

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, data wisata dikumpulkan dengan cara penyebaran kuesioner terhadap responden. Menurut Sugiyono (2021), penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik. Sedangkan deskriptif merupakan metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif ini disesuaikan dengan tujuan penelitian yaitu untuk mendeskripsikan dan menganalisis efektivitas promosi melalui media sosial Instagram yang kemudian dianalisis dengan menggunakan *EPIC Model*.

#### **3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian**

Objek penelitian adalah suatu yang diteliti di dalam penelitian (Ansori, 2020). Objek pada penelitian ini adalah Wisata Gardenia Park Cilember, dalam penelitian ini unit analisis penelitian adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai objek penelitian (Ansori, 2020). Satuan unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yang merupakan pengunjung wisata Gardenia Park Cilember. Lokasi penelitian pada penelitian ini adalah tempat wisata Gardenia Park Cilember yang berlokasi Jl. Cilember, Kec. Cisarua, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

#### **3.3. Jenis dan Sumber Data Yang Digunakan**

##### **3.3.1. Jenis data yang digunakan**

##### **1. Data Kualitatif**

Data Kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk sifat atau kata-kata dan tidak dapat diukur besar kecilnya (Sinaga, 2019). Data kualitatif dalam penelitian ini didapatkan dari buku, jurnal, media *online* yang bersumber dari internet.

##### **2. Data Kuantitatif**

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk bilangan atau angka dan dapat diukur besar kecilnya (Sinaga, 2019). Data kuantitatif dapat diolah atau di analisis sesuai bentuknya dengan menggunakan teknik perhitungan statistika atau matematika. Data kuantitatif dalam penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuesioner.

### 3.3.2. Sumber data penelitian

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti langsung dari sumber datanya. Data primer juga disebut data asli atau data baru yang memiliki sifat terbaru (Sinaga, 2019). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang disebarakan kepada responden wisata Gardenia Park Cilember.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber yang telah ada sebelumnya (Sinaga, 2019). Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan melalui buku, jurnal, media *online* yang bersumber dari internet.

### 3.4. Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

| Variabel                                               | Dimensi           | Indikator                                                                                                                                                                                                                                        | Skala   |
|--------------------------------------------------------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Efektivitas Promosi (X)<br><br>(Freddy Rangkuti, 2009) | <i>Emphaty</i>    | 1. Promosi yang dilakukan Wisata Gardenia Park Cilember berkesan<br>2. Kesesuaian konten Instagram dengan kebutuhan para <i>audiens</i> (pengunjung)<br>3. Kemampuan konten untuk membangkitkan perasaan para pengunjung dalam menarik perhatian | Ordinal |
|                                                        | <i>Persuasion</i> | 1. Muncul rasa ingin tahu lebih jauh mengenai wisata<br>2. Kemampuan promosi dalam meyakinkan wisatawan untuk berkunjung.<br>3. Promosi yang ditampilkan sangat kreatif.                                                                         | Ordinal |
|                                                        | <i>Impact</i>     | 1. Promosi yang disampaikan memberi pengetahuan kepada pengunjung mengenai destinasi wisata Gardenia Park Cilember.<br>2. Keputusan Untuk mengunjungi destinasi wisata<br>3. Promosi yang disampaikan meningkatkan ketertarikan                  | Ordinal |

|  |                      |                                                                                                                                                                              |         |
|--|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|  |                      | <i>audiens</i> terhadap destinasi wisata.                                                                                                                                    |         |
|  | <i>Communication</i> | 1. Promosi yang disampaikan memberikan informasi yang jelas.<br>2. Promosi yang disampaikan mudah dimengerti.<br>3. Penyampaian promosi pada <i>platform</i> Instagram unik. | Ordinal |

### 3.5. Metode penarikan sampel

Metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti.

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2021), menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas serta ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti buat dipelajari dan setelah itu diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata Gardenia Park yang sudah pernah berkunjung ke wisata minimal 1 kali. Jumlah pengunjung per tahun 2024 adalah sebanyak 6.878.

#### b. Sampel

Menurut Sugiyono (2021), menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah serta ciri-ciri yang dipunyai oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pengunjung atau wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke wisata Gardenia Park minimal 1 kali. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus slovin. Slovin digunakan dalam pengambilan sampel ini karena populasinya diketahui. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut (*followers*) instagram wisata Gardenia Park Cilember dengan jumlah 2.768. Maka sampel dalam penelitian ini jika menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel

N: Jumlah Populasi

e: batas toleransi kesalahan (*error tolerance*), kesalahan yang dapat ditoleransi dalam *level of confident* tertentu. Sesuai dengan standar penelitian yang sudah ada digunakan perhitungan tingkat eror 10%

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

$$n = \frac{2.768}{1 + (2.768)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.678}{27,78}$$

$$n = 96,40$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin, maka diperoleh minimal sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96,40 responden, yang dibulatkan menjadi 100 responden.

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability* sampling. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan/peluang yang sama kepada setiap unsur atau anggota dalam populasi untuk dipilih sebagai sampel (Sugiyono, 2021). Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik yaitu pengunjung atau wisatawan yang sudah pernah berwisata di wisata Gardenia Park minimal 1 kali dan mengetahui Instagram wisata Gardenia Park Cilember serta *followers* Instagram Gardenia Park Cilember.

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Wawancara

Wawancara langsung dengan salah satu pimpinan wisata Gardenia Park untuk memperoleh informasi dan keterangan secara lebih jelas.

2. Observasi

Melakukan observasi langsung terhadap aktivitas wisata yang terkait dengan kegiatan.

3. Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan membuat kuesioner berupa pernyataan dan pertanyaan, yang dibagikan kepada para responden yaitu pengunjung wisata Gardenia Park. Skala pengukuran yang digunakan untuk kuesioner yaitu skala *likert*, skala ini merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Berikut bentuk skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 2 Skala *Likert*

| Jawaban             | Inisial | Skor atau Nilai |
|---------------------|---------|-----------------|
| Sangat Tidak Setuju | STS     | 1               |
| Tidak Setuju        | TS      | 2               |
| Kurang Setuju       | KS      | 3               |
| Setuju              | S       | 4               |
| Sangat Setuju       | SS      | 5               |

Sumber: Sugiyono 2021

### 3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data

Menurut Sugiyono (2021), analisis data adalah kegiatan setelah mengumpulkan semua data dari responden atau dari sumber data lainnya, dengan mengelompokkan, mentabulasi, menjadikan dan melakukan perhitungan. Penelitian ini menggunakan EPIC model yang berfungsi untuk mengetahui tingkat efektivitas dari menggunakan sosial media Instagram dengan mengukur dimensi *Empathy*, *Persuasion*, *Impact* dan *Communication* pada wisata Gardenia Park. Adapun pengolahan datanya yang pertama dilakukan uji validitas dan reliabilitas kemudian menghitung tabulasi sederhana menggunakan rentang skala penilaian dan Langkah selanjutnya menentukan nilai *EPIC rate*.

#### 3.7.1. Uji Validitas

Menurut Sinambela (2022), validitas adalah penelitian yang digambarkan sebagai derajat ketepatan instrumen penelitian dengan makna sebenarnya yang diukur. Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah instrumen layak untuk digunakan dalam penelitian, dan untuk mencapai hasil pengukuran yang sesuai dengan tujuan pengukuran atau benar-benar mengukur apa yang diukur. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS Statistic.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dihitung berdasarkan responden ( $n$ ) = 30 responden, nilai yang diambil yaitu  $df = n - 2 = 30 - 2 = 28 \rightarrow r$  tabel = 0,361

Kriteria pengujian validitas penelitian sebagai berikut:

1. Jika  $>$  0,361 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
2. Jika  $<$  0,361 maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

#### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu derajat ketelitian, ketepatan dan keakuratan yang ditunjukkan oleh suatu alat ukur atau instrumen pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan apakah instrumen penelitian yang digunakan benar-benar bisa mengukur apa yang ingin diketahui oleh peneliti. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS Statistik. dengan uji *statistic Croanbach"s Alpha* (Sinambela, 2022).

Uji reliabilitas dianggap baik apabila nilai *Croanbach"s Alpha* 0,60. Apabila reliabilitas kurang dari 0,60 dianggap buruk, reliabilitas dalam kisaran 0,70 dapat diterima, dan reliabilitas yang melebihi 0,80 adalah baik. Penentuan apakah instrumen tersebut reliabel atau tidak digunakan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai *Croanbach"s Alpha*  $>$  0,60, maka instrumen dinyatakan reliabel.

2. Jika nilai *Croanbach's Alpha* < 0,60, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

### 3.7.3. EPIC Model

1. Tabulasi sederhana

Dalam analisis sederhana data yang diperoleh dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Sumber: Reyfaldi dan Megayani (2020)

Keterangan:

P : persentase responden yang memilih kategori tertentu

fi : jumlah responden yang memilih kategori tertentu

$\sum fi$  : banyaknya jumlah responden

2. Skor rata – rata

Skor jawaban responden dari pertanyaan yang diberikan, diberi bobot. Cara menghitung skor adalah dengan menjumlahkan seluruh hasil kali nilai masing-masing bobotnya dibagi dengan jumlah total frekuensi. Rumus penghitungnya:

$$X = \frac{\sum fi.wi}{\sum fi} \times 100\%$$

Sumber: Reyfaldi dan Megayani (2020)

Keterangan:

X : rata – rata berbobot

fi : frekuensi

wi : bobot

Setelah itu, digunakan rentang skala penilaian untuk menentukan posisi tanggapan responden dengan menggunakan nilai skor setiap negatif. Bobot negatif jawaban yang terbentuk dari teknik skala peringkat terdiri dari kisaran antara 1 sampai 5 yang menggambarkan posisi yang sangat negatif ke posisi yang positif, dengan rumus sebagai berikut

$$RS = \frac{R(Bobot)}{m}$$

Sumber: Reyfaldi dan Megayani (2020)

Keterangan:

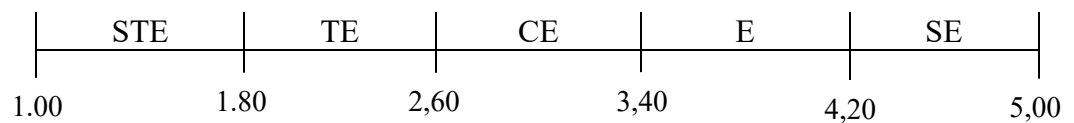
R bobot: Bobot terbesar – bobot terkecil

N : Banyak kategori bobot

Rentang skala likert yang digunakan pada penelitian ini adalah 1 sampai 5, maka rentang skala yang penilaian yang didapat adalah:

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sehingga posisi keputusan menjadi:



Sumber: Reyfaldi dan Megayani (2020)

Tabel 3. 3 Rentang Penilaian EPIC Model

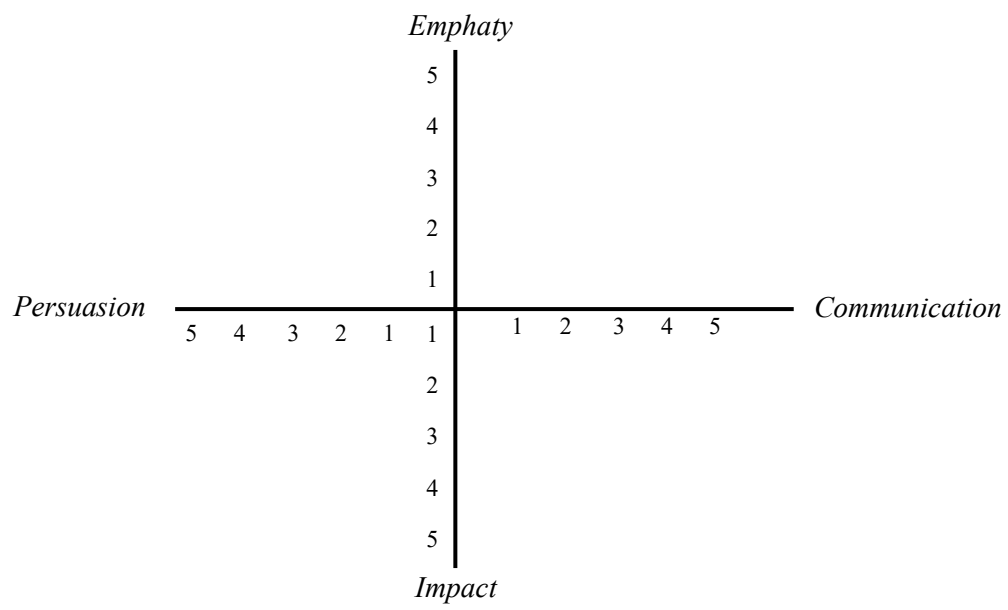
| No | Rentang skala | Kriteria Keputusan  |
|----|---------------|---------------------|
| 1  | 1,00 – 1,80   | Sanga tidak efektif |
| 2  | 1,81 - 2,60   | Tidak efektif       |
| 3  | 2,61 – 3,40   | Cukup efektif       |
| 4  | 3,41 – 4,20   | Efektif             |
| 5  | 4,21 – 5,00   | Sangat Efektif      |

Sumber: Reyfaldi & Megayani (2020)

### 3. EPIC rate

Setelah menghitung rentang skala selanjutnya menghitung nilai epic rate dengan rumus sebagai berikut:

$$EPIC\ rate = \frac{xEmpathy + xpersuasion + ximpact + xcommunication}{N}$$



Sumber: Reyfaldi dan Megayani (2020)

Gambar 3. 1 Kerangka EPIC Model (AC Nielsen)