

SKRIPSI

**PENGARUH *USER GENERATED CONTENT (UGC)*
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN GENERASI Z
DI TAMAN ISMAIL MARZUKI JAKARTA**



RIFA MUHAMAD RIZKI

22045010012

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI PARIWISATA**

2026

SKRIPSI

**PENGARUH *USER GENERATED CONTENT* (UGC)
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN GENERASI Z
DI TAMAN ISMAIL MARZUKI JAKARTA**



RIFA MUHAMAD RIZKI

22045010012

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

PROGRAM STUDI PARIWISATA

2026

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG WISATAWAN GENERASI Z DI TAMAN ISMAIL
MARZUKI JAKARTA**

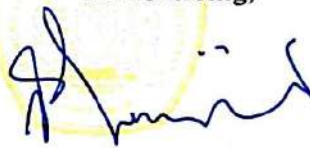
Disusun Oleh:

Rifa Muhamad Rizki

NPM. 22045010012

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing,**



Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par

NIP. 198904202022032003

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.si

NIP. 196804182021211006

Lembar Pengesahan Penguji

**PENGARUH USER GENERATED CONTENT (UGC) TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG WISATAWAN GENERASI Z DI TAMAN ISMAIL MARZUKI
JAKARTA**

Disusun Oleh:

**Rifa Muhamad Rizki
NPM. 22045010012**

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 10 Juli 2026**

Pembimbing Utama,



**Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par
NIP. 198904202022032003**

Tim Penguji

1.



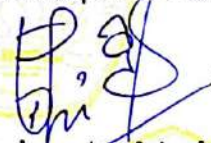
**Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par
NIP. 198904202022032003**

2.



**Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001**

3.



**Garsione Agni Andrea, S.Pd., M.Sc
NPT. 21219900221336**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rifa Muhamad Rizki
NPM : 22045010012
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Pariwisata
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila Dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 22 Juni 2026
Yang Membuat pernyataan,


METERAI
TEMPEL
5
IAOX072377690

Rifa Muhamad Rizki
NPM. 22045010012

KATA PENGANTAR

Puji Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya, penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi yang berjudul **"PENGARUH *USER GENERATED CONTENT (UGC)* TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN GENERASI Z DI TAMAN ISMAIL MARZUKI JAKARTA"** ini merupakan bagian dari tugas akhir yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan studi di bidang pariwisata. Melalui penelitian ini, penulis berupaya mengeksplorasi bagaimana konten yang dihasilkan oleh pengguna, khususnya oleh Generasi Z, mempengaruhi minat wisatawan Generasi Z untuk berkunjung.

Taman Ismail Marzuki, sebagai salah satu pusat seni dan budaya di Jakarta, diharapkan dapat menjadi contoh yang relevan untuk memahami peran *User Generated Content (UGC)* dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu lokasi wisata. Melalui analisis kuantitatif, penelitian ini berupaya memberikan wawasan yang mendalam mengenai dampak positif dan negatif dari *User Generated Content (UGC)* terhadap daya tarik wisata. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par., yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah memberikan bimbingan yang berarti selama proses penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si. Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik UPN "Veteran" Jawa Timur, yang telah memberikan dukungan dan fasilitas yang memadai bagi mahasiswa. Kebijakan dan perhatian yang diberikan telah menciptakan lingkungan akademik yang kondusif untuk belajar dan berkembang.
2. Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Pariwisata, yang telah memberikan arahan serta motivasi yang sangat berarti. Dedikasi dan komitmen beliau dalam mengembangkan kurikulum dan mendukung mahasiswa sangat kami hargai.
3. Seluruh dosen Program Studi Pariwisata, yang telah membagikan ilmu, pengetahuan, dan pengalaman berharga. Setiap pembelajaran yang

diberikan telah memperkaya wawasan kami dan membentuk pemahaman yang lebih mendalam tentang dunia pariwisata.

4. Kedua orang tua peneliti, yang selalu memberikan dukungan moral dan material tanpa henti. Kasih sayang dan pengorbanan mereka telah menjadi sumber semangat dan motivasi bagi peneliti untuk terus maju dan tidak menyerah.
5. Kakak peneliti, yang selalu menjadi sumber motivasi dan inspirasi. Dukungan dan nasihatnya dalam menghadapi berbagai tantangan membuat perjalanan ini menjadi lebih berarti.
6. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Bantuan, saran, dan dorongan dari teman-teman, rekan-rekan, dan semua individu yang terlibat dalam proses penelitian ini sangat kami hargai.

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pariwisata dan komunikasi, serta memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan di industri pariwisata.

Surabaya, 19 Juni 2026

Rifa Muhamad Rizki

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1 Hasil Penelitian Wahid et al. (2025).....	11
2.1.2 Hasil Penelitian Nadiastuti et al. (2025).....	13
2.1.3 Hasil Penelitian Rachman et al. (2025).....	15
2.1.4 Hasil Penelitian Wilyanto & Tunjungasri (2025).....	16
2.1.5 Hasil Penelitian Maha & Mahagangga (2023).....	18
2.2 Landasan Konseptual.....	23
2.2.1 User Generated Content (UGC).....	23
2.2.2 Wisatawan Generasi Z.....	24
2.2.3 Minat Berkunjung.....	25
2.2.4 Daya Tarik Wisata.....	27
2.4 Kerangka Konseptual.....	28
2.5 Hipotesis.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Metode Penelitian.....	30
3.2 Pendekatan Penelitian.....	31
3.3 Batasan Penelitian.....	32
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32

3.5 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.6 Populasi dan Sampel.....	38
3.7 Teknik Penentuan Sampel.....	40
3.8 Instrumen Penelitian.....	42
3.9 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.10 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.11 Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum.....	49
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	50
4.2.1 Hasil Penelitian.....	50
A Hasil Uji Validitas.....	50
B Hasil Uji Reliabilitas.....	52
C Analisis Deskriptif Responden.....	53
D Hasil Uji Normalitas.....	65
E Analisis Regresi Linear Sederhana <i>Boothstrapping</i>	67
F Uji Hipotesis Pengaruh Parsial Metode <i>Boothstrapping</i>	70
4.2.2 Pembahasan.....	73
A Pembahasan Berdasarkan Indikator Variabel User Generated Content.....	74
B Pembahasan Terhadap Minat Berkunjung.....	81
C Pembahasan Hasil Uji Pengaruh (Kaitan dengan Hipotesis).....	86
D Sintesis.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	96
5.2.1 Saran Praktis (Bagi Pengelola Taman Ismail Marzuki).....	96
5.2.2 Saran Akademis (Bagi Peneliti Selanjutnya).....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	50
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	52
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	56
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Asal Daerah/Domisili...	57
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	59
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Platform Utama.....	61
Tabel 4.9 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel UGC (X).....	62
Tabel 4.10 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Berkunjung (Y).....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Model Regresi (Model Summary & ANOVA).....	68
Tabel 4.13 Koefisien Regresi Linear Sederhana (Sampel asli).....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Parameter Regresi Metode <i>Bootstrapping</i>	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	29
Gambar 3.1 Rumus Rao Purba.....	39
Gambar 3.2 Gambar Hasil Perhitungan Sampel Minimum Rumus Rao Purba....	39
Gambar 3.3 Rumus Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha.....	45
Gambar 3.4 Rumus Analisis Regresi Linear Sederhana.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner.....	103
Lampiran 2. Kuesioner Berbasis <i>Google Form</i>	103
Lampiran 3. Butir Pertanyaan Kuesioner pada <i>Google Form</i>	104
Lampiran 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Grafik <i>Google Form</i>	105
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variabel X (<i>User Generated Content (UGC)</i>).....	106
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Berkunjung).....	106
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (<i>User Generated Content (UGC)</i>) ...	106
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Berkunjung)	106
Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i>	107
Lampiran 10. Hasil Uji Regresi Sederhana <i>Boothstrapping</i>	107

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *User Generated Content* (UGC) di media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan Generasi Z ke Taman Ismail Marzuki (TIM) Jakarta. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori kausal non-parametrik, pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner terstruktur berbasis *Google Forms* kepada 130 responden Generasi Z yang belum pernah mengunjungi TIM dalam satu tahun terakhir. Karena data residual tidak berdistribusi normal, pengujian hipotesis dialihkan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan metode *Bootstrapping* (resampling 1.000 kali) pada tingkat kepercayaan *Bias-Corrected and Accelerated* (BCa) 95%. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel UGC dinilai "Sangat Baik" (mean = 4,18), dengan indikator relevansi dan daya tarik informasi menempati skor tertinggi. TikTok (73,8%) dan Instagram (26,2%) menjadi platform visual utama yang diandalkan responden. Temuan empiris membuktikan bahwa UGC berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap minat berkunjung wisatawan Generasi Z (Sig.< 0,001). Nilai koefisien regresi ($B = 0,757$) dan rentang BCa 95% *Confidence Interval* (0,607 hingga 0,893) yang tidak melewati angka nol memperkuat penerimaan hipotesis kerja (H_1). Selain itu, UGC memberikan kontribusi langsung sebesar 45,1% ($R^2 = 0,451$) terhadap variasi minat berkunjung, sedangkan 54,9% sisanya dipengaruhi faktor luar. Kesimpulannya, otentisitas pengalaman peer-to-peer dalam UGC bertindak sebagai pereduksi ketidakpastian instan bagi wisatawan muda di destinasi urban

Kata kunci: *User Generated Content*, Minat Berkunjung, Generasi Z, Taman Ismail Marzuki, Pariwisata Perkotaan.

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of social media User Generated Content (UGC) on Generation Z tourists' visit intention to Taman Ismail Marzuki (TIM) Jakarta. Utilizing a quantitative approach with a non-parametric causal explanatory design, primary data was gathered via structured Google Forms questionnaires distributed to 130 Generation Z respondents who had not visited TIM within the past year. Due to non-normally distributed residual data, hypothesis testing was conducted using simple linear regression analysis with the Bootstrapping method (1,000 resamples) at a 95% Bias-Corrected and Accelerated (BCa) confidence level. Descriptive analysis results indicate that the UGC variable is rated as "Excellent" (mean = 4.18), with information relevance and attractiveness achieving the highest scores. TikTok (73.8%) and Instagram (26.2%) emerged as the primary visual platforms relied upon by respondents. Empirical findings prove that UGC has a direct, positive, and significant effect on Generation Z tourists' visit intention (Sig. < 0.001). The regression coefficient ($B = 0.757$) and the 95% BCa Confidence Interval range (0.607 to 0.893) which does not include zero strongly support the acceptance of the working hypothesis (H_1). Furthermore, UGC contributes directly by 45.1% ($R^2 = 0.451$) to the variance of visit intention, while the remaining 54.9% is influenced by external factors. In conclusion, the authenticity of peer-to-peer experiences in UGC acts as an instant uncertainty reducer for young tourists in urban destinations.

Keywords: User Generated Content, Visiting Interest, Generation Z, Taman Ismail Marzuki, Urban Tourism.