang terkumpul akan diolah menggunakan software, yaitu Statistical Program for Social Science (SPSS). Software SPSS merupakan *software* khusus untuk menganalisis dan mengolah data statistik pada sebuah penelitian. Jenis SPSS yang digunakan oleh peneliti adalah SPSS versi 29.

3.7.1 Uji Realibilitas

Realibilitas ditunjukkan dengan adanya konsistensi hasil dari penerapan suatu teknik atau instrumen tertentu terhadap suatu objek yang sama secara berulang kali (Neuman, 2014). Ketika instrumen yang diterapkan berkali-kali bisa memberikan hasil yang sama, maka instrumen tersebut dapat dinilai reliabel sebagai alat mengumpulkan data dan dapat mengumpulkan informasi yang benar. Suatu instrumen dianggap reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan di dalamnya bersifat konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran yang memiliki realibilitas yang tinggi merupakan pengukuran yang bisa membentuk data yang reliabel. Adapun pengujian realibilitas pada penelitian ini dilakukan melalui software SPSS versi 29 dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel instrumen dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ (Gunawan & Sunardi, 2016).

Tabel 3.5 Hasil Pengujian Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Rute Sentral	0.761	6	Reliabel
Rute Periferal	0.808	13	Reliabel
Minat Berkunjung	0.606	5	Reliabel

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

Instrumen pernyataan dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,60 (Gunawan & Sunardi, 2016). Dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS menunjukkan bahwa ketiga variabel penelitian ini mempunyai nilai lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel instrumen pada *post-test* yang dilakukan dapat dinyatakan reliabel.

3.7.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kevalidan dari suatu instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Suatu instrumen dikatakan valid jika sesuai untuk tujuan penelitian. Sebaliknya, instrumen yang sama mungkin kurang valid atau tidak valid untuk tujuan lain (Neuman, 2014). Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan instrumen penelitian melalui kuesioner. Hasil data yang terkumpulkan kemudian akan diuji validitasnya sebagai bukti yang bisa dipertanggungjawabkan. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid jika pernyataan di dalamnya mampu merepresentasikan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Adapun uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dan *r* tabel dengan ketentuan df (*degree of freedom*) = n (jumlah sampel) - 2. Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *r* hitung > *r* tabel, maka instrumen dinyatakan valid (Slamet et al., 2023). Jumlah sampel (n) pada penelitian ini adalah 100 sehingga df dapat dihitung sebagai $100 - 2 = 98$. Dengan df 98 dan $\alpha = 0.05$, didapatkan r tabel = 0.196 (Rohman, 2022).

Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Rute Sentral

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mendapatkan informasi destinasi wisata Indonesia yang sesuai dengan kondisi sebenarnya.	0.701	0.196	Valid
2. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mendapatkan gambaran (visual)	0.740	0.196	Valid

destinasi wisata Indonesia yang menyerupai kondisi sebenarnya.			
3. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mendapatkan informasi destinasi wisata Indonesia yang lengkap menjelaskan kondisi sebenarnya.	0.703	0.196	Valid
4. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mendapatkan gambaran (visual) destinasi wisata Indonesia yang lengkap menggambarkan kondisi sebenarnya.	0.671	0.196	Valid
5. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mendapatkan informasi destinasi wisata Indonesia yang terbaru sesuai dengan kondisi sebenarnya saat ini.	0.617	0.196	Valid
6. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mendapatkan gambaran (visual) destinasi wisata Indonesia yang terbaru sesuai dengan kondisi sebenarnya saat ini.	0.619	0.196	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

Dari tabel hasil pengujian validitas variabel Rute Sentral di atas, terlihat bahwa semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel = 0.196 (nilai r tabel untuk $n = 100$). Suatu pernyataan dinyatakan valid jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai r hitung $>$ r tabel (Slamet et al., 2023). Maka, pernyataan variabel Rute Sentral dinyatakan valid semua.

Tabel 3.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Rute Periferal

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
7. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya percaya sudah mendapatkan informasi destinasi wisata Indonesia yang sesuai dengan kondisi sebenarnya karena dibuat oleh Kemenparekraf.	0.511	0.196	Valid
8. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya percaya sudah mendapatkan gambaran (visual) destinasi wisata Indonesia yang	0.470	0.196	Valid

sesuai dengan kondisi sebenarnya karena dibuat oleh Kemenparekraf.			
9. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya percaya sudah mendapatkan informasi destinasi wisata Indonesia yang tepat karena dibuat oleh Magnus Digital yang sudah berpengalaman membuat platform digital.	0.561	0.196	Valid
10. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya percaya sudah mendapatkan gambaran (visual) destinasi wisata Indonesia yang tepat karena dibuat oleh Magnus Digital yang sudah berpengalaman membuat platform digital.	0.440	0.196	Valid
11. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya percaya Magnus Digital pandai membuat platform digital, termasuk WonderVerse Indonesia.	0.624	0.196	Valid
12. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa berdiskusi secara timbal balik dengan pemain lain melalui fitur <i>chatting</i> yang ada.	0.571	0.196	Valid
13. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa menanggapi percakapan pemain lain melalui fitur <i>chatting</i> yang ada.	0.696	0.196	Valid
14. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa berdiskusi dengan pemain lain secara bersamaan (<i>real time</i>) melalui fitur <i>chatting</i> yang ada.	0.624	0.196	Valid
15. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa mendapatkan informasi tentang gambar (visual) objek tertentu dengan mudah karena diberikan keterangan berbentuk teks.	0.719	0.196	Valid
16. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa bermain dengan mudah karena tombol-tombol yang ada mempunyai ukuran yang nyaman digunakan.	0.397	0.196	Valid
17. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa memahami cara bermain dengan mudah karena bahasa yang digunakan sederhana.	0.515	0.196	Valid

18. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa memahami cara bermain dengan mudah karena ada instruksi yang jelas.	0.490	0.196	Valid
19. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya bisa bermain menggunakan perangkat yang berbeda, baik menggunakan <i>smartphone</i> , laptop, maupun PC.	0.555	0.196	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

Dari tabel hasil pengujian validitas variabel Rute Periferan di atas, terlihat bahwa semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel = 0.196 (nilai r tabel untuk $n = 100$). Suatu pernyataan dinyatakan valid jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai r hitung $>$ r tabel (Slamet et al., 2023). Maka, pernyataan variabel Rute Periferan dinyatakan valid semua.

Tabel 3.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Berkunjung

Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
20. Ketika bermain WonderVerse Indonesia, saya mulai melihat-lihat gambar (visual) berbagai destinasi wisata Indonesia yang ada dalam WonderVerse Indonesia.	0.454	0.196	Valid
21. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mulai memikirkan berbagai destinasi wisata yang ada di Indonesia.	0.635	0.196	Valid
22. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya mulai mencari informasi berbagai destinasi wisata yang ada di Indonesia.	0.728	0.196	Valid
23. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya merasa ingin mengunjungi berbagai destinasi wisata yang ada di Indonesia.	0.630	0.196	Valid
24. Setelah bermain WonderVerse Indonesia, saya menjadi yakin untuk mengunjungi berbagai destinasi wisata yang ada di Indonesia.	0.677	0.196	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

Dari tabel hasil pengujian validitas variabel Minat Berkunjung di atas, terlihat bahwa semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel = 0.196 (nilai r tabel untuk $n = 100$). Suatu pernyataan dinyatakan valid jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai r hitung $>$ r tabel (Slamet et al., 2023). Maka, pernyataan variabel Minat Berkunjung dinyatakan valid semua.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya sebuah data berdistribusi. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah residual (error) yang telah distandarisasi pada model regresi menyebar dengan normal atau tidak (Hartanto, n.d.). Hal ini diperlukan agar analisis data harus disesuaikan juga dengan kondisi alamiah data. Maksudnya adalah jangan menyampingkan naturalistik data agar hasil analisis tidak terlalu menyimpang jauh dari fakta-fakta di lapangan (Heryana, 2023). Pada penelitian ini, metode uji normalitas yang akan digunakan adalah metode *probability plot*. Adapun dasar-dasar pengambilan keputusan pada metode pengujian ini dilihat dari penyebaran residual:

- 1) Data akan dinilai normal jika penyebaran residual terjadi di sekitar garis rata-rata dan mengikuti arah garis rata-rata.
- 2) Data akan dinilai tidak normal jika penyebaran residual terjadi jauh dari garis rata-rata atau tidak mengikuti garis rata-rata. Hasil pengujian yang tidak normal seringkali disebabkan adanya nilai ekstrem dari data. Hal ini dapat terjadi ketika adanya kesalahan dalam pengambilan data atau salah pengimputan data.

Namun, penilaian berdasarkan visualisasi kurva dan plot data tidak cukup untuk membuktikan normalitas data karena bentuk kurva pada kenyataannya memiliki variasi yang berbeda sehingga menimbulkan

subjektivitas peneliti (Heryana, 2023). Untuk mendukung hasil uji normalitas tersebut, peneliti menambahkan pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Kelebihan dari metode ini adalah sederhana dan tidak menyebabkan perbedaan persepsi antara peneliti yang satu dengan yang lain (Pratama & Kes, 2019). Adapun dasar-dasar pengambilan keputusan metode pengujian ini (Nuryadi et al., 2017), yaitu:

- 1) Jika nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0.05 maka distribusi adalah tidak normal.
- 2) Jika nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0.05 maka distribusi adalah normal.

3.8.2 Uji Korelasi

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan linear antara dua variabel. Analisis korelasi ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Koefisien korelasi akan dinyatakan positif jika kedua variabel mempunyai hubungan yang searah. Pada penelitian ini, uji korelasi dilakukan menggunakan *software* SPSS dengan versi 29. Adapun jenis uji korelasi yang digunakan pada penelitian ini adalah uji korelasi *Product Momen Pearson*. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui korelasi antar variabel kontinu (yang skala datanya berupa data interval dan rasio) (Akbar et al., 2024). Adapun persamaan pengujian *Product Momen Pearson* dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi Pearson

n = Banyak pasangan nilai X dan Y

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali nilai X dan nilai Y

$\sum X$ = Jumlah nilai X

$\sum Y$ = Jumlah nilai Y

$\sum X^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

Untuk menginterpretasikan tingkat korelasi, maka dikategorikan pada kriteria sebagai berikut (Slamet et al., 2023):

Tabel 3.9 Interpretasi Koefisien Korelasi

Nilai r	Interpretasi
0,81 – 1,00	Sangat Tinggi
0,61 – 0,80	Tinggi
0,41 – 0,60	Cukup
0,21 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat Rendah

Sumber: Buku Ajar Metode Penelitian (2023)

Apabila data yang terkumpul bersifat tidak terdistribusi normal, metode analisis lain yang bisa digunakan yaitu menggunakan uji statistik non-parametrik, berupa uji *Spearman correlation* untuk menggantikan *Pearson correlation* (Heryana, 2023). Metode ini diciptakan oleh ahli metode statistika alternatif untuk mengatasi kesulitan penelitian yang menggunakan data berdistribusi tidak normal. Metode ini merupakan metode analisis data yang tidak memperhatikan bentuk distribusinya sehingga disebut juga dengan metode bebas sebaran. Hal ini dikarenakan model uji statistik metode ini yang tidak menetapkan syarat tertentu mengenai bentuk distribusi parameter populasi.