

## BAB 3

### MOTIVASI MENGENJUNGI MUSEUM

#### 3.1. Penelitian Sebelumnya

Jansen-Verbeke & van Rekom (1996) melakukan sebuah penelitian dengan judul “*Scanning Museum Visitors, Urban Tourism Marketing*”. Penelitian yang dilakukan di kota Rotterdam ini berusaha menganalisis motivasi dan pola perilaku pengunjung museum. Hasil dari penelitian ini digunakan sebagai input perencanaan *urban tourism*: motivasi dan pola perilaku sebagai indikator ekspektasi pengunjung sehingga pihak terkait (pemerintah kota dan museum) dapat merencanakan program komunikasi pemasaran yang sesuai.

Jansen-Verbeke & van Rekom (1996) menggunakan kombinasi dari berbagai teknik. *In-depth interview* dan *laddering* digunakan untuk mendapatkan motivasi pengunjung museum. Dalam *laddering*, jawaban yang diberikan responden digali terus dengan menanyakan “mengapa hal itu penting bagi Anda?”. Dari proses ini, 24 jawaban yang paling sering dikemukakan responden, diolah lebih lanjut untuk mengetahui hubungan antar jawaban, diolah menjadi *hierarchical value map*, dan dicari tahu faktor-faktor apa yang memotivasi seorang untuk mengunjungi museum.

*Factor analysis* digunakan untuk mencari faktor-faktor utama yang dapat menjelaskan ke-24 motivasi pengunjung museum. Ditemukan tiga faktor utama yang memotivasi kunjungan ke museum yaitu “mempelajari sesuatu (*learning something*)”, “memperkaya hidup (*enrich your life*)”, dan “rileks (*relaxation*)”.

Jansen-Verbeke & van Rekom (1996) menyatakan bahwa museum dapat digunakan sebagai salah satu instrumen pemasaran *urban tourism*. Setelah mengetahui motivasi dasar seorang mengunjungi museum, tantangan selanjutnya adalah untuk merencanakan komunikasi yang dapat mencakup asosiasi dengan motivasi tersebut. Hal ini diharapkan dapat menggerakkan orang untuk mengunjungi museum dalam hubungannya dengan upaya promosi *urban tourism*.

### 3.2. Faktor Yang Memotivasi Kunjungan Ke Museum

Hasil temuan 24 motivasi mengunjungi museum Jansen-Verbeke & van Rekom (1996) adalah dasar dari penelitian ini. Ke-24 pernyataan tentang motivasi mengunjungi museum diaplikasikan pada responden di Jakarta untuk mengetahui apakah tiga faktor utama: “mempelajari sesuatu (*learning something*)”, “memperkaya hidup (*enrich your life*)”, dan “rileks (*relaxation*)” juga berlaku bagi pengunjung museum di Jakarta. Ke-24 motivasi dari penelitian Jansen-Verbeke & van Rekom (1996) dapat dilihat di Tabel 3.1.

Seperti telah disebutkan sebelumnya, ke-24 motivasi mengunjungi museum pada Tabel 3.1 diperoleh dengan metode *in-depth interview* dan *laddering*. Dari metode ini dihasilkan sebuah *associative networks* antar motivasi; jejaring hubungan antar motivasi yang diringkas ke dalam sebuah *hierarchical value map*. Hal ini dapat dilakukan karena dalam teknik *laddering*, motivasi yang disebutkan responden terus digali sehingga didapat motivasi lain yang saling berhubungan dan dapat menjelaskan proses pemikiran responden.

Dalam penelitian Jansen-Verbeke & van Rekom (1996) motivasi sentral mengunjungi museum dalam *hierarchical value map* adalah “*to learn something*”. Motivasi sentral adalah motivasi yang memiliki hubungan kuat dengan motivasi lainnya. Motivasi sentral ini dapat dilihat sebagai tema utama ; motivasi lain dapat dikelompokkan di sekitarnya.

Motivasi sentral “*to learn something*” dapat dicapai melalui “*visiting a museum*”; “*watching works of arts*”; “*seeing something new*”; dan “*placing yourself on others’ position*”. Selanjutnya, “*learning*” dianggap penting agar dapat “*find out something*” dan memperbaiki “*quality of life*”. Selain itu “*learning*” juga penting untuk dapat “*talk with other people*”; agar dapat “*feel satisfied*”; untuk “*make good use of your impressions*”; dan agar dapat “*enrich your life*”.

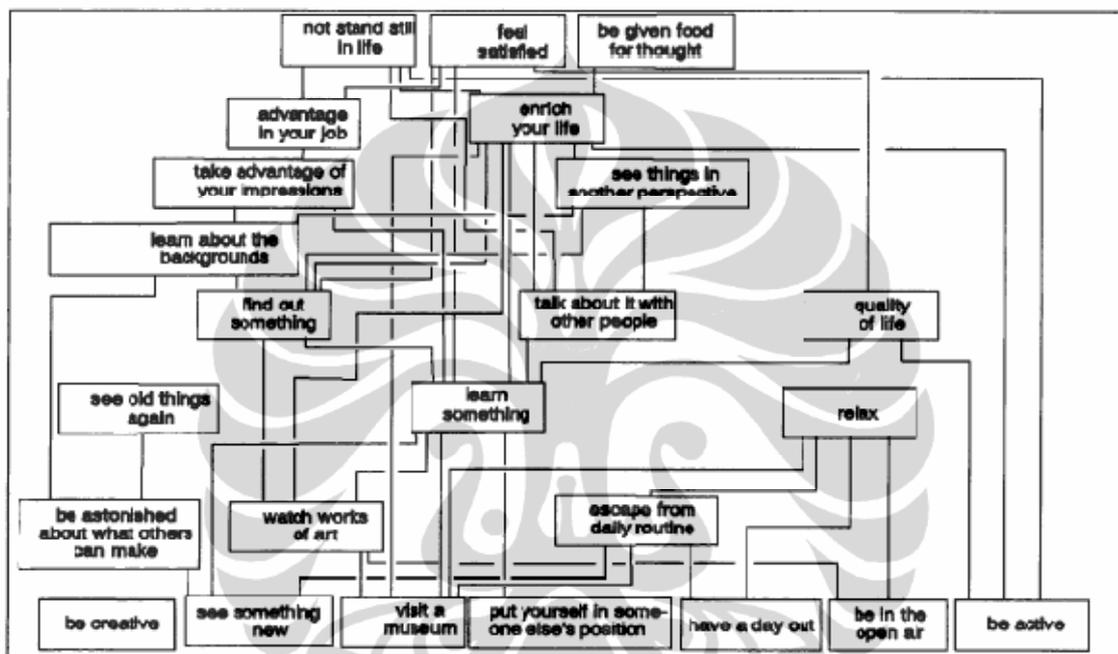
**Tabel 3.1. Motivasi Dari Penelitian Jansen-Verbeke & van Rekom (1996)**

No.	Dalam bahasa Inggris	Dalam bahasa Indonesia
1.	<i>To be given food for thought</i>	Menambah wawasan
2.	<i>To learn something</i>	Mempelajari sesuatu
3.	<i>To enrich your life</i>	Memperkaya hidup
4.	<i>Quality of life</i>	Meningkatkan kualitas hidup
5.	<i>To see things in another perspective</i>	Melihat dari sudut pandang yang berbeda
6.	<i>To find out something</i>	Mencari tahu tentang sesuatu
7.	<i>Not to stand still in life</i>	Hidup saya tidak statis
8.	<i>To see something new</i>	Melihat sesuatu yang belum pernah saya lihat
9.	<i>To visit a museum</i>	Mengunjungi sebuah museum
10.	<i>To watch works of arts</i>	Melihat karya seni
11.	<i>To learn something about the backgrounds</i>	Mempelajari sesuatu tentang masa lalu
12.	<i>To relax</i>	Rileks
13.	<i>To talk about it with other people</i>	Menceritakannya pada orang lain
14.	<i>To feel satisfied</i>	Merasa puas
15.	<i>To be creative</i>	Menjadi kreatif
16.	<i>To take advantage of your impressions</i>	Memenuhi rasa keingintahuan saya
17.	<i>To be active</i>	Merasa aktif
18.	<i>To have a day out</i>	Mengisi waktu luang
19.	<i>To see old things again</i>	Melihat kembali sesuatu dari masa lampau
20.	<i>To escape from daily routine</i>	Selingan kegiatan sehari-hari
21.	<i>To put yourself in someone else's position</i>	Memposisikan diri sebagai orang lain
22.	<i>To have advantage in your job</i>	Membantu keseharian saya
23.	<i>To be astonished about what others can make</i>	Mengagumi hasil karya orang lain
24.	<i>To be in the open air</i>	Berada di tempat terbuka

Sumber: hasil olahan penulis

Motivasi “*enrich your life*” diidentifikasi sebagai *core motive* kedua setelah “*learning something*”. Motivasi “*enrich your life*” dapat dicapai melalui “*learning something*” dan dianggap penting sebagai “*to be given food for thought*” dan agar “*not to stand still in life*”. *Hierarchical value map* hasil penelitian Jansen-Verbeke & van Rekom (1996) secara lengkap dapat dilihat pada Gambar 3.1.

Untuk melengkapi hasil penelitian, Jansen-Verbeke & van Rekom (1996) melakukan *factor analysis* pada ke-24 motivasi mengunjungi museum. Dari *factor analysis* diketahui 24 motivasi dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok motivasi utama yaitu: “mempelajari sesuatu (*learning something*)”, “memperkaya hidup (*enrich your life*)”, dan “rileks (*relaxation*)”. Hal ini memperkuat penjelasan *hierarchical value map* yang sudah diperoleh sebelumnya.



**Gambar 3.1. Hierarchical Value Map**

Sumber: Jansen-Verbeke & van Rekom, 1996

Motivasi mengunjungi museum seperti tertera pada Tabel 3.1 dapat dikatakan umum sehingga dapat berlaku bagi pengunjung museum di manapun. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 24 motivasi untuk menjelaskan motivasi mengunjungi museum bagi warga Jakarta. Dengan mengunjungi museum dan melihat koleksi dan latar belakang mengenai koleksi tersebut, seorang setidaknya dapat “menambah wawasan”, seorang memperoleh sesuatu yang baru dalam pengetahuannya. Pada level yang lebih mendetail, tambahan wawasan yang diperoleh dapat memulai proses pembelajaran pada diri seseorang: “mempelajari sesuatu”. Koleksi museum dan jabaran tentang sejarahnya mendorong pengunjung untuk menghubungkan informasi baru yang didapatnya dengan pengetahuan dan

pengalaman yang sudah dimilikinya sehingga didapat pengetahuan yang lebih komprehensif. Misalnya dengan membaca dan melihat fosil peninggalan pra-sejarah, seorang dapat membayangkan kehidupan di masa tersebut, dan bagaimana cara mempertahankan kehidupan pada masa tersebut.

Pada kesempatan tertentu, seorang dapat sengaja pergi ke museum untuk “mencari tahu tentang sesuatu”, misalnya untuk menceritakan tentang kehidupan fauna untuk anak akan lebih menarik dengan mengunjungi museum Zoologi, dimana informasi tentang fauna masa kini dan masa lampau, langsung tersedia. Hal yang serupa juga terjadi bila seorang ingin “melihat sesuatu yang belum pernah dilihat sebelumnya”. Contohnya adalah mengunjungi museum baru, koleksi dapat dipastikan belum pernah dilihat dan hal ini dapat dirasakan sangat menyenangkan.

Museum seperti yang diketahui menyajikan hasil karya budaya manusia, termasuk di dalamnya adalah karya seni: seorang mengunjungi museum untuk “melihat karya seni”. Karya seni yang dimaksud dapat berupa seni modern maupun klasik; contoh karya seni meliputi lukisan, arca, kerajinan logam, termasuk benda-benda hasil karya manusia yang diciptakan untuk membantu keseharian manusia. Berhubungan dengan “mempelajari sesuatu”, lebih spesifik salah satu alasan seorang mengunjungi museum adalah untuk “mempelajari sesuatu dari masa lalu”. Museum identik dengan sejarah, jadi sangat wajar bagi seorang yang ingin mempelajari sesuatu tentang masa lalu untuk mengunjungi museum.

Mengunjungi museum untuk “rileks” mungkin tidak begitu terlihat di Indonesia, tetapi bukan hal yang tidak mungkin. Untuk beberapa golongan, seperti pecinta sejarah, mengunjungi museum dilakukan pada akhir pekan untuk “mengisi waktu luang” dan “selingan kegiatan rutin sehari-hari”. Untuk golongan yang lain, mengunjungi museum untuk rileks mungkin dilakukan karena suasana yang ditawarkan berbeda dengan suasana rutin sehari-hari, juga mengingat biaya yang dikeluarkan cukup rendah.

Berhubungan dengan “mencari tahu tentang sesuatu” yang telah dijelaskan sebelumnya adalah motivasi “memenuhi rasa keingintahuan”. Pada anak-anak motivasi ini dapat dicontohkan ingin tahu lebih banyak mengenai kendaraan militer atau perang, museum yang dapat dikunjungi adalah Museum Satria Mandala, Jakarta.

Terdapat juga motivasi “melihat kembali sesuatu dari masa lampau”, motivasi ini berhubungan dengan motivasi “mempelajari sesuatu dari masa lalu”. Museum menyediakan tempat bagi masyarakat untuk berhubungan kembali dengan masa lampau; melihat koleksi arca di Museum Nasional, Jakarta seorang melihat kembali sesuatu dari masa lampau seperti dari kompleks percandian.

Motivasi “mengagumi hasil karya orang lain” berhubungan dengan “melihat karya seni”. Dari sekedar “melihat” selanjutnya adalah “mengagumi” karya seni tersebut. Melihat kerajinan logam masa lampau, dengan detail produk yang sulit, seorang dapat menghargai upaya yang dilakukan pengrajin dengan peralatan dan teknologi yang terbatas dapat menghasilkan karya yang indah.

## BAB 4 METODE PENELITIAN

### 4.1. Desain Penelitian

Desain yang digunakan pada penelitian ini adalah riset deskriptif *cross sectional*. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena (Malhotra, 2007). Dalam desain *cross sectional*, informasi diambil satu kali dari sampel yang terpilih dari suatu populasi. Metode penelitian deskriptif yang digunakan adalah survey.

### 4.2. Objek Dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat di Museum Nasional, Jl. Medan Merdeka Barat no. 12, Jakarta Pusat. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa museum ini memiliki koleksi terlengkap dan komprehensif tentang sejarah kebudayaan Indonesia dan merupakan salah satu museum terbesar di Indonesia. Kunjungan ke museum ini umumnya wajib bagi siswa di Jakarta.

### 4.3. Metode Pengambilan Sampel

#### 4.3.1. Populasi

Dalam penelitian ini yang diamati adalah pengunjung museum di kota Jakarta. Jakarta sebagai ibukota memiliki berbagai jenis museum yang merupakan objek wisata. Pengunjung museum di Jakarta mencakup wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara. Untuk wisatawan lokal sebagian merupakan warga Jakarta dan ada pula yang berasal dari luar kota. Populasi penelitian ini adalah pengunjung museum di Jakarta yang berasal dari kota Jakarta. Yang dimaksud dengan pengunjung adalah pengunjung yang berada di dalam ruang pameran museum.

#### 4.3.2. Sampel

Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel yang bergantung pada penilaian peneliti (Malhotra, 2007). Lebih spesifiknya teknik sampling yang digunakan adalah *judgemental sampling*. Dalam *judgemental sampling*, elemen suatu populasi dipilih berdasarkan penilaian

peneliti. Sebelum dilakukan pemilihan responden, dilakukan pengamatan secara umum untuk mengetahui jenis pengunjung museum, misalnya kelompok remaja, keluarga, dan rombongan *study tour*. Selanjutnya pemilihan sampel dilakukan untuk mewakili tiap kelompok.

Jumlah sampel yang dibutuhkan mengikuti jumlah pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Hair, et al (2010) menyatakan bahwa setiap pertanyaan sedikitnya diwakili oleh lima orang responden. Jumlah total responden yang dibutuhkan adalah lima kali jumlah pernyataan dalam kuesioner. Pernyataan mengenai motivasi mengunjungi museum diambil dari 24 motivasi hasil temuan Jansen-Verbeke & van Rekom (1996).

#### **4.4. Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode survey dalam bentuk kuesioner. Pernyataan dalam kuesioner merupakan *fixed-alternative questions*, yang mengharuskan responden untuk memilih antara jawaban yang sudah ditentukan sebelumnya (Malhotra, 2007). Pilihan jawaban pernyataan dibuat menggunakan skala Likert. Skala ini meminta responden untuk menilai tiap pernyataan menurut tujuh derajat tingkat kesetujuan dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”.

Metode survey yang digunakan adalah *personal interview* dengan cara *intercept*. Di museum, pengunjung diminta kesediaannya untuk berpartisipasi dalam survey dengan mengisi kuesioner. Kuesioner berupa *self-administered questionnaire*, responden diminta mengisi sendiri kuesioner yang diajukan.

#### **4.5. Desain Kuesioner**

Untuk kemudahan dan kejelasan responden, kuesioner yang digunakan dibagi dalam empat bagian:

- Kata pengantar berupa narasi latar belakang dan tujuan kuesioner.
- Data demografi responden dalam bentuk pertanyaan tertutup. Dalam kuesioner, disediakan pilihan jawaban sehingga responden hanya memilih sesuai dengan golongan demografinya.

- Pernyataan umum tentang museum dalam bentuk pernyataan tertutup, untuk mengetahui sikap umum responden terhadap museum.
- Pernyataan mengenai motivasi mengunjungi museum. Pada bagian ini juga digunakan pertanyaan tertutup, berupa pernyataan tentang motivasi mengunjungi museum. Untuk tiap pernyataan, responden diminta untuk mengisikan opininya dalam tujuh-poin skala Likert: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) agak tidak setuju, (4) netral, (5) agak setuju, (6) setuju, dan (7) sangat setuju.

Skala Likert tergolong dalam skala interval. Pada skala interval, angka digunakan sebagai nilai yang diasumsikan memiliki jarak perbedaan yang sama dengan karakteristik yang sedang diamati (Malhotra, 2007). Hal ini memungkinkan untuk membandingkan nilai antara dua objek. Keunggulan skala Likert adalah mudah untuk dibuat dan dikelola, juga mudah untuk dipahami responden.

#### **4.6. Teknik Analisis Data**

##### *4.6.1. Factor Analysis*

*Factor analysis* merupakan prosedur yang digunakan untuk reduksi data (Malhotra, 2007). Dalam riset pemasaran mungkin terdapat banyak variabel yang diantaranya dapat saling berkorelasi sehingga sebaiknya direduksi agar lebih mudah untuk dipahami. Menurut Hair, et al (2010: 90) *factor analysis* secara umum:

*“addresses the problem of analyzing the structure of the interrelationship (correlations) among a large number of variables by defining a set of common underlying dimensions, known as factors.”*

*Factor analysis* dapat digunakan dalam dua kondisi penelitian, *exploratory* dan *confirmatory*. Dalam *exploratory factor analysis*, peneliti berusaha mereduksi sejumlah variabel menjadi beberapa faktor, peneliti mencari beberapa *underlying factors* yang dapat menjelaskan sejumlah variabel yang diamati. Sedangkan pada *confirmatory factor analysis*, peneliti sudah memiliki gambaran tentang berapa faktor yang akan muncul berdasarkan teori atau penelitian sebelumnya; *factor*

*analysis* digunakan untuk menilai derajat kelayakan variabel dalam menjelaskan suatu faktor (Hair et al, 2010).

Penelitian ini menggunakan *confirmatory factor analysis*. Dalam penelitian sebelumnya, Jansen-Verbeke & van Rekom (1996) menyebutkan bahwa terdapat tiga motivasi utama seorang mengunjungi museum: “mempelajari sesuatu (*learning something*)”, “memperkaya hidup (*enrich your life*)”, dan “rileks (*relaxation*)”. Penelitian ini berusaha mengetahui apakah tiga motivasi utama juga dapat menjelaskan motivasi mengunjungi museum pada sampel pengunjung Museum Nasional, Jakarta.

Malhotra (2007) menjelaskan model matematika *factor analysis* dengan menggambarkan faktor sebagai fungsi dari sejumlah variabel:

$$F_i = W_{i1} X_1 + W_{i2} X_2 + W_{i3} X_3 + \dots + W_{ik} X_k$$

Dimana:  $F_i$  : estimasi faktor i

$W_i$  : koefisien *factor score*

k : jumlah variabel

*Factor analysis* dilakukan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 14. *Factor analysis* dilakukan untuk tiap motivasi utama dan variabel-variabelnya. Hasil keluaran SPSS tiap faktor (3 motivasi utama) harus memenuhi beberapa persyaratan untuk dapat dinyatakan memang benar faktor tersebut dapat diwakilkan oleh variabel-variabel yang ditentukan. Pengukuran SPSS yang diperhatikan adalah:

- *Bartlett's test of sphericity*, digunakan untuk membuktikan hipotesis “variabel-variabel pada populasi tidak berkorelasi satu sama lain” atau dengan kata lain *correlation matrix* dari populasi adalah matrix identitas (Malhotra, 2007). Bila hipotesis ini diterima, maka *factor analysis* tidak dapat digunakan. Nilai sig < 0.05 adalah hasil yang diharapkan agar selanjutnya dapat menggunakan *factor analysis*.
- Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) *measure of sampling adequacy*, merupakan index yang mengukur kelayakan suatu set data untuk dianalisis

menggunakan *factor analysis*. Nilai KMO yang diharapkan adalah lebih besar dari 0.5 (KMO > 0.5; Malhotra, 2007).

- *Communality*, merupakan total variance yang dimiliki suatu variabel sehubungan dengan variabel lain yang digunakan dalam suatu analisis (Hair et al, 2010). Nilai yang diharapkan adalah > 0.5
- *Total variance explained*, menunjukkan besarnya variance yang dijelaskan suatu variabel terhadap suatu faktor. Nilai yang direkomendasikan Malhotra (2007) adalah > 60%. Nilai eigenvalue mencerminkan total variance yang dapat dijelaskan oleh tiap variabel, nilai eigenvalue > 1 adalah yang diharapkan.
- *Component matrix*, merupakan nilai *factor loading*; korelasi antara variabel dengan faktor. Nilai *factor loading* > 0.5 dinyatakan signifikan untuk kepentingan praktis (Hair et al, 2010) Dari *component matrix* tiap faktor, diketahui pula *ranking* diantara variabel yang digunakan.

#### 4.6.2. *Analysis of Variance* (ANOVA)

ANOVA merupakan teknik yang digunakan untuk memeriksa adanya perbedaan rerata (*means*) diantara dua atau lebih populasi (Malhotra, 2007). Dalam ANOVA, variabel dependen diukur menggunakan skala metrik, dan variabel independen harus dalam bentuk kategorik. Pada penelitian ini, ANOVA digunakan untuk mengetahui adanya perbedaan rerata motivasi mengunjungi museum antara:

- Kelompok umur: 8-19 tahun, 20-29 tahun, 30-39 tahun, 40-49 tahun, dan di atas 50 tahun
- Jenis kelamin: laki-laki dengan perempuan
- Jenis pekerjaan: pelajar, mahasiswa, pegawai, wiraswasta, ibu rumah tangga, dan pensiun

Dalam hal ini, variabel dependen adalah motivasi mengunjungi museum yang diukur menggunakan skala Likert dan merupakan skala metrik. Variabel independen adalah kelompok umur, jenis kelamin, dan jenis pekerjaan.

Pada dasarnya, teknik ANOVA memeriksa variasi dalam sampel (variabel dependen) dan menggungkannya untuk menduga adanya perbedaan rerata pada populasi (Malhotra, 2007). Variasi diukur dengan *sum of square*, SS. Total variasi dependen variabel ( $SS_y$ ) memiliki dua komponen,  $SS_x$  dan  $SS_{error}$ .  $SS_x$  adalah variasi pada dependen variabel (Y) karena adanya variasi rerata pada kategori variabel independen (X).  $SS_{error}$  adalah variasi Y karena adanya variasi dalam dalam tiap kategori X.

Secara umum  $SS_y$  dituliskan:

$$SS_y = SS_x + SS_{error}$$

$$SS_y = \sum_{i=1}^N (Y_i - \bar{Y})^2$$

$$SS_x = \sum_{j=1}^c n(\bar{Y}_j - \bar{Y})^2$$

$$SS_{error} = \sum_j^c \sum_i^n (Y_{ij} - \bar{Y}_j)^2$$

Dimana:

- $Y_i$  = hasil pengamatan
- $\bar{Y}_j$  = rerata kategori j
- $\bar{Y}$  = rerata sampel
- $Y_{ij}$  = pengamatan ke-i pada kategori ke-j
- N = total sampel
- c = jumlah kategori
- n = jumlah sampel pada tiap kategori X

Pengukuran *sum of squares* di atas menjadi dasar untuk menduga adanya perbedaan rerata pada populasi sebagaimana telah disebutkan sebelumnya. Hipotesis yang digunakan adalah:

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_c$$

Hipotesis ini diuji menggunakan *F statistic*:

$$F = \frac{SS_x / (c - 1)}{SS_{error} / (N - c)}$$

Nilai F yang didapat dari perhitungan di atas dibandingkan dengan nilai pada tabel *F statistic* dengan *degrees of freedom* ( $c - 1$ ) dan ( $N - c$ ). Bila F hitung  $>$  F tabel maka  $H_0$  ditolak, atau dengan kata lain terdapat perbedaan signifikan rerata antar populasi.

Perhitungan ANOVA dilakukan menggunakan bantuan SPSS versi 14. Hasil keluaran ANOVA dari SPSS yang perlu diperhatikan adalah:

- *Test of homogeneity of variance* atau *Levene Statistic*, digunakan untuk menguji kesamaan *variance* dari populasi. Hipotesis yang diuji adalah:

$$H_0 : \sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

Hasil yang diinginkan adalah terima  $H_0$ , yang berarti populasi memiliki *variance* yang sama sehingga dapat dibandingkan. Nilai sig  $>$  0.05 adalah yang diharapkan.

- Tabel ANOVA. Pada tabel ini disajikan nilai F hitung dan signifikansinya. Nilai sig  $<$  0.05 memiliki arti terdapat perbedaan signifikan rerata antar populasi, dan sebaliknya nilai sig  $>$  0.05 berarti tidak terdapat perbedaan signifikan rerata antar populasi.
- *Post-hoc test*, dilakukan untuk melihat lebih lanjut perbedaan rerata antar lebih dari dua populasi. Untuk penelitian ini, dilakukan untuk kelompok umur dan jenis pekerjaan karena memiliki lebih dari dua kategori. *Post-hoc test* menganalisa perbedaan rerata (*mean difference*) antar kategori independen variabel untuk tiap variabel dependen. Tes ini dilakukan pada level  $\alpha$ : 5%, perbedaan signifikan dapat dilihat pada kolom "*mean difference*" untuk nilai yang diberikan tanda (\*).

#### 4.7. Pre-Test Kuesioner

Mempertimbangkan karakteristik responden di Jakarta dari segi pendidikan dan gaya hidup, dibandingkan dengan responden di Rotterdam, maka 24 motivasi yang disebutkan pada Tabel 3.1 perlu di sesuaikan kembali. Hal ini dilakukan mengingat sebagian dari 24 motivasi menyatakan sesuatu yang mungkin sulit dipahami oleh responden di Jakarta.

*Pre-test* dilakukan melalui dua tahapan. Pertama dilakukan adalah tes frekuensi yang dilakukan untuk mengetahui motivasi yang relevan bagi warga Jakarta. Hasil dari tes frekuensi dijadikan dasar untuk *pre-test* tahap kedua, yang dilakukan untuk mengukur kelayakan tiap pernyataan dalam menjelaskan tiga faktor utama seorang mengunjungi museum seperti yang disebutkan Jansen-Verbeke & van Rekom (1996), yaitu “mempelajari sesuatu (*learning something*)”, “memperkaya hidup (*enrich your life*)”, dan “rileks (*relaxation*)”. Hasil yang diperoleh pada *pre-test* tahap kedua diolah menggunakan teknik analisis *confirmatory factor analysis*.

#### 4.7.1. *Pre-Test* I: Tes Frekuensi

Pada tes frekuensi responden diminta untuk memilih “setuju” atau “tidak” untuk tiap pernyataan motivasi mengunjungi museum. Tes-frekuensi dilakukan pada 10 orang responden, responden dipilih dalam lingkungan MMUI. Pernyataan dengan frekuensi di bawah 5 (*response rate* < 50%) tidak akan diikutsertakan dalam tahap *pre-test* selanjutnya. Dari tes ini diperoleh 14 pernyataan tentang motivasi mengunjungi museum yang mewakili tiga motivasi utama yang telah disebutkan sebelumnya (Tabel 4.1).

**Tabel 4.1. Pernyataan Hasil Tes Frekuensi**

No.	Pernyataan	Motivasi Utama
1.	Menambah wawasan	Mempelajari sesuatu
2.	Mempelajari sesuatu	Mempelajari sesuatu
3.	Dapat melihat dari sudut pandang yang berbeda	Memperkaya hidup
4.	Mencari tahu tentang sesuatu	Mempelajari sesuatu
5.	Melihat sesuatu yang belum pernah saya lihat	Mempelajari sesuatu
6.	Melihat karya seni	Memperkaya hidup
7.	Mempelajari sesuatu dari masa lalu	Mempelajari sesuatu
8.	Rileks	Rileks
9.	Memenuhi rasa keingintahuan saya	Memperkaya hidup
10.	Mengisi waktu luang	Rileks
11.	Melihat kembali sesuatu dari masa lampau	Mempelajari sesuatu
12.	Selingan kegiatan rutin sehari-hari	Rileks
13.	Mengagumi hasil karya orang lain	Memperkaya hidup
14.	Berada di tempat terbuka	Rileks

Sumber: hasil olahan penulis

Tes frekuensi ini memiliki keterbatasan yaitu tidak memiliki mekanisme yang membedakan antara respon “tidak relevan” dan “tidak paham”. Bila responden tidak memilih suatu motivasi, tidak diketahui apakah sebenarnya responden beranggapan motivasi tersebut tidak relevan, atau responden tidak paham mengenai motivasi tersebut. Pemilihan responden yang merupakan mahasiswa MMUI dianggap dapat meminimalisir keterbatasan yang disebutkan.

#### 4.7.2. *Pre-Test II: Confirmatory Factor Analysis*

Tiap pernyataan hasil tes frekuensi harus diukur kelayakannya dalam menjelaskan tiga motivasi utama “mempelajari sesuatu”; “memperkaya hidup”; dan “rileks”. Hal ini dilakukan dengan *confirmatory factor analysis*. *Pre-test* ini dilakukan pada 30 responden di lingkungan MMUI. Dalam kuesioner *pre-test*, responden diminta untuk menilai tiap pernyataan motivasi mengunjungi museum dengan tujuh derajat kesetujuan (skala Likert) dari “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju”.

Pengolahan data *pre-test* dilakukan dengan bantuan *software* SPSS versi 14. Ringkasan hasil keluaran *factor analysis* dapat dilihat pada Tabel 4.2 untuk motivasi utama “mempelajari sesuatu”. Faktor utama ini diukur dengan enam pernyataan seperti tertera pada Tabel 4.1: “menambah wawasan”; “mempelajari sesuatu”; “mencari tahu tentang sesuatu”; “melihat sesuatu yang belum pernah saya lihat”; “mempelajari sesuatu tentang masa lalu”; “melihat kembali sesuatu dari masa lampau”.

Dari Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa *component matrix* yang merepresentasikan *factor loading* untuk keenam pernyataan memiliki nilai di atas 0.5, yang berarti tiap pernyataan memiliki korelasi yang tinggi dengan motivasi utama “mempelajari sesuatu”. Hal ini berarti keenam pernyataan layak digunakan untuk mengukur motivasi “mempelajari sesuatu” dan digunakan pada kuesioner survey.

Tabel 4.2. Ringkasan Hasil *Pre-Test* Motivasi “Mempelajari Sesuatu”

Parameter Factor Analysis		Nilai	Arti
Bartlett’s Test of Sphericity	Approx. Chi-square	116.721	Nilai sig < 0.05 berarti <i>correlation matrix</i> populasi bukan matrix identitas, <i>factor analysis</i> dapat digunakan lebih lanjut.
	Df	15	
	Sig.	0.000	
Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy		0.839	KMO > 0.5, semua variabel dapat diikutsertakan dalam <i>factor analysis</i>
Communalities	menambah wawasan	0.731	Nilai menunjukkan prosentase <i>variance</i> untuk tiap pernyataan dapat dijelaskan oleh faktor utama “mempelajari sesuatu”. Untuk “menambah wawasan” 73.1% <i>variance</i> dapat dijelaskan oleh faktor “mempelajari sesuatu”, dan seterusnya untuk tiap pernyataan.
	mempelajari sesuatu	0.784	
	mencari tahu tentang sesuatu	0.658	
	melihat sesuatu yang belum pernah saya lihat	0.473	
	mempelajari sesuatu tentang masa lalu	0.788	
	melihat kembali sesuatu dari masa lampau	0.752	
Component matrix	menambah wawasan	0.855	<i>Factor loading</i> untuk “menambah wawasan” adalah 0.855, dan seterusnya untuk tiap pernyataan.
	mempelajari sesuatu	0.891	
	mencari tahu tentang sesuatu	0.811	
	melihat sesuatu yang belum pernah saya lihat	0.687	
	mempelajari sesuatu tentang masa lalu	0.887	
	melihat kembali sesuatu dari masa lampau	0.867	
Total variance explained – initial eigenvalue (Component 1)	Total	4.195	Faktor “mempelajari sesuatu” dapat menjelaskan <i>variance</i> sebesar 69.918%
	% of variance	69.918	
	Cumulative %	69.918	

Sumber: hasil olahan penulis

Berdasarkan Tabel 4.1, motivasi “memperkaya hidup” diwakilkan oleh empat pernyataan: “melihat dari sudut pandang yang berbeda”; “melihat karya seni”; “memenuhi rasa keingintahuan”; dan “mengagumi hasil karya orang lain”. Ringkasan hasil *factor analysis* dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Dari Tabel 4.3 dilihat bahwa persentasi *variance* yang dapat dijelaskan oleh motivasi “memperkaya hidup” masih di bawah 60%. Dapat dilihat pula bahwa untuk pernyataan “melihat dari sudut pandang yang berbeda” memiliki nilai *communality* di bawah 0.5, maka *factor analysis* dilakukan kembali dengan mengeluarkan pernyataan ini. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan persentase *variance* yang lebih besar dan nilai *factor loading* yang lebih besar untuk tiap pernyataan. Hasil uji ulang motivasi “memperkaya hidup” dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Dari Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa ketiga pernyataan memiliki nilai *factor loading* di atas 0.5 dan total *variance* yang dapat dijelaskan oleh faktor “memperkaya hidup” adalah 68.544% (> 60%). Hal ini berarti ketiga pernyataan layak digunakan untuk mengukur faktor “memperkaya hidup”.

Tabel 4.3. Ringkasan Hasil *Pre-Test* Motivasi “Memperkaya Hidup”

Parameter Factor Analysis		Nilai	Arti
Bartlett’s Test of Sphericity	Approx. Chi-square	32.321	Nilai sig < 0.05 berarti <i>correlation matrix</i> populasi bukan matrix identitas, <i>factor analysis</i> dapat digunakan lebih lanjut.
	Df	6	
	Sig.	0.000	
Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy		0.653	KMO > 0.5, semua variabel dapat diikutsertakan dalam <i>factor analysis</i>
Communalities	melihat dari sudut pandang yang berbeda	0.373	Nilai menunjukkan prosentase <i>variance</i> untuk tiap pernyataan dapat dijelaskan oleh faktor utama “memperkaya hidup”. Untuk “melihat dari sudut pandang yang berbeda” 37.3% <i>variance</i> dapat dijelaskan oleh faktor “memperkaya hidup”, dan seterusnya untuk tiap pernyataan.
	melihat karya seni	0.748	
	memenuhi rasa keingintahuan	0.715	
	mengagumi hasil karya orang lain	0.467	
Component matrix	melihat dari sudut pandang yang berbeda	0.611	<i>Factor loading</i> untuk “melihat dari sudut pandang yang berbeda” adalah 0.611, dan seterusnya untuk tiap pernyataan.
	melihat karya seni	0.865	
	memenuhi rasa keingintahuan	0.846	
	mengagumi hasil karya orang lain	0.683	
Total variance explained – initial eigenvalue (Component 1)	Total	2.304	Faktor “mempelajari sesuatu” dapat menjelaskan <i>variance</i> sebesar 57.592%
	% of variance	57.592	
	Cumulative %	57.592	

Sumber: hasil olahan penulis

Tabel 4.4. Ringkasan Hasil Uji Ulang Motivasi “Memperkaya Hidup”

Parameter Factor Analysis		Nilai	Arti
Bartlett’s Test of Sphericity	Approx. Chi-square	25.281	Nilai sig < 0.05 berarti <i>correlation matrix</i> populasi bukan matrix identitas, <i>factor analysis</i> dapat digunakan lebih lanjut.
	Df	3	
	Sig.	0.000	
Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy		0.609	KMO > 0.5, semua variabel dapat diikutsertakan dalam <i>factor analysis</i>
Communalities	melihat karya seni	0.820	Nilai menunjukkan prosentase <i>variance</i> untuk tiap pernyataan dapat dijelaskan oleh faktor utama “memperkaya hidup”. Untuk “melihat karya seni” 82.0% <i>variance</i> dapat dijelaskan oleh faktor “memperkaya hidup”, dan seterusnya untuk tiap pernyataan.
	memenuhi rasa keingintahuan	0.658	
	mengagumi hasil karya orang lain	0.578	
Component matrix	melihat karya seni	0.905	<i>Factor loading</i> untuk “melihat karya seni” adalah 0.905, dan seterusnya untuk tiap pernyataan.
	memenuhi rasa keingintahuan	0.811	
	mengagumi hasil karya orang lain	0.761	
Total variance explained – initial eigenvalue (Component 1)	Total	2.056	Faktor “mempelajari sesuatu” dapat menjelaskan <i>variance</i> sebesar 68.544%
	% of variance	68.544	
	Cumulative %	68.544	

Sumber: hasil olahan penulis

Faktor utama “rileks” diwakilkan dengan empat pernyataan: “untuk rileks”; “mengisi waktu luang”; “selingan kegiatan rutin sehari-hari”; dan “untuk berada di tempat terbuka” sesuai dengan Tabel 4.1. Ringkasan hasil *factor analysis* motivasi utama “rileks” dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5. Ringkasan Hasil Pre-Test Motivasi “Rileks”

Parameter Factor Analysis		Nilai	Arti
Bartlett’s Test of Sphericity	Approx. Chi-square	26.308	Nilai sig < 0.05 berarti <i>correlation matrix</i> populasi bukan matrix identitas, <i>factor analysis</i> dapat digunakan lebih lanjut.
	Df	6	
	Sig.	0.000	
Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy		0.598	KMO > 0.5, semua variabel dapat diikutsertakan dalam <i>factor analysis</i>
Communalities	untuk rileks	0.610	Nilai menunjukkan prosentase <i>variance</i> untuk tiap pernyataan dapat dijelaskan oleh faktor utama “rileks”. Untuk “untuk rileks” 61.0% <i>variance</i> dapat dijelaskan oleh faktor “rileks”, dan seterusnya untuk tiap pernyataan.
	mengisi waktu luang	0.713	
	selingan kegiatan rutin sehari-hari	0.693	
	untuk berada di tempat terbuka	0.086	
Component matrix	untuk rileks	0.781	<i>Factor loading</i> untuk “untuk rileks” adalah 0.781, dan seterusnya untuk tiap pernyataan.
	mengisi waktu luang	0.845	
	selingan kegiatan rutin sehari-hari	0.832	
	untuk berada di tempat terbuka	0.294	
Total variance explained – initial eigenvalue (Component 1)	Total	2.103	Faktor “rileks” dapat menjelaskan <i>variance</i> sebesar 52.568%
	% of variance	52.568	
	Cumulative %	52.568	

Sumber: hasil olahan penulis

Dari Tabel 4.5 dapat dilihat untuk pernyataan “untuk berada di tempat terbuka” memiliki nilai *factor loading* yang sangat rendah 0.294 (di bawah 0.5), sehingga dianggap tidak layak untuk mengukur faktor “rileks”. Selanjutnya dilakukan uji

ulang *factor analysis* dengan menghilangkan pernyataan “untuk berada di tempat terbuka”. Hasil uji ulang dapat dilihat pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6. Ringkasan Hasil Uji Ulang Motivasi “Rileks”**

Parameter Factor Analysis	Nilai	Arti
Bartlett’s Test of Sphericity	Approx. Chi-square	22.517
	Df	3
	Sig.	0.000
Nilai sig < 0.05 berarti <i>correlation matrix</i> populasi bukan matrix identitas, <i>factor analysis</i> dapat digunakan lebih lanjut.		
Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy	0.669	KMO > 0.5, semua variabel dapat diikutsertakan dalam <i>factor analysis</i>
Communalities	untuk rileks	0.636
	mengisi waktu luang	0.767
	selingan kegiatan rutin sehari-hari	0.653
Nilai menunjukkan prosentase <i>variance</i> untuk tiap pernyataan dapat dijelaskan oleh faktor utama “rileks”. Untuk “untuk rileks” 63.6% <i>variance</i> dapat dijelaskan oleh faktor “rileks”, dan seterusnya untuk tiap pernyataan.		
Component matrix	untuk rileks	0.798
	mengisi waktu luang	0.876
	selingan kegiatan rutin sehari-hari	0.808
<i>Factor loading</i> untuk “untuk rileks” adalah 0.798, dan seterusnya untuk tiap pernyataan.		
Total variance explained – initial eigenvalue (Component 1)	Total	2.057
	% of variance	68.559
	Cumulative %	68.559
Faktor “rileks” dapat menjelaskan <i>variance</i> sebesar 68.559%		

Sumber: hasil olahan penulis

Dari Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai *factor loading* dari ketiga pernyataan cukup tinggi dan total *variance* yang dapat dijelaskan oleh faktor “rileks” juga

cukup tinggi. Sehingga dapat disimpulkan ketiga pernyataan dinyatakan layak untuk mengukur faktor “rileks”.

Dari hasil *pre-test* tahap I dan II ini, diperoleh enam pernyataan yang mewakili motivasi “mempelajari sesuatu”; tiga pernyataan yang mewakili motivasi “memperkaya hidup”; dan tiga pernyataan yang mewakili motivasi “rileks”. Diantara 12 pernyataan yang tidak lolos untuk diikutsertakan dalam kuesioner penelitian adalah: “meningkatkan kualitas hidup”, “agar hidup saya tidak statis”, “untuk menjadi kreatif”, “agar dapat memposisikan diri sebagai orang lain”, dan “dapat membantu keseharian saya”. Pernyataan-pernyataan ini dinilai oleh responden di Jakarta kurang relevan untuk menjelaskan kunjungan ke museum. Pernyataan tersebut relevan di Rotterdam, Belanda sebagian disebabkan oleh tingkat pendidikan yang lebih tinggi, sehingga responden di Rotterdam yang digali motivasinya menggunakan teknik *laddering*, dapat mengungkapkan konsep-konsep yang mungkin dinilai abstrak bagi responden di Jakarta. Ke-12 pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini dianggap cukup mewakili tiga motivasi utama seorang mengunjungi museum, karena telah melewati dua tahapan *pre-test*.

#### **4.8. Definisi Operasional**

Pernyataan pada kuesioner penelitian ini terdiri dari 12 motivasi seorang mengunjungi museum yang mewakili tiga motivasi utama. Ke-12 pernyataan tentang motivasi diperoleh dari hasil *pre-test*. Seperti telah disebutkan sebelumnya, tiap pernyataan diukur menggunakan 7 derajat skala Likert: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) agak tidak setuju, (4) netral, (5) agak setuju, (6) setuju, dan (7) sangat setuju. Tabel 4.7 menyajikan definisi operasional penelitian ini, yang terdiri dari motivasi utama dan pernyataan yang mewakilinya, juga notasi *item* yang melambangkan urutan tiap pernyataan pada kuesioner.

**Tabel 4.7. Definisi Operasional**

No	Motivasi Utama	Penyataan	Item
1.	“Mempelajari sesuatu”	Saya mengunjungi museum untuk menambah wawasan	V1
		Saya mengunjungi museum untuk mempelajari sesuatu	V2
		Saya mengunjungi museum untuk mencari tahu tentang sesuatu	V3
		Saya mengunjungi museum untuk melihat sesuatu yang belum pernah saya lihat	V4
		Saya mengunjungi museum untuk mempelajari sesuatu tentang masa lalu	V6
		Saya mengunjungi museum untuk melihat kembali sesuatu dari masa lampau	V10
2.	“Memperkaya hidup”	Saya mengunjungi museum untuk melihat karya seni	V5
		Saya mengunjungi museum untuk memenuhi rasa keingintahuan saya	V8
		Saya mengunjungi museum untuk mengagumi hasil karya orang lain	V12
3.	“Rileks”	Saya mengunjungi museum untuk rileks	V7
		Saya mengunjungi museum untuk mengisi waktu luang	V9
		Saya mengunjungi museum sebagai selingan kegiatan rutin sehari-hari	V11

Sumber: hasil olahan penulis