

Analisis Pengaruh Faktor *Interinsik* Dan *Eksterinsik* Terhadap Minat Berkunjung Objek Wisata Kota Tua

(Rizki Amelia¹, Adella Patricia²)

*rizki.amelia@podomorouniversity.ac.id*¹, *Adella.patricia@podomorouniversity.ac.id*²

Abstract

This study aims to analyse the influence of intrinsic and extrinsic factors on the interest of visiting the old city tourist attraction located in the North Jakarta number. By using quantitative descriptive research methods. From 125 respondents, the intrinsically influential interest in visiting the old city is knowledge. While extrinsic factors are strongly influenced by tourism attraction and accessibility of destinations. It is recommended that this research can be continued by using other variables or carried out in other old cities in Indonesia.

Keywords: *Intrinsic and extrinsic factors, interest in visiting, Tourism Objects, Jakarta Old Town.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor *intrinsik* dan *ekstrinsik* terhadap minat berkunjung objek wisata kota tua yang terletak di bilangan Jakarta Utara. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Dari 125 responden didapatkan hasil faktor yang mempengaruhi minat berkunjung ke kota tua secara intrinsik adalah *knowledge*. Sedangkan faktor ekstrinsik sangat kuat dipengaruhi oleh *tourism attraction* dan *accessibility of destination*. Disarankan penelitian ini dapat dilanjutkan dengan menggunakan variabel lainnya, atau dilakukan di kota tua lainnya yang ada di Indonesia.

Kata kunci: Faktor intrinsik dan ekstrinsik, minat berkunjung, Objek Wisata, Kota Tua Jakarta.

¹ Program Studi Bisnis Hotel. Universitas Agung Podomoro

² Program Studi Bisnis Hotel. Universitas Agung Podomoro

Pendahuluan

Pariwisata menurut Soemanto (2010), merupakan suatu kegiatan yang sangat penting bagi suatu negara. Istilah dari suatu perjalanan yang sudah direncanakan dan dilakukan minimal dalam waktu 24 jam atau lebih dapat bersifat ekonomis, bisnis, perdagangan dan industry, menikmati alam, hobi, pendidikan, kunjungan keluarga, pemulihan kesehatan, melakukan pekerjaan setengah tetap, dan semua kebutuhan yang tinggal di daerah tujuan maupun tersedia atau terpenuhi. Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang sangat dibutuhkan oleh setiap individu. Karena, pariwisata bersifat multifungsi baik fisik, *social*, ekonomi, dan budaya yang mana dapat menjadi sebuah aktifitas untuk relaksasi menghilangkan kepenatan bekerja dan meningkatkan kekreatifitasan wisatawan (Soemanto, 2010) Selanjutnya, pariwisata di Indonesia memiliki cangkupan produk yang luas, dari wisata alam, budaya, sejarah, wisata buatan, sampai beragam wisata minat khusus lainnya. Dengan beragamnya jenis objek wisata yang dimiliki Indonesia menyebabkan pemerintah mendapatkan peluang untuk menjadikan sector pariwisata sebagai salah satu pendapatan nasional tertinggi kedua. (Chandra, Ardan Adhi; Damarjati, Danu,2017).

Provinsi DKI Jakarta merupakan ibu kota dari negara Indonesia yang memiliki luas sebesar 662.3 km² dan dihuni oleh 11.200.000 orang. Biasanya, DKI Jakarta disebut sebagai Kota Metropolitan karena dikenal dengan kesibukannya baik dalam hal bisnis maupun politik. Selain itu, kota Jakarta sendiri memiliki populasi tertinggi dibandingkan dengan kota-kota lainnya. Sebelum diberi nama DKI Jakarta, ibu kota negara ini sempat bernama Batavia pada masa penjajahan Belanda. Oleh karena itu, DKI Jakarta memiliki beberapa peninggalan masa penjajahan yang kini dijadikan tempat wisata sekaligus tempat untuk mengedukasi pengunjung mengenai Jakarta pada masa lampau. Tempat wisata peninggalan masa penjajahan tersebut berpusat di daerah perbatasan Jakarta Barat dan Jakarta Utara yang dikenal masyarakat dengan nama Kota Tua. (Indonesia Investments, 2017).

Keberadaan Objek Wisata Kota Tua beserta peninggalan sejarahnya menjadikan wilayah tersebut memiliki daya tarik tersendiri karena keindahan desain arsitekturnya. Kota Tua terletak di tempat yang sangat strategis, spesifiknya tempat ini terletak di daerah Pinangsia, Jakarta Barat. Tepatnya di jalan Ketumbar, Kelurahan Pinangsia, Kecamatan Taman Sari, Kota Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta. Daerah wisata Kota Tua memiliki luas 1.3 km² yang melintasi Jakarta Barat dan Jakarta Utara, sekitar 15 menit dari pusat kota Jakarta (Yok, 2019).

Menurut Noviard di dalam Tristanto (2019), jumlah wisatawan domestik yang mengunjungi objek wisata Kota Tua berjumlah 30.664 orang di hari Rabu, 5 Juni 2019, pada hari pertama perayaan Idul Fitri 1440 Hijriah. Untuk mengembangkan wisata Kawasan Kota Tua, terbagi menjadi 5 zona wisata. Zona-zona tersebut mencakup Pelabuhan Sunda Kelapa sebagai zona pertama, Taman Fatahillah sebagai zona kedua, Kawasan Pecinan Glodok sebagai zona ketiga, Kawasan Kampung Arab Pekojan sebagai zona keempat, dan Kawasan Glodok sebagai zona kelima yang merupakan zona pendukung. Zona tersebut telah meningkatkan perkembangan jumlah wisatawan dalam negeri di Kota Tua, Jakarta. (Tristanto, 2019).

Dalam pemilihan objek wisata, para pengunjung dipengaruhi oleh motivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat, karena motivasi merupakan faktor penggerak yang muncul dari dalam diri manusia untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan. Dengan kata lain, motivasi merupakan suatu pemikiran yang mampu menghasilkan suatu tindakan yang dilakukan oleh individu. Menurut sumber

dalam Wawasan Edukasi 2017), Motivasi yang timbul dalam diri seseorang dibedakan menjadi dua. Yang pertama motivasi intrinsik dan yang kedua adalah motivasi *ekstrinsik*. Motivasi intrinsik adalah motivasi yang timbul dari dalam diri seseorang tanpa adanya rangsangan dari luar dan Motivasi Ekstrinsik adalah faktor penggerak yang muncul dari luar individu.

Menurut Pitana dan Gayatri (2005:66) motivasi yang melatarbelakangi wisatawan berkunjung ke Kota Tua antara lain faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan (*push factors*) dan faktor-faktor penarik motivasi wisatawan (*pull factors*). Faktor-faktor pendorong dan penarik ini merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan dalam melakukan perjalanan. Faktor pendorong umumnya bersifat sosial- psikologis, merupakan *person specific motivator*. Menurut Alghamdi (2007:46) faktor-faktor pendorong yang memotivasi wisatawan untuk berwisata terdiri dari, *escape motives, relaxation, prestige, family and friend togetherness, knowledge, sport motivations, adventure, enjoying natural resources, desire for sex, motivations of alcohol consumption*, sedangkan Hermansyah & Waluya (2012) juga melakukan penelitian yang disesuaikan dengan kondisi di lapangan yaitu *escape motives, relaxation, family and friend togetherness, dan knowledge* (Alghamdi 2007:46). (Hermansyah & Waluya, 2012). Sedangkan faktor-faktor penarik motivasi wisatawan (*pull factors*). Faktor penarik merupakan destination specific attributes. Berbagai faktor penarik yang seharusnya dimiliki oleh daerah tujuan wisata untuk menjadi destinasi pilihan adalah yang memenuhi “*needs dan wants*” yaitu: cuaca/ Iklim Destinasi, transportasi, akses.

Motivasi para pengunjung Objek Wisata Kota Tua perlu diketahui, agar pengembangan wisata Kota Tua dapat dilaksanakan secara efektif dan sempurna. Berdasarkan uraian diatas, uraian tersebut menarik perhatian untuk dilakukan penelitian mengenai “Pengaruh Faktor-Faktor *Intrinsik* dan *Ektrinsik* Terhadap Minat Berkunjung Objek Wisata Kota Tua”.

Keberadaan Objek Wisata Kota Tua beserta peninggalan sejarahnya menjadikan wilayah tersebut memiliki potensi tersendiri karena keindahan desain arsitekturnya, serta didukung dengan jumlah penduduk di Jakarta yang cukup banyak seperti Pelabuhan Sunda Kelapa, Taman Fatahillah, Kawasan Pecinan Glodok, Kawasan Kampung Arab Pekojan, Kawasan Glodok. Zona tersebut memiliki potensi perkembangan jumlah wisatawan dalam negeri di Kota Tua Jakarta. Bersumber dari latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yaitu: 1. Belum diketahuinya pengaruh dari faktor intrinsik yang terdiri dari *escape motives, relaxation family and friends' togetherness, dan knowledge* dalam penentuan minat wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Kota Tua. 2. Belum diketahuinya pengaruh dari faktor ekstrinsik yang terdiri dari *weather/climate, accessibility of destination, tourism attraction, dan involvement security agency* dalam minat berkunjung wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Kota Tua.

Tinjauan Pustaka

Destinasi Wisata

Definisi destinasi wisata menurut Hu & Ritchie (1993), destinasi adalah sebuah paket yang terdiri dari berbagai fasilitas dan layanan pariwisata yang seperti produk jasa yang lainnya, terdiri dari sejumlah atribut multidimensi yang Bersama-sama

menentukan daya tariknya bagi individu tertentu dalam situasi pilihan tertentu. Destinasi juga telah dianggap sebagai kombinasi dari produk, layanan dan pengalaman pariwisata yang disediakan secara lokal (Buhalis, 2000; Cooper et al., 1998) atau sebagai unit tindakan dimana berbagai pemangku kepentingan seperti kalangan swasta dan organisasi publik berinteraksi (Saraniemi & Kylänen, 2011; Bregoli dan Del Chiappa, 2013; Tuohino & Konu (2014). Dari perspektif manajemen pemasaran (Kotler dkk., 1999), destinasi dianggap sebagai produk komoditas tradisional dan oleh karena itu, *aglomerasi* fasilitas dan layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan.

Objek Wisata

Menurut Peraturan Pemerintah No.24 Tahun 1979 objek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi. Sedangkan dalam Undang-Undang Pariwisata No 10 tahun 2009 obyek wisata ialah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Ridwan (2012) mengemukakan pengertian objek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Sedangkan menurut Yoeti (1985) pengertian objek wisata lebih banyak menggunakan istilah "*tourist attraction*" yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang yang mengunjungi suatu daerah tertentu. Pendapat lain dari Fandeli dalam Asriandy (2016), mengemukakan bahwa objek wisata adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya, serta sejarah bangsa, dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan.

Motivasi

Motivasi menurut Sardiman (2006) merupakan daya penggerak dari dalam untuk melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan. Sedangkan menurut Mulyasa (2003) motivasi adalah tenaga pendorong atau penarik yang menyebabkan adanya tingkah laku ke arah suatu tujuan tertentu. Pengertian lain dikemukakan oleh Dalyono (2005) motivasi adalah daya penggerak/pendorong untuk melakukan sesuatu pekerjaan, yang bisa berasal dari dalam diri dan juga dari luar. Pendapat Mc. Donald (dalam Sardiman 2007) menyebutkan bahwa motivasi sebagai perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya "*feeling*" dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Dari pengertian Mc. Donald ini mengandung tiga elemen penting yaitu: Bahwa motivasi itu mengawali terjadinya perubahan energi pada diri setiap individu manusia (walaupun motivasi itu muncul dari dalam diri manusia), penampakannya akan menyangkut kegiatan fisik manusia, Motivasi di tandai dengan munculnya, rasa atau "*feeling*" yang relevan dengan persoalan-persoalan kejiwaan, afeksi dan emosi serta dapat menentukan tingkah-laku manusia, Motivasi akan terangsang karena adanya tujuan dan tujuan ini akan menyangkut soal kebutuhan. Dan pendapat lainnya menyatakan motif dapat diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan

aktifitas-aktifitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Bahkan motif dapat dikatakan sebagai suatu kondisi intern (kesiapsiagaan). Berawal dari kata motif itu, maka motivasi dapat diartikan sebagai daya penggerak yang telah menjadi aktif. Motif menjadi aktif pada saat-saat tertentu, terutama bila kebutuhan untuk mencapai tujuan sangat dirasakan atau mendesak (Sardiman 2007).

Minat Berkunjung

Menurut Shadily (1987) kata “minat” berasal dari Bahasa Inggris *interest* perhatian, yaitu kecenderungan bertingkah laku yang terarah terhadap kegiatan objek kegiatan atau pengalaman tertentu. Minat mempunyai hubungan dengan intensionalitas, yaitu keterarahan dan pengarahannya sebagai tanda penting bagi semua gejala hidup. Kecenderungan ini berbeda dalam intensitasnya pada setiap individu”.

Menurut Kinnear dan Taylor dalam Thamrin (2003) minat beli didefinisikan sebagai tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan keputusan pembelian. Setelah konsumen melakukan keputusan pembelian tahap selanjutnya konsumen tersebut dapat merasakan puas setelah mengkonsumsi produk tersebut. Kepuasan seorang konsumen ini akan menumbuhkan perilaku loyal, dan mempunyai komitmen terhadap produk, dimana pada akhirnya akan menimbulkan minat membeli ulang produk tersebut dimasa yang akan datang. Dalam penelitian tentang minat dan perilaku konsumen, menjelaskan bahwa minat sering diestimasi atau diartikan dengan teknik-teknik yang didasarkan pada asumsi kesukaan konsumen terhadap merek, pangsa pasar, serta keamanan untuk membeli ulang (Dharmesta, 1995: 40).

Cronin dan Taylor (1992) dalam jurnalnya mendefinisikan minat beli ulang sebagai perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon secara positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan akhirnya memunculkan minat kunjung ulang pada perusahaan tersebut atau minat beli ulang produk tersebut. Kualitas produk disini mempunyai daya tarik produk yang baik, sehingga dapat menimbulkan kesan positif terhadap pelanggan yang mengkonsumsi produk tersebut, yang kemudian memunculkan minat untuk membelinya kembali dilain waktu.

Minat beli kembali didefinisikan sebagai *purchase intention* yaitu keinginan yang kuat untuk membeli kembali (Fullerton dan Taylor dalam Basiya dan Rozak, 2012). Menurut Miller, Glawter, dan Primban dalam Basiya dan Rozak (2012) mendefinisikan *purchase intention* adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Definisi ini diasumsikan sebagai anteseden langsung dari perilaku. Penerapannya dalam penelitian terhadap definisi *purchase intention* adalah pelanggan akan melakukan tindakan pembelian kembali diwaktu yang akan datang sebagai respon langsung dari perilaku pasca pembelian dalam jangka waktu tertentu.

Purchases intention dalam hubungannya dengan kunjungan wisatawan dalam pembelian jasa pariwisata disebut sebagai *behavior attention to visit*. Pengembangan konseptualisasi model hubungan antara kualitas pelayanan yang dirasakan, nilai pelayanan, dan kepuasan serta pengaruh relatifnya terhadap perilaku minat beli (Basiya dan Rozak, 2012).

Metode Penelitian

Desain Penelitian merupakan kerangka kerja atau rencana untuk melakukan studi yang akan digunakan sebagai pedoman dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Dalam melakukan suatu

penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan dan pelaksanaan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis. Desain penelitian harus sesuai dengan metode penelitian yang dipilih (Nasehudin dan Gozali, 2012).

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal. Penelitian kausal merupakan penelitian yang memiliki tujuan utama membuktikan hubungan sebab akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang diteliti (Istijanto, 2005). Dalam hal ini, peneliti akan berusaha untuk menentukan variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2014) variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan, variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Dengan menggunakan penelitian kausal dalam penelitian ini, maka penulis ingin mengetahui seberapa besar variabel independen yaitu *escape motives* (x_1), *relaxation* (x_2), *family and friends' togetherness* (x_3), *knowledge* (x_4), *weather* (x_5), *accessibility of destination* (x_6), *tourism attractions* (x_7), *involvement of tourism institutions* (x_8) dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu minat berkunjung (y).

Jenis Data

Metode penelitian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Filsafat positivisme memandang realitas/gejala/fenomena itu diklasifikasikan, relative tetap, konkrit, teramati, terukur dan hubungan gejala bersifat sebab akibat.

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti akan menggunakan instrument untuk mengumpulkan data. Instrument adalah alat untuk mengumpulkan data (Nasehudin dan Gozali, 2012). Instrument penelitian digunakan untuk mengukur nilai variable yang diteliti. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Pada penelitian ini menggunakan alat pengukuran yaitu skala likert. Sugiono (2014) mengatakan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variable. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor. Skor tertinggi diberikan pada jawaban sangat positif.

Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi, sebaiknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data dari variable yang diteliti secara tepat (Sunyoto, 2011).

Uji Validitas digunakan untuk menguji seberapa cermat suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan alat statistic. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan rumus Product Moment. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r hitung dengan r table.

Penentuan kevalidan suatu instrument diukur dengan membandingkan r - hitung dengan r - table. Jika r -hitung $>$ r -tabel atau nilai sig $r < 0,05$ dikatakan valid, sedangkan jika r -hitung $<$ r -tabel atau nilai sig $r > 0,05$ dikatakan tidak valid. Jika terdapat butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut dikeluarkan dan proses analisis diulang untuk butir valid saja.

Uji Reliabilitas

Umar (2003) menjelaskan Uji Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Secara konsep, pertanyaan dianggap

konsisten jika menghasilkan jawaban yang sama atau hamper sama dengan kelompok responden yang berbeda.

Hasil perhitungan reliabilitas berdasarkan rumus-rumus yang digunakan selanjutnya dipadukan dengan nilai range atau ketentuan yang telah ditetapkan secara statistic.

Butiran kuesioner dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten. Untum menentukan reliabel dalam penelitian ini menggunakan Cronbach Alpha > 0.60 dan tidak reliabel juga sama dengan atau dibawah 0.60.

Uji Normalitas

Uji asumsi klasik normalitas akan menguji data variable bebas (X) dan kata variable terkait (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variable bebas dan data variable terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali (Sunyoto, 2011).

Hasil dan Pembahasan

Dalam deskripsi keseluruhan responden, data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan pada 125 responden akan ditampilkan. Melalui survei kuesioner, kami mengumpulkan data tentang Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Interinsik dan Eksterinsik Terhadap Minat Berkunjung Objek Wisata Kota Tua untuk mendapatkan data dan informasi penting yang terkait dengan masalah ini. Dalam laporan ini, data tentang profil responden akan diberikan, termasuk jenis kelamin, status, latar belakang pendidikan dan usia.

Tabel 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
Laki-laki	44	35.2
Perempuan	81	64.8
Total	125	100%

Sumber: Dokumentasi Peneliti 2020

Berdasarkan tabel diatas, jenis kelamin responden terdiri dari pria dan wanita. Setelah membagikan kuesioner, maka ditentukan sampel responden dengan cara berikut. Seperti dapat dilihat dari tabel, dari total 125 responden, jika mereka diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, responden sebagian besar perempuan, yaitu 81 responden, terhitung 64,8%, sedangkan laki-laki adalah 44 responden atau 35,2%. Tabel ini mencantumkan data pribadi yang dibagi berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2 Jumlah Responden Berdasarkan Status

Status	Jumlah Responden	Persentase %
Menikah	0	0
Belum Menikah	124	99.2
Duda/Janda	1	0.8
Total	125	100%

Sumber: Dokumentasi Peneliti 2020

Untuk status para responden, sebagian besar adalah belum menikah dengan persentase 99,2% atau 124 responden. Sedangkan untuk 1 responden yang lain, atau 0,8% itu adalah duda/janda. Seperti data dalam tabel tersebut, bisa kita lihat persentase untuk yang menikah adalah 0% atau 0 responden.

Tabel 3 Jumlah Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan

Latar Belakang Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase %
SMP	1	0.8
SMU	101	80.8
Diploma	7	5.6
Sarjana	16	12.8
Total	125	100%

Sumber: Dokumentasi Peneliti 2020

Dari tabel diatas, untuk responden dengan latar belakang pendidikan SMP berjumlah 1 atau 0,8%, lalu terdapat 101 responded atau 80,8% yaitu untuk responden dengan latar belakang pendidikan SMU, untuk diploma diketahui 7 responden atau 5,6%, sedangkan untuk sarjana terdapat 16 responden atau 12,8%.

Tabel 4 Jumlah Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah Responden	Persentase %
<17	14	11.2
18-20	74	59.2
21-23	32	25.6
24-26	3	2.4
>27	2	1.6
Total	125	100%

Sumber: Dokumentasi Peneliti 2020

Kesimpulan persentase tertinggi adalah responden berumur 18 hingga 20 tahun dengan jumlah 74 orang atau 59,2%, untuk responden dengan umur dibawah 17 tahun berjumlah 14 orang atau 11,2%, responden dengan umur 21 hingga 23 tahun berjumlah 32 orang atau 25,6%, responden dengan umur 24 hingga 26 tahun berjumlah 3 orang atau 2,4%, sedangkan persentase terendah adalah responden berumur lebih dari 27 tahun dengan jumlah 2 orang atau 1,6%. Anda dapat melihat data responden berdasarkan umur dalam tabel.

Berdasarkan dari hasil kuesioner yang didapatkan, untuk total responden yang kami dapatkan, terkumpul sebanyak 125 responden, yang terdiri dari 44 (35,2%) laki-laki dan 81 (64,8%) perempuan, yang di mana perempuan mendominasi responden pada penelitian kali ini. Jumlah tersebut juga diyakini karena perempuan lebih memperhatikan hal-hal kecil di sekelilingnya. Selain itu status yang dimiliki oleh para responden didominasi oleh status lajang/belum menikah dengan jumlah 124 orang (99,2%) dan hanya ada 1 orang (0,8%) partisipan yang berstatus duda/janda. Untuk jenjang pendidikan dan juga rentang umur, pelajar SMU yang mendominasinya dengan jumlah 101 orang (80,8%) dan rentang umur dari 18-20 tahun dengan angka sebanyak 74 (59,2%) orang. Dalam penelitian kali ini kami mengetahui bahwa lebih dari 90% responden kami merupakan orang-orang yang berada di generasi Z dan kami meyakini bahwa orang-orang di generasi ini lebih kritis dibandingkan dengan generasi lainnya (Kertati, 2018), dan tidak bisa dipungkiri dengan fakta bahwa tidak banyak pelajar yang memilih Kota Tua sebagai tujuan wisatanya, karena seperti yang diketahui, para pelajar lebih memilih mall untuk ke bioskop atau cafe untuk mencoba tempat baru sebagai tempat wisata tujuan mereka. Menurut Quigley, Sandra Rianna (2012), desain interior pada suatu bangunan atau ruang dapat memberikan persepsi visual bagi yang berada didalamnya dan tanpa disadari desain pada interior suatu bangunan atau ruang dapat mempengaruhi efek psikologis bagi manusia, (maka kita bisa yakin bahwa mall dan cafe dengan interior yang bagus lebih menarik minat para remaja.

Escape Motives

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah kami lakukan pada 125 responden yang mayoritas berasal dari Generasi Z, kami dapat menyatakan bahwa berkunjung ke Objek Wisata Kota Tua dengan motif rasa ingin bebas dari pekerjaan dan juga rasa ingin keluar dari hiruk-pikuk kepenatan Ibukota Jakarta masih cukup minim karena berdasarkan data dari lokadata.com mengatakan bahwa Generasi Z

cenderung lebih memilih hiburan melalui platform yang berada pada smartphone yang mereka miliki dibandingkan dengan berkunjung ke tempat seperti Objek Wisata Kota Tua (RJ, 2018). Motif ingin merasakan kebebasan dari pekerjaan dengan mengunjungi Objek Wisata Kota Tua tidak disetujui oleh sebagian besar pengunjung dengan jumlah responden Tidak Setuju 39 orang atau 31,2% dan Sangat Tidak Setuju 15 orang atau 12%. Oleh karena itu, kami mendapatkan hasil bahwa pengunjung Objek Wisata Kota Tua memiliki motif tersendiri yang lain dari *Escape Motives*.

Relaxation

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah kami lakukan pada 125 responden, kami dapat menyatakan bahwa dengan berkunjung ke Objek Wisata Kota Tua Jakarta dinilai kurang berpengaruh terhadap tingkat relaksasi pikiran pengunjung. Begitu pula dengan variabel relaksasi fisik. Responden menilai bahwa dengan mengunjungi Objek Wisata Kota Tua terasa tidak begitu membuat mereka merasa rileks secara fisik. Oleh karena itu, dengan mengunjungi Objek Wisata Kota Tua masih dinilai kurang efektif dalam rangka memberikan sensasi rileks terhadap pengunjung karena persentase Netral - Sangat Tidak Setuju lebih besar dibandingkan persentase Netral - Sangat setuju.

Family and friend's togetherness

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah kami lakukan pada 125 responden, pengunjung setuju dengan berkunjung ke Objek Wisata Kota Tua Jakarta pengunjung dapat berkumpul dan berinteraksi sosial dengan teman mereka. namun disisi lain, pengunjung berpendapat bahwa mereka tidak setuju dengan pernyataan jika dengan berkunjung ke Objek Wisata Kota Tua Jakarta pengunjung dapat menghabiskan waktu berkumpul dengan sanak keluarga dikarenakan oleh beberapa hal salah satunya adalah mengunjungi Kota Tua dianggap kurang nyaman dibandingkan dengan gaya liburan Generasi Z yang cenderung menghabiskan waktu liburan bersama keluarga atau temannya dengan berkunjung ke Wisata Alam dengan open trip yang dapat dicari melalui Instagram. Lebih tepatnya, generasi z yang merupakan dominasi utama penelitian ini lebih cenderung memilih liburan ke tempat-tempat yang sudah dijadikan sebagai konten media sosial. (Mengenal Gaya Travelling Generasi Z, 2019).

Knowledge

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah kami lakukan pada 125 responden, dengan mengunjungi Objek Wisata Kota Tua pengunjung mendapatkan informasi mengenai Sejarah Indonesia dengan baik, yang mana tercatat dalam data hasil variabel Knowledge mengenai Sejarah Indonesia total persentase kriteria Setuju dan Sangat Setuju mencapai angka 68%. Namun, melihat hasil persentase pengunjung yang memiliki motif tujuan yang sama ketika mengunjungi Objek Wisata Kota Tua dinilai kurang berpengaruh, dengan angka 50,4% untuk kriteria Netral karena di masa kini orang-orang cenderung bepergian dengan kelompoknya sendiri dan cenderung lebih sulit untuk tiba-tiba berkenalan dengan orang yang belum mereka kenal bahkan tahu sedikitpun karena pada masa kini setiap orang memiliki ketakutannya sendiri terhadap orang asing dilatarbelakangi oleh tingginya tingkat kriminal. Penulisan hasil dapat dilakukan dengan mencantumkan gambar/grafik/tabel, tetapi dibawahnya harus diberikan penjelasan dalam bentuk paragraf.

Weather/climate

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah kami lakukan pada 125 responden, kami dapat memberi pernyataan bahwa pengaruh iklim atau cuaca sangat berpengaruh pada ketersediaan pengunjung saat mengunjungi Objek Wisata Kota Tua dalam hal berpakaian dan aktivitas apa yang akan dilakukan.

Accessibility of destination

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah kami lakukan pada 125 responden, kami dapat menyatakan bahwa Akses berkunjung ke Objek Wisata Kota tua dinilai baik Menurut hasil data pengunjung cukup berminat berkunjung ke Kota Tua menggunakan kendaraan pribadi, dengan presentasi 31.2% Kriteria Setuju, dan hasil data pengunjung sangat berminat berkunjung ke Kota Tua menggunakan kendaraan umum dengan total persentase Kriteria Setuju 36,8% dan Sangat Setuju 42,4%.

Tourism attraction

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah kami lakukan pada 125 responden, kami dapat menyatakan bahwa keminatan pengunjung terhadap Objek Wisata Kota Tua masih tergantung pada beberapa hal sebagai Objek Wisata di Kota tua. Kota Tua dinilai kurang menarik sebagai tempat wisata ketika berlibur, dengan angka 29,6% pada Kriteria Tidak Setuju. *Tourist Attraction* seperti sepeda ontel, atraksi seni, meseum, dan semacamnya, yang terdapat di Kota Tua cukup berpengaruh bagi pengunjung sebagai alasan untuk mengunjungi Kota Tua, namun dinilai tidak cukup menarik untuk datang ke Objek Wisata Kota Tua bagi pengunjung. Informasi yang terdapat pada Objek Wisata Kota Tua hasilnya pun kurang memuaskan para pengunjung. Mengenai ketersediaan fasilitas Objek Wisata Kota Tua pengunjung memilih untuk memberikan penilaian netral, terhadap objek satu ini. Lalu yang terakhir, dinilai pengunjung Objek Wisata Kota Tua lebih berminat berkunjung pada hari-hari biasa (*weekdays*), dibandingkan dengan akhir pekan atau hari libur nasional lainnya.

Involvement security agency

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah kami lakukan pada 125 responden, bahwa pengunjung Objek Wisata Kota Tua masih merasa sangat tidak cukup terhadap keterkaitan lembaga keamanan yang di Objek Wisata yang mana persentase Kriteria Setuju 12% jauh di bawah angka Tidak Setuju 28%.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di lapangan baik observasi melalui kuesioner yang telah dibagikan kepada mahasiswa Universitas Agung Podomoro dan juga sekitarnya berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: 1. Faktor intrinsik variabel *escape motives* dinilai kurang mempengaruhi minat berkunjung para wisatawan Objek Wisata Kota Tua. 2. Dengan berkunjung ke Objek Wisata Kota Tua Jakarta dinilai kurang berpengaruh terhadap minat pengunjung untuk merelaksasikan pikiran dan juga fisik mereka. 3. Dengan berkunjung ke Objek Wisata Kota Tua Jakarta mampu membuat para pengunjung bisa berkumpul dan berinteraksi sosial dengan teman mereka. Namun, sebaliknya terjadi pada kelompok keluarga. Responden menyatakan bahwa dengan berkunjung ke Objek Wisata Kota Tua tidak dapat dijadikan sebagai ajang berkumpul keluarga karena nyatanya Objek Wisata Kota Tua bukanlah objek wisata yang disukai oleh pengunjung-pengunjung berkeluarga masa kini. 4. Berkunjung ke Objek Wisata Kota Tua Jakarta dapat membantu para pengunjung untuk menambah *knowledge* mereka dalam bidang sejarah Indonesia melalui objek-objek wisata bersejarah yang terdapat di Objek Wisata Kota Tua Jakarta. 5. *Weather/climate* memberikan pengaruh yang sangat penting bagi pemilihan jenis aktivitas oleh pengunjung dan juga sangat berpengaruh bagi jenis pakaian yang akan digunakan oleh pengunjung Objek Wisata Kota Tua Jakarta. 6. *Accessibility of destination* yang dimiliki Objek Wisata Kota Tua dinilai cukup baik bagi pengunjung yang ingin berkunjung dengan mengendarai kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. 7. *Tourism attraction* yang terdapat di wilayah Objek Wisata Kota Tua memberikan pengaruh yang sangat minim sebagai keputusan untuk berkunjung. Namun, berdasarkan survey yang telah kami lakukan *tourism attraction* yang terdapat di Objek Wisata Kota Tua dapat menghibur para pengunjung Objek Wisata Kota Tua namun hal ini belum bisa dinyatakan sebagai pendorong utama pengunjung ingin mengunjungi Objek Wisata Kota Tua. 8. *Involvement of security agency* di Objek Wisata Kota Tua masih dinilai kurang memuaskan para pengunjung karena nyatanya sebagian besar pengunjung masih merasa kurang adanya pengamanan di wilayah objek wisata tersebut.

Saran

Kami sebagai Mahasiswa Universitas Agung Podomoro yang di mana merupakan penulis dari makalah ini mempunyai beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pihak pengelola Wisata Kota Tua agar terjadinya peningkatan terhadap angka wisatawan yang berkunjung ke Wisata Kota Tua itu sendiri. 1. Disarankan untuk dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung yang berkunjung ke Wisata Kota Tua, karena dari hasil penelitian yang kami adakan, banyak yang kurang setuju dengan pernyataan yang menyatakan bahwa dengan pergi ke Kota Tua dapat membebaskan mereka dari beban pekerjaan mereka. Ini mungkin dapat ditingkatkan dengan infrastruktur yang perlu ditingkatkan dan kebersihan yang ada di Kota Tua. Seperti yang kita ketahui beberapa tempat di Kota Tua banyak sampah dan bahkan beberapa tempat juga tercium aroma yang kurang sedap. 2. Kota Tua merupakan tempat wisata yang seharusnya dapat melegakan pikiran dan segala penat mengenai kota Jakarta, tetapi banyak responden yang merasa dengan pergi ke Kota Tua tidak mengurangi beban dan penat mereka selama mereka berkatifitas di Jakarta, hal ini dapat dilihat karena yang kita ketahui Jakarta mempunyai cuaca yang cukup panas dan polusi yang cukup banyak, sementara Wisata Kota Tua sendiri terlihat cukup gersang apalagi di Lapangan Fatahilah (*Fatahilah Square*) yang di mana lapangan tersebut menghadap langsung ke arah jalan raya yang di mana jalan tersebut sering terjadi kemacetan dan polusi udara dan suara sangat dapat dirasakan langsung ke pengunjung yang sedang berada di Lapangan Fatahilah. 3. Responden juga sangat tidak setuju jika mengunjungi Wisata Kota Tua dapat merelaksasikan fisik mereka, karena di Wisata Kota Tua sendiri dapat dilihat tempat untuk beristirahatnya seperti bangku-bangku taman cukup minim, sementara tempat istirahat atau duduk-duduk hanya terdapat di kafe-kafe atau tempat makan sekitar yang di mana jika kita ingin beristirahat di situ kita harus mengeluarkan sejumlah uang untuk memesan minuman atau makanan yang disediakan oleh pihak kafe tersebut. 4. Maka dari itu banyak yang tidak memilih Wisata Kota Tua jika mereka mendapatkan hari libur nasional, karena dinilai infrastruktur yang masih kurang nyaman untuk para remaja, maka banyak remaja di Jakarta lebih memilih kafe atau pusat perbelanjaan jika mereka ingin refreshing karena seperti yang kita tahu di tempat-tempat tersebut sangat nyaman dengan pendingin ruangan. Maka dari itu sangat diharapkan manajemen Wisata Kota Tua dapat memperbaiki baik dari segi infrastruktur maupun kebersihan di Kota Tua tersebut, agar dapat menarik para pengunjung remaja Jakarta lagi agar mau mengunjungi Wisata Kota Tua dan belajar lebih tentang sejarah kota mereka sendiri.

Tidak luput juga perihal keamanan di Wisata Kota Tua, mengingat Wisata Kota Tua merupakan tempat yang didatangi oleh seluruh lapisan masyarakat dan dapat dikunjungi oleh semua kalangan masyarakat. Meskipun dapat dilihat keamanan beserta personel-personelnya, tetapi tidak jarang terjadi kasus kehilangan barang-barang berharga oleh pengunjung, maka dari itu beberapa kalangan-kalangan tertentu merasa enggan dan merasa tidak aman untuk mengunjungi Wisata Kota Tua.

Daftar Pustaka

- Abidin, Y. Z. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. Jilid 1. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Indonesia *Investments*. (2017, July 23). Retrieved from www.indonesia-investments.com: <https://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/indonesian-cities-some-interesting-facts-about-jakarta/item8015>
- Kertati, I. (2018). *Wawasan Kebangsaan Gen-Z*. Semarang: FISIP UNTAG.

- Mengenal Gaya *Travelling* Generasi Z. (2019). *Retrieved from* liputan6.com:<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4037947/mengenal-gaya-traveling-generasi-milenial>
- Nasehudin, T. S. Dan Gozali, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jilid 1. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Priyanto, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Quigley, Sandra Rianna. (2012). Pengaruh Interior Mall terhadap Kehidupan Sosial, Gaya Hidup dan Penampilan Remaja. Pengaruh Interior Mall terhadap Kehidupan Sosial, Gaya Hidup dan Penampilan Remaja. *Retrieved from* <https://media.neliti.com/media/publications/243711-pengaruh-interior-mall-terhadap-kehidupa-3ea05d62.pdf>
- RJ, G. (2018, 02 07). Kebiasaan Gen Z dalam menikmati hiburan. *Retrieved from* lokadata.com: <https://lokadata.id/artikel/kebiasaan-gen-z-dalam-menikmati-hiburan>
- Soemanto,P. (2010). Pengertian Pariwisata, Sosisologi, dan Ruang lingkup sosiologi pariwisata.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2011). *Metode penelitian Untuk Ekonomi*. Cetakan: Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Tristanto, B. (2019, June 6). berita Jakarta. *Retrieved from* <http://www.beritajakarta.id/read/69267/puluhan-ribu-wisatawan-kunjungi-kawasan-kota-tua>
- Umar, Husein. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wawasan Edukasi. (2017, December 11).wawasan-edukasi.web.id. *Retrieved from* wawasan-edukasi.web.id: <https://www.wawasan-edukasi.web.id/2017/12/pengertian-motivasi-intrinsik-dan-ekstrinsik.html>
- Wibisono, Jeffrey (2013). *Motiovasi Berwisata dan Faktor Penariknya. (Online)*. Tersedia di: <http://www.jeffreywibisono.com> . (diakses 16 April 2020)