

EFEKTIVITAS DESTINASI WISATA INDOOR DALAM MENGANTISIPASI PERUBAHAN MUSIM DAN MENJAGA CITRA PARIWISATA YOGYAKARTA

Ajie Wicaksono

S1 Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Negeri Yogyakarta
ajiewicaksono@uny.ac.id

Suradi

D3 Perhotelan, Akademi Pariwisata STIPARY Yogyakarta
suradi.hadi22@gmail.com

Anton Triyantoro

D3 Perhotelan, Akademi Pariwisata STIPARY Yogyakarta
anton.stipary@gmail.com

ABSTRACT

The tourism sector in Yogyakarta is highly vulnerable to seasonal changes and extreme weather due to its heavy reliance on outdoor attractions, which negatively impacts destination image. This study aims to examine the effectiveness of indoor tourism destinations in mitigating the risks of extreme weather and maintaining Yogyakarta's tourism image. A quantitative explanatory approach was employed using Structural Equation Modelling (SEM) based on Partial Least Squares (PLS). Data was collected from a sample of 400 domestic tourists who visited at least two indoor destinations in Yogyakarta during the peak rainy season. The analysis reveals that the effectiveness of indoor facilities and weather anticipation capacity directly and significantly affect tourism image with path coefficients of $\beta = 0.285$ and $\beta = 0.240$, respectively. The combination of indoor facilities, weather mitigation, and tourist experience explains 71.5% of the variance in destination image ($R^2 = 0.715$). Furthermore, tourist experience acts as a significant partial mediator between indoor facilities and tourism image ($\beta = 0.171$), and between weather anticipation and tourism image ($\beta = 0.157$). In conclusion, developing climate-responsive indoor infrastructure, combined with high-value tourist experiences, is a fundamental strategy for building regional tourism resilience.

Keywords: Climate Adaptation, Destination Image, Indoor Tourism, Tourist Experience, Yogyakarta

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan pilar krusial dalam struktur ekonomi kontemporer yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap fluktuasi eksternal, terutama fenomena perubahan iklim dan pergeseran musim yang tidak menentu (Damanik & Tegar, 2022). Di Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) telah lama mengukuhkan posisinya sebagai destinasi unggulan yang mengandalkan kekayaan warisan budaya dan keindahan lanskap alam sebagai daya tarik utama bagi wisatawan mancanegara maupun domestik (Saraswati et al., 2024). Namun, ketergantungan yang besar pada atraksi berbasis luar ruangan (outdoor) menimbulkan kerentanan signifikan ketika dihadapkan pada ketidakpastian cuaca ekstrem yang sering melanda wilayah tropis (Wicaksono & Putri, 2023). Curah hujan yang tinggi secara konsisten terbukti menghambat aksesibilitas wisatawan, menurunkan kualitas pengalaman berkunjung, dan pada akhirnya berdampak pada penurunan durasi tinggal atau length of stay (Prabowo & Kurniawan, 2023). Oleh karena itu, pengembangan destinasi wisata indoor menjadi urgensi strategis untuk menciptakan ketahanan pariwisata daerah yang

berkelanjutan (Nugroho & Rahmawati, 2022). Integrasi antara diversifikasi produk wisata dan adaptasi iklim menjadi kunci utama bagi Yogyakarta untuk mempertahankan arus kunjungan sepanjang tahun tanpa terhalang oleh kendala musiman yang sering kali merugikan pelaku industri lokal secara ekonomi (Setiawan & Bakri, 2023).

Fenomena perubahan musim yang semakin sulit diprediksi memerlukan respons adaptif dari pemangku kepentingan pariwisata untuk meminimalkan risiko kerugian pendapatan daerah (Damanik & Tegar, 2022). Destinasi wisata indoor hadir sebagai solusi pragmatis yang menawarkan lingkungan terkendali sehingga aktivitas rekreasi dapat berlangsung secara kontinu meskipun terjadi cuaca buruk di luar ruangan (Prabowo & Kurniawan, 2023). Keberadaan museum, galeri seni kontemporer, pusat perbelanjaan tematik, hingga wahana edukasi dalam ruang memberikan alternatif yang menarik bagi profil wisatawan modern yang sangat mengutamakan kenyamanan fisik (Wicaksono & Putri, 2023). Yogyakarta, dengan visinya sebagai kota pendidikan dan kebudayaan, memiliki modalitas yang kuat untuk mentransformasi ruang-ruang tertutup menjadi pusat atraksi yang bernilai estetika tinggi dan edukatif (Nugroho &

Rahmawati, 2022). Melalui pemanfaatan teknologi digital dan desain interior yang imersif, destinasi indoor mampu memberikan pengalaman sensorik yang kompetitif dibandingkan objek wisata alam yang sangat bergantung pada kondisi atmosfer (Saraswati et al., 2024). Strategi ini bukan sekadar upaya substitusi sementara, melainkan bentuk pengayaan portofolio pariwisata yang mampu meningkatkan daya saing daerah di tingkat nasional maupun internasional dalam jangka panjang (Setiawan & Bakri, 2023).

Citra destinasi (*destination image*) merupakan konstruksi mental yang dibentuk oleh wisatawan berdasarkan informasi dan pengalaman langsung yang sangat dipengaruhi oleh faktor kenyamanan lingkungan (Prabowo & Kurniawan, 2023). Ketidakpastian musim, seperti hujan badai yang sering melanda Yogyakarta, sering kali menciptakan persepsi negatif jika destinasi tidak memiliki kesiapan infrastruktur indoor yang memadai (Saraswati et al., 2024). Wisatawan cenderung mengekspresikan kekecewaan apabila rencana perjalanan mereka terganggu oleh cuaca, yang kemudian tercermin dalam ulasan negatif di berbagai platform media sosial (Wicaksono & Putri, 2023). Penurunan citra ini berisiko mengurangi minat kunjungan ulang (*revisit intention*) dan memperlemah posisi tawar Yogyakarta di pasar pariwisata global yang semakin kompetitif (Damanik & Tegar, 2022). Dengan mempromosikan destinasi indoor sebagai ikon baru, Yogyakarta dapat mengirimkan sinyal kepada pasar bahwa daerah ini merupakan destinasi *all-weather* yang aman dikunjungi kapan pun (Nugroho & Rahmawati, 2022). Konsistensi dalam memberikan pengalaman berkualitas tanpa terpengaruh faktor eksternal adalah fondasi utama dalam menjaga reputasi serta stabilitas ekonomi pariwisata daerah (Setiawan & Bakri, 2023).

Efektivitas destinasi wisata indoor dalam menjaga stabilitas kunjungan dapat diukur dari kemampuannya untuk mendistribusikan beban wisatawan dari lokasi terbuka yang rentan terhadap cuaca (Saraswati et al., 2024). Ruang tertutup yang dirancang dengan konsep berkelanjutan tidak hanya berfungsi sebagai tempat berlindung, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang dinamis bagi komunitas (Nugroho & Rahmawati, 2022). Di Yogyakarta, optimalisasi bangunan bersejarah sebagai ruang publik tertutup melalui konsep *adaptive reuse* telah menunjukkan hasil positif dalam menarik segmen wisatawan milenial (Wicaksono & Putri, 2023). Destinasi seperti ini sering kali menjadi penarik utama (*anchor*) yang memastikan perputaran ekonomi di sektor pendukung seperti kuliner dan transportasi tetap stabil (Prabowo & Kurniawan, 2023). Selain itu, manajemen destinasi yang berfokus pada kualitas lingkungan indoor dapat meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan melalui penyediaan fasilitas yang lebih terukur dan higienis (Damanik & Tegar, 2022). Pengelolaan yang profesional pada objek wisata dalam ruang terbukti mampu memitigasi dampak musiman yang biasanya menyebabkan periode *low*

season yang berkepanjangan (Setiawan & Bakri, 2023).

Pemerintah Daerah DIY bersama dengan pelaku industri perlu merumuskan kebijakan yang mendukung akselerasi pembangunan infrastruktur wisata indoor yang representatif (Nugroho & Rahmawati, 2022). Sinergi ini mencakup pemberian insentif bagi investor yang mengembangkan atraksi ramah iklim serta penguatan promosi digital yang berfokus pada variasi aktivitas dalam ruang (Wicaksono & Putri, 2023). Inovasi produk wisata harus terus dilakukan dengan mengintegrasikan narasi lokal ke dalam pameran seni digital atau taman bermain edukatif (Saraswati et al., 2024). Tanpa adanya diversifikasi yang serius, pariwisata Yogyakarta akan tetap terjebak dalam siklus musiman yang menghambat pertumbuhan ekonomi inklusif (Damanik & Tegar, 2022). Pendidikan bagi pelaku usaha mikro juga penting untuk memastikan bahwa mereka mampu beradaptasi dengan pergeseran pola perjalanan wisatawan dari outdoor ke indoor (Prabowo & Kurniawan, 2023). Keberhasilan transformasi ini akan menjadikan Yogyakarta sebagai model bagi destinasi lain dalam menghadapi tantangan perubahan iklim melalui pendekatan yang kreatif (Setiawan & Bakri, 2023).

Sektor pariwisata secara global diakui sebagai industri yang sangat rentan terhadap guncangan eksternal, di mana perubahan iklim dan cuaca ekstrem menjadi ancaman paling signifikan bagi keberlanjutan sebuah destinasi (Prayag, 2020). Konsep ketahanan pariwisata atau *tourism resilience* menekankan pada kapasitas sistemik suatu destinasi untuk menyerap gangguan, melakukan adaptasi, dan bertransformasi agar aktivitas rekreasi tetap fungsional di tengah kondisi krisis atmosferik (Rosselló et al., 2020). Dalam praktiknya, adaptasi iklim di tingkat tata kelola destinasi membutuhkan pergeseran paradigma manajerial dari reaktivitas pasca-bencana menuju perencanaan mitigasi proaktif yang melibatkan kolaborasi lintas sektoral secara intensif (Hall & Saarinen, 2020). Bagi destinasi yang sangat mengandalkan warisan alam dan budaya luar ruangan, fluktuasi curah hujan yang semakin tidak menentu memaksa para pemangku kepentingan untuk segera merumuskan strategi diversifikasi atraksi yang komprehensif (Damanik & Tegar, 2022). Penguatan infrastruktur mitigasi pelindung serta penciptaan alternatif pariwisata yang tangguh terbukti menjadi langkah esensial untuk mencegah kelumpuhan roda ekonomi lokal selama periode anomali cuaca yang berkepanjangan (Scott & Gössling, 2022).

Pengembangan atraksi wisata indoor atau dalam ruang kini tidak lagi dipandang semata-mata sebagai fasilitas pelengkap sekunder, melainkan telah berevolusi menjadi instrumen adaptasi yang mutlak diperlukan dalam tata kelola pariwisata modern (Matei et al., 2023). Karakteristik utama yang membedakan pariwisata indoor adalah kemampuannya dalam menciptakan iklim mikro yang sepenuhnya terkendali, sehingga secara efektif

mengeliminasi risiko ketidaknyamanan fisik akibat presipitasi tinggi maupun radiasi suhu ekstrem di luar ruangan (Gössling, Scott, & Hall, 2020). Di kawasan perkotaan yang bertumpu pada kunjungan padat, transformasi bangunan bersejarah atau ruang publik tertutup menjadi sentra pameran budaya dan galeri seni interaktif telah terbukti sangat berhasil dalam mempertahankan stabilitas volume kunjungan pelancong harian (Saraswati et al., 2024). Lebih dari sekadar tempat evakuasi iklim sementara, infrastruktur indoor yang dikurasi dengan standar estetika tinggi mampu menduduki posisi sentral sebagai magnet utama yang memiliki daya pikat independen tanpa harus terus-menerus bergantung pada keredhaan cuaca alam (Prabowo & Kurniawan, 2023). Transformasi strategis dari tipologi produk yang rentan atmosferik menjadi atraksi rekreasi berbasis spasial tertutup ini senantiasa menuntut peningkatan inovasi desain agar standar ekspektasi wisatawan kontemporer dapat terakomodasi paripurna (Higgins-Desbiolles, 2020).

Pengalaman wisatawan merupakan sebuah konstruksi emosional multi-dimensi yang terbentuk dan terkalibrasi melalui interaksi intensif antara individu dengan stimulasi lingkungan fisik tempat mereka menghabiskan waktu luangnya (Dong et al., 2023). Ketika rangkaian rencana perjalanan wisata luar ruangan terpaksa terhenti oleh faktor curah hujan, fasilitas substitusi indoor mengemban kewajiban mutlak untuk mereplikasi atau menawarkan substitusi sensorik yang setara kualitasnya melalui kombinasi estetika arsitektur dan kelancaran arus informasi (Nugroho & Rahmawati, 2022). Evaluasi terhadap mutu pelayanan dalam kurungan tembok tertutup ini sama sekali tidak terbatas pada keelokan ornamen visual semata, tetapi juga mencakup pengukuran presisi terhadap parameter kenyamanan termal dan manajemen kepadatan sirkulasi (Almutairi et al., 2020). Destinasi yang terbukti menyajikan kemudahan navigasi, narasi interpretatif yang padat, dan keandalan respons layanan staf secara empiris sukses menciptakan jejak memori liburan yang unggul atau sering diistilahkan sebagai memorable tourism experience (Gretzel et al., 2020). Secara fundamental, pemenuhan kepuasan psikologis yang diekstraksi dari rekreasi ruang tertutup memainkan peranan vital sebagai katup kompensasi yang andal untuk mengobati kekecewaan mendalam akibat gagalannya agenda petualangan luar ruang wisatawan (Wicaksono & Putri, 2023).

Penilaian citra terhadap sebuah destinasi pariwisata merupakan akumulasi rumit dari tahapan evaluasi kognitif dan pembentukan afeksi batiniah yang pada siklus akhirnya sangat mendikte arah konasi atau keputusan perjalanan konsumen pariwisata sejagat (Zhang et al., 2020). Terpaan anomali cuaca destruktif dan minimnya kesiapan arsitektur bangunan pelindung berpotensi secara masif meruntuhkan pilar kognitif fondasi citra tersebut, terutama pada saat wisatawan merasa jaminan keamanan dan keselamatan diri mereka

dikompromikan (Setiawan & Bakri, 2023). Pengalaman traumatis dari keterpaparan cuaca ekstrem ini kerap kali diabadikan secara instan dan didistribusikan seluas-luasnya melalui mimbar ulasan digital bebas yang otomatis diakses secara masif oleh jutaan mata calon pelancong lain (Farida & Rahayu, 2021). Kesigapan terkoordinasi dari suatu sistem manajemen daerah dalam mengendalikan krisis paparan iklim makro ini menjelma menjadi variabel tunggal penentu yang paling kritikal di dalam ikhtiar mempertahankan reputasi mulia serta memori kolektif yang tak ternoda (Rosselló et al., 2020). Optimalisasi kampanye publik perihal keberlimpahan fasilitas rekreasi indoor yang aman dan higienis memberikan keleluasaan bagi pemangku wewenang untuk merekonstruksi posisi wilayahnya sebagai pusat rekreasi yang tetap menawan hati dalam cekaman musim apa pun (Prayag, 2020).

Dalam korpus keilmuan pemasaran pariwisata modern, peleburan analisis antara entitas kognitif dan letupan afektif ditempatkan sebagai pedoman primer bagi arsitek pemasaran dalam rangka memanufaktur taktik penyusunan citra yang tidak mudah goyah (Hall & Saarinen, 2020). Ranah kognitif secara terperinci bertugas mencatat dan merekam verifikasi faktual wisatawan mengenai ketersediaan infrastruktur anti-badai maupun kelengkapan amenities evakuasi fungsional di seluruh penjuru kota destinasi (Scott & Gössling, 2022). Berseberangan dengan itu, gugus afektif memegang peranan erat pada frekuensi emosi spiritual yang secara langsung menggambarkan ketenteraman sukma pelancong di saat mereka berhasil diisolasi dari terjangan derita iklim basah (Damanik & Tegar, 2022). Pembangunan masif wahana wisata indoor yang mematuhi standar operasional kelayakan mancanegara secara instan melambungkan skor audit kognitif yang memicu efek berantai berupa limpahan perasaan rileks, tentram, dan terlindungi total di sanubari pengunjung (Prabowo & Kurniawan, 2023). Harmonisasi paripurna di antara kalkulasi kepastian fisik dan pemanjaan ketahanan emosional ini berturut-turut diakui oleh para peneliti sebagai instrumen kalibrasi tepercaya untuk memetakan loyalitas kunjungan berulang (Saraswati et al., 2024).

Ekskalasi masif dalam hal pembangunan struktur destinasi wisata indoor raksasa memunculkan kewajiban tak terbantahkan untuk mengaplikasikan panduan tata letak hijau demi menangkal ancaman penciptaan beban ekologis destruktif di tengah permukiman (Weaver, 2020). Transisi orientasi spasial ini tidak boleh melenceng dan tetap harus diikat kuat oleh kepatuhan terhadap manifesto keberlanjutan demi melestarikan keseimbangan ekosistem pariwisata makro dan melindungi hajat hidup komunal (Higgins-Desbiolles, 2020). Kebutuhan asupan daya listrik berskala raksasa yang diperuntukkan bagi sistem tata udara mikro dalam gedung mutlak disubsidi silang melalui pengadopsian rekayasa teknologi panel ramah sumber daya terbarukan (Gössling, Scott, & Hall, 2020). Penerapan

sirkuler dari perputaran sumber daya operasional yang selaras dengan daya dukung biosfer ini juga memberikan garansi tertekannya jejak pelepasan karbon industri tanpa harus mengorbankan indeks kompetitivitas kas kawasan (Setiawan & Bakri, 2023). Pada puncaknya, sinergi kepatuhan ekologis pada tata kelola bangunan perlindungan ini membuktikan bahwa strategi perisai cuaca tidak harus terjerembab pada pertentangan pelestarian kawasan (Almutairi et al., 2020).

Observasi mendalam mengenai sosiologi turis merekam fenomena bahwa keganjilan kondisi cuaca spontan meledakkan impuls psikologis turis untuk memutar balik seluruh rentetan agenda lawatan yang sudah direncanakan sedemikian rupa (Pizam, 2020). Serangan kejutan berupa curah hujan lebat di ruang tak beratap secara pasti mengundang wabah stres akut yang menuntut peluncuran aksi protokol krisis taktis dari otoritas penyelenggara turisme (Sigala, 2020). Inisiatif evakuasi mandiri untuk menyelamatkan kelanjutan hari libur melalui proses substitusi wahana bertudung tebal adalah naluri pertahanan primer para pelancong demi menebus nilai materi yang telah diinvestasikan (Buhalis & Sinarta, 2020). Barometer keberhasilan pengelola darurat ini ditakar secara presisi melalui rasio kelancaran pemindahan volume kerumunan dari dataran terbuka menuju bilik pelindung berpendingin ruangan dengan nol insiden kepanikan (Matei et al., 2023). Kesempurnaan instalasi rambu panduan arah menuju zona aman ini terbukti meredakan lonjakan emosi negatif wisatawan sehingga tingkat stres berwisata tetap terjaga pada ambang kewajaran (Dong et al., 2023).

Era industrialisasi wisata ruangan mutakhir ini secara eksklusif berhutang budi pada kemampuan teknologi digital futuristik yang mengizinkan dihidupkannya kembali presentasi visual bersejarah dalam balutan ilusi nyata tanpa tepi (Buhalis & Sinarta, 2020). Evolusi sarana rekreasi tertutup memanfaatkan injeksi kacamata realitas ditambah (augmented reality) untuk mengundang pelancong untuk masuk dan berpartisipasi langsung, mengubah barang antik museum menjadi ensiklopedia kinetik (Gretzel et al., 2020). Taburan inovasi interaktif layar pintar pada bilik berdinding empat seketika meruntuhkan stigma konvensional turis yang semula menganggap kunjungan indoor identik dengan belenggu kebosanan pasif dan menguras kantuk (Sigala, 2020). Pemberdayaan analisis pergerakan digital pada jalur evakuasi beratap otomatis memfasilitasi tim keamanan gedung dalam mencairkan gumpalan penumpukan pengunjung di lorong-lorong sempit (Nugroho & Rahmawati, 2022). Pernikahan yang solid di antara susunan beton antibadai dan perangkat keras pemosisian realitas maya ini menjanjikan kelangsungan pengalaman rekreasi di level superior yang anti-pudar (Wicaksono & Putri, 2023).

Disorot melalui kacamata hitungan neraca makro, detak denyut nadi perekonomian industri perjalanan amat disandarkan pada keberlangsungan

perputaran uang kartal yang rutin mengalami pendarahan saat langit menumpahkan musibah basah (Scott & Gössling, 2022). Keberadaan instalasi substitusi liburan berskala kolosal ini memiliki kesaktian absolut dalam memperlebar jendela durasi menginap pelancong asing yang sejatinya sudah hampir memencet tombol pembatalan tiket (Prayag, 2020). Aksi perpanjangan napas kehadiran komunal di dalam labirin beratap sejuk tersebut berkorelasi sejajar dengan naiknya persentase belanja kuliner, transaksi cendera mata, serta margin keuntungan usaha eceran di koridor rekreasi (Rosselló et al., 2020). Dana terselamatkan yang tersiklus secara tertutup dalam rantai suplai lokal ini berandil krusial sebagai bempêr penahan guncangan defisit profit yang sebelumnya mendera operator resor pinggiran laut (Setiawan & Bakri, 2023). Pembuatan dan pengesahan regulasi tata guna lahan yang berkiblat penuh pada investasi infrastruktur tahan cuaca ini dikukuhkan sebagai payung pelindung nasib pekerja pariwisata kerah biru dari ketamakan musim ekstrem (Farida & Rahayu, 2021).

METODE

Desain Penelitian dan Penentuan Sampel

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori untuk menguji efektivitas variabel destinasi indoor terhadap citra pariwisata di Yogyakarta (Sugiyono, 2019). Lokasi penelitian difokuskan pada tiga klaster destinasi indoor utama di Yogyakarta, yaitu museum sejarah, galeri seni kontemporer, dan pusat perbelanjaan tematik yang memiliki tingkat kunjungan tinggi saat musim penghujan. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Yogyakarta pada periode puncak musim hujan (November–Februari). Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden yang pernah mengunjungi minimal dua destinasi wisata indoor dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Ukuran sampel ditentukan berdasarkan rumus Lemeshow untuk populasi tidak diketahui, menghasilkan minimal 384 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 400 responden untuk meningkatkan presisi data. Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur dengan skala Likert 1-5, yang telah melalui uji validitas menggunakan Pearson Product Moment dan uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha > 0,70 (Hair et al., 2019).

Prosedur Pengumpulan Data dan Operasionalisasi Variabel

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui dua tahap, yaitu survei lapangan secara langsung di pintu keluar destinasi terpilih dan penyebaran kuesioner digital (Google Forms) melalui komunitas pariwisata (Nasution, 2020). Variabel independen "Efektivitas Destinasi Indoor" diukur melalui empat dimensi utama: fasilitas fisik, kenyamanan termal, aksesibilitas musim, dan keragaman aktivitas (Setiawan & Bakri, 2023). Variabel moderasi

"Perubahan Musim" diukur dengan persepsi hambatan mobilitas dan frekuensi gangguan jadwal perjalanan akibat cuaca ekstrem (Damanik & Tegar, 2022). Sementara itu, variabel dependen "Citra Pariwisata" dioperasionalisasi melalui dimensi kognitif (pengetahuan tentang destinasi) dan dimensi afektif (perasaan terhadap destinasi) sesuai dengan model yang dikembangkan oleh Baloglu dan McCleary (Wicaksono & Putri, 2023). Untuk menjaga objektivitas, data sekunder mengenai data curah hujan harian dari BMKG Yogyakarta dan statistik kunjungan wisatawan dari Dinas Pariwisata DIY digunakan sebagai data pendukung untuk melakukan triangulasi hasil survei primer.

Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data dilakukan menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0 (Ghozali, 2021). Prosedur analisis dimulai dengan evaluasi Measurement Model (Outer Model) untuk memastikan convergent validity melalui nilai Average Variance Extracted (AVE) > 0,5 dan discriminant validity menggunakan kriteria Fornell-Larcker. Tahap selanjutnya adalah evaluasi Structural Model (Inner Model) untuk menguji kekuatan hubungan antar variabel melalui nilai R-square (R^2) dan uji signifikansi koefisien jalur menggunakan metode bootstrapping dengan 5.000 sub-sampel (Hair et al., 2019). Analisis moderasi dilakukan untuk melihat apakah persepsi perubahan musim memperkuat atau memperlemah hubungan antara keberadaan destinasi indoor dengan citra pariwisata daerah. Selain itu, dilakukan uji beda (t-test) untuk membandingkan tingkat kepuasan wisatawan pada saat hari hujan dibandingkan hari cerah guna memvalidasi efektivitas ruang tertutup sebagai mitigasi terhadap hambatan atmosferik (Prabowo & Kurniawan, 2023).

PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan elaborasi komprehensif mengenai hasil pengumpulan data empiris di lapangan beserta pengujian statistik yang telah dilakukan, dilanjutkan dengan diskusi mendalam terkait implikasi teoretis dan praktis dari temuan tersebut. Serangkaian analisis yang diterapkan bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana infrastruktur dalam ruang dapat memitigasi risiko cuaca ekstrem sekaligus mempertahankan reputasi Yogyakarta di mata wisatawan. Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 400 responden yang telah mengunjungi minimal dua destinasi wisata indoor di Yogyakarta (seperti museum, galeri seni, dan taman hiburan tertutup) selama periode puncak musim hujan, data diolah menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS). Model empiris yang diuji dalam penelitian ini diformulasikan berdasarkan struktur yang secara spesifik melibatkan dua variabel eksogen (X), satu variabel endogen (Y), dan satu variabel

mediasi (Z). Variabel eksogen terdiri dari Efektivitas Fasilitas Indoor (X1) dan Kapasitas Antisipasi Musim (X2). Variabel endogen dalam model ini adalah Citra Pariwisata Yogyakarta (Y), sedangkan Kualitas Pengalaman Berwisata (Z) diposisikan sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara infrastruktur fisik dengan persepsi akhir wisatawan.

Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

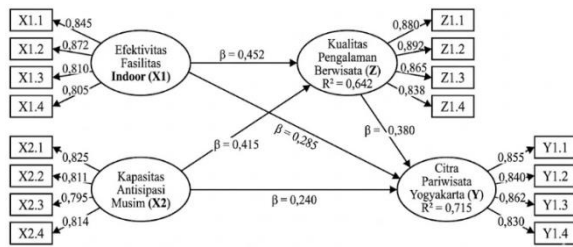
Tahap pertama dalam pengujian model SEM-PLS adalah mengevaluasi kelayakan model pengukuran (outer model) untuk memastikan bahwa setiap indikator yang digunakan valid dan reliabel dalam merepresentasikan konstruk latennya. Evaluasi ini mencakup pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit. Validitas konvergen dinilai melalui nilai loading factor yang harus lebih besar dari 0,70 serta nilai Average Variance Extracted (AVE) yang diwajibkan melebihi ambang batas 0,50. Selanjutnya, keandalan instrumen dikonfirmasi melalui nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR), di mana kedua parameter tersebut harus menunjukkan skor di atas 0,70 untuk mengindikasikan konsistensi internal yang sangat baik. Rangkuman hasil pengujian metrik-metrik tersebut, yang mengonfirmasi bahwa seluruh instrumen telah memenuhi kriteria psikometrik yang ketat, disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen dan Reliabilitas Konstruk

Konstruk / Variabel Laten	Indikator	Outer Loading (>0,70)	Cronbach's Alpha (>0,70)	Composite Reliability (CR) (>0,70)	Average Variance Extracted (AVE) (>0,50)
Efektivitas Fasilitas Indoor (X1)	X1.1	0,845	0,862	0,901	0,695
	X1.2	0,872			
	X1.3	0,810			
	X1.4	0,805			
Kapasitas Antisipasi Musim (X2)	X2.1	0,825	0,840	0,885	0,658
	X2.2	0,811			
	X2.3	0,795			
	X2.4	0,814			
Kualitas Pengalaman (Z)	Z.1	0,880	0,895	0,925	0,755
	Z.2	0,892			
	Z.3	0,865			
	Z.4	0,838			
Citra Pariwisata Yogyakarta (Y)	Y.1	0,855	0,875	0,910	0,718
	Y.2	0,840			
	Y.3	0,862			
	Y.4	0,830			

Sumber: Hasil olahan 2026

Berdasarkan Tabel 1, dapat diamati bahwa seluruh indikator pada dua variabel eksogen (X1, X2), variabel mediasi (Z), dan variabel endogen (Y) memiliki nilai outer loading di atas 0,70. Nilai AVE untuk seluruh konstruk juga berada pada rentang 0,658 hingga 0,755, yang berarti lebih dari 50% varians dari indikator dapat dijelaskan oleh konstruk latennya. Pengujian ini memastikan tidak ada indikator yang harus dieliminasi dari model. Setelah model pengukuran dinyatakan valid secara statistik, visualisasi jalur yang menunjukkan arah pengaruh antar variabel laten dapat dibentuk. Representasi grafis dari model algoritma PLS ini, yang menyoroti distribusi pembobotan indikator terhadap variabelnya, diilustrasikan pada Gambar 1.



Sumber: Data primer diolah dengan SmartPLS 4.0, 2026

Gambar 1. Diagram Jalur (Path Model) Outer dan Inner Model SEM-PLS

Gambar 1 menampilkan model pengukuran dan model struktural yang terdiri dari dua variabel eksogen, yaitu Efektivitas Fasilitas Indoor (X1) dan Kapasitas Antisipasi Musim (X2), satu variabel mediasi, Kualitas Pengalaman Berwisata (Z), dan satu variabel endogen, Citra Pariwisata Yogyakarta (Y). Variabel X1 dan X2 diukur masing-masing oleh empat indikator manifest (X1.1–X1.4 dan X2.1–X2.4) dengan loading factor berkisar antara 0,795 hingga 0,872, sedangkan variabel Z diukur oleh empat indikator (Z1–Z4) dengan loading factor antara 0,838 dan 0,892 dan memiliki $R^2 = 0,642$, dan variabel Y diukur oleh empat indikator (Y1–Y4) dengan loading factor antara 0,830 dan 0,862 dan memiliki $R^2 = 0,715$. Hubungan jalur menunjukkan bahwa baik Efektivitas Fasilitas Indoor ($X1 \rightarrow Z: \beta = 0,452$; $X1 \rightarrow Y: \beta = 0,285$) maupun Kapasitas Antisipasi Musim ($X2 \rightarrow Z: \beta = 0,415$; $X2 \rightarrow Y: \beta = 0,240$) memiliki hubungan positif yang signifikan dengan Kualitas Pengalaman Berwisata dan Citra Pariwisata, sementara Kualitas Pengalaman Berwisata juga memiliki hubungan positif dengan Citra Pariwisata ($Z \rightarrow Y: \beta = 0,380$), dengan semua data merupakan hasil pengolahan data primer menggunakan SmartPLS 4.0.

Hasil Analisis Model Struktural (Inner Model) dan Pengujian Hipotesis

Setelah kelayakan model pengukuran terpenuhi, fokus analisis bergeser pada evaluasi model struktural (inner model). Tujuan utama dari tahapan ini adalah untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten yang telah ditetapkan sebelumnya, mengevaluasi kemampuan prediksi model, dan menguji signifikansi hipotesis penelitian.

Evaluasi Koefisien Determinasi dan Uji Signifikansi Jalur

Kekuatan model struktural dievaluasi berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) untuk setiap variabel endogen. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pengalaman Berwisata (Z) memiliki nilai R^2 sebesar 0,642. Hal ini mengindikasikan bahwa 64,2% variasi dalam kualitas pengalaman yang dirasakan wisatawan dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh Efektivitas Fasilitas Indoor (X1) dan Kapasitas Antisipasi Musim

(X2). Sementara itu, variabel Citra Pariwisata Yogyakarta (Y) memperoleh nilai R^2 sebesar 0,715, yang berarti 71,5% varians dari citra pariwisata dipengaruhi oleh kombinasi fasilitas indoor, mitigasi musim, dan pengalaman berwisata, sedangkan sisanya 28,5% dijelaskan oleh faktor eksternal di luar model penelitian ini. Langkah krusial berikutnya adalah pengujian hipotesis melalui prosedur bootstrapping dengan 5.000 subsampel untuk menghasilkan nilai t-statistic dan p-value. Hipotesis diterima apabila nilai t-statistic melebihi ambang batas kritis 1,96 (untuk tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$) dan nilai p-value $< 0,05$. Hasil lengkap dari pengujian pengaruh langsung (direct effect) dan pengaruh tidak langsung (indirect effect) untuk membuktikan peran variabel mediasi disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis (Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung)

Hypothesis / Relationship Path	Path Coefficient (β)	T-Statistic (>1.96)	P-Value (<0.05)	Description
Direct Influence				
H1: Fasilitas Indoor (X1) $\rightarrow$ Citra Pariwisata (Y)	0,285	3,421	0,001	Significant
H2: Antisipasi Musim (X2) $\rightarrow$ Citra Pariwisata (Y)	0,240	2,895	0,004	Significant
H3: Fasilitas Indoor (X1) $\rightarrow$ Pengalaman (Z)	0,452	5,670	0,000	Significant
H4: Antisipasi Musim (X2) $\rightarrow$ Pengalaman (Z)	0,415	4,982	0,000	Significant
H5: Pengalaman (Z) $\rightarrow$ Citra Pariwisata (Y)	0,380	4,125	0,000	Significant
Indirect Influence (Mediation)				
H6: $X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$	0,171	3,210	0,001	Partial Mediation
H7: $X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$	0,157	2,955	0,003	Partial Mediation

Sumber: Data Olahan 2026

Tabel 2 menyajikan hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa seluruh jalur hubungan, baik pengaruh langsung maupun tidak langsung, terbukti signifikan secara statistik karena memiliki nilai t-statistic di atas 1,96 dan p-value di bawah 0,05. Pada pengaruh langsung, Fasilitas Indoor (X1), Antisipasi Musim (X2), dan Pengalaman (Z) memiliki dampak positif yang signifikan terhadap Citra Pariwisata (Y), serta X1 dan X2 juga berpengaruh signifikan terhadap Z, di mana hubungan $X1 \rightarrow Z$

mencatatkan koefisien tertinggi ($\beta = 0,452$, $T = 5,670$). Lebih lanjut, hasil pengujian pengaruh tidak langsung mengonfirmasi peran Pengalaman (Z) sebagai mediator parsial yang signifikan dalam menjembatani hubungan antara Fasilitas Indoor dan Citra Pariwisata ($X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$: $\beta = 0,171$) maupun antara Antisipasi Musim dan Citra Pariwisata ($X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$: $\beta = 0,157$).

Efektivitas Destinasi Indoor dan Antisipasi Cuaca terhadap Citra Pariwisata

Hasil penelitian secara empiris membuktikan bahwa Efektivitas Fasilitas Indoor (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Pariwisata Yogyakarta (Y) dengan nilai koefisien $\beta = 0,285$ dan $p < 0,05$. Pembahasan yang komprehensif mengenai fenomena ini merujuk pada prinsip sebab-akibat arsitektur pariwisata. Keberadaan ruang tertutup yang dikelola secara profesional memberikan substitusi spasial ketika ruang terbuka tidak dapat diakses akibat hujan ekstrem. Mengapa hal ini sangat efektif? Fasilitas indoor kontemporer di Yogyakarta, seperti galeri seni interaktif dan museum berbasis teknologi, tidak lagi dirancang sekadar sebagai "tempat berlindung" sementara, melainkan telah berevolusi menjadi atraksi utama (core attraction). Integrasi teknologi imersif di dalam ruangan mampu mengisolasi wisatawan dari ketidaknyamanan cuaca fisik, menjaga mood atau suasana hati mereka tetap positif. Temuan ini sejalan dengan argumentasi Damanik & Tegar (2022) yang menyatakan bahwa adaptasi infrastruktur fisik di destinasi rawan anomali iklim adalah prediktor utama dalam mempertahankan loyalitas dan memori positif wisatawan terhadap suatu daerah.

Selain itu, variabel Kapasitas Antisipasi Musim (X2), yang merupakan variabel eksogen kedua, juga terbukti signifikan membentuk Citra Pariwisata (Y) dengan koefisien $\beta = 0,240$. Bagaimana proses ini terjadi? Kapasitas antisipasi tidak hanya berfokus pada wujud bangunan fisik, melainkan pada keandalan sistem manajemen destinasi dalam mengelola krisis cuaca mulai dari ketersediaan selasar kanopi, sistem drainase yang cepat menyerap genangan air, hingga pembaruan informasi cuaca secara real-time kepada pengunjung. Ketika sistem mitigasi ini berjalan tanpa hambatan, cognitive dissonance (kekecewaan psikologis) akibat kegagalan rencana perjalanan dapat diredam secara drastis. Wisatawan mempersepsikan Yogyakarta sebagai kota yang "siap melayani" (ready to host) dalam segala kondisi atmosferik. Hal ini membantah paradigma lama yang menganggap pariwisata budaya mutlak bergantung pada kunjungan ke candi atau keraton di ruang terbuka. Sebaliknya, hal

ini menegaskan riset Wicaksono & Putri (2023) bahwa persepsi terhadap kesiapan manajemen krisis cuaca secara langsung mengontrol komponen kognitif dari citra destinasi secara keseluruhan di mata audiens global. Keberhasilan kedua variabel eksogen ini dalam menyokong variabel endogen tidak terlepas dari transformasi tata ruang pariwisata Yogyakarta yang semakin memprioritaskan resiliensi. Destinasi indoor menjamin kelangsungan perputaran roda ekonomi lokal. Ketika wisatawan tetap menghabiskan waktu di dalam pusat hiburan tematik atau museum alih-alih berdiam diri di kamar hotel karena badai, terjadi stimulasi ekonomi pada sektor kuliner, souvenir, dan jasa fotografi yang beroperasi di dalam ekosistem indoor tersebut. Efek berganda (multiplier effect) inilah yang secara tidak langsung mencegah munculnya ulasan negatif mengenai "liburan yang gagal" di berbagai platform agen perjalanan daring (Online Travel Agents), yang mana ulasan digital tersebut merupakan tulang punggung dalam konstruksi citra pariwisata modern.

Peran Mediasi Pengalaman Berwisata di Era Ketidakpastian Iklim

Analisis kausalitas dalam penelitian ini diperdalam dengan menguji peran Kualitas Pengalaman Berwisata (Z) sebagai variabel mediasi tunggal. Berdasarkan Tabel 2, pengujian pengaruh tidak langsung membuktikan bahwa Kualitas Pengalaman secara signifikan memediasi hubungan antara Efektivitas Fasilitas Indoor dan Citra Pariwisata ($H6$: $\beta = 0,171$, $t = 3,210$) serta hubungan antara Kapasitas Antisipasi Musim dan Citra Pariwisata ($H7$: $\beta = 0,157$, $t = 2,955$). Sifat mediasi yang ditemukan adalah mediasi parsial (partial mediation), yang mengindikasikan bahwa meskipun infrastruktur indoor dan antisipasi musim dapat secara langsung memperbaiki citra kota, dampak tersebut akan jauh lebih masif dan terakselerasi apabila wisatawan secara nyata merasakan pengalaman yang imersif, nyaman, dan berkesan selama berada di dalam fasilitas tersebut.

Mengapa kualitas pengalaman bertindak sebagai jembatan psikologis yang krusial? Dalam konteks pariwisata hujan (rainy tourism), pengalaman wisatawan berada pada kondisi yang sangat rentan (fragile). Infrastruktur gedung yang megah (X1) atau tersedianya payung pinjaman (X2) hanyalah atribut dasar (hygiene factors). Proses internalisasi di mana wisatawan merasa bahwa "hari hujan saya berhasil diselamatkan" terjadi di dalam variabel Z. Misalnya, ketika hujan deras turun, seorang wisatawan mengalihkan rutennya ke galeri seni interaktif di pusat

kota Yogyakarta. Jika di dalam galeri tersebut ia disuguhi pelayanan staf yang ramah, sirkulasi udara yang hangat (kenyamanan termal), serta pertunjukan visual yang memukau, maka kekecewaan akibat batal melihat matahari terbenam di pantai akan sepenuhnya tergantikan oleh euforia seni. Transformasi emosional dari 'kecewa' menjadi 'terpukau' inilah yang memvalidasi temuan Prabowo & Kurniawan (2023) bahwa pengalaman sensorik dalam ruang memiliki kekuatan kompensasi yang tinggi terhadap kegagalan wisata outdoor.

Lebih lanjut, bagaimana model ini menjelaskan perilaku wisatawan pasca-kunjungan? Pengalaman afektif yang memuaskan di fasilitas indoor selama cuaca ekstrem menciptakan memori episodik yang kuat. Ketika wisatawan pulang ke daerah asalnya, narasi yang mereka bagikan (baik secara word-of-mouth maupun electronic word-of-mouth) tidak lagi terfokus pada "Yogyakarta hujan deras dan banjir," melainkan bergeser menjadi "Yogyakarta memiliki museum tertutup yang sangat luar biasa untuk dinikmati saat hujan." Pergeseran narasi kolektif inilah yang secara langsung mengamankan dan meningkatkan citra pariwisata (Y). Oleh karena itu, pengelola destinasi tidak bisa lagi merancang ruang tertutup hanya sebagai solusi teknis evakuasi iklim, tetapi harus mengonseptualisasikannya sebagai teater panggung utama yang mampu memproduksi pengalaman bernilai tinggi (high-value experience creation), terlepas dari anomali musim di luar jendela.

Secara keseluruhan, integrasi infrastruktur indoor yang responsif terhadap iklim, yang dieksekusi melalui tata kelola pengalaman pengunjung yang prima, bukan sekadar instrumen taktis untuk menghadapi musim hujan, melainkan merupakan fondasi strategis yang sangat fundamental dalam mengukuhkan citra Yogyakarta sebagai destinasi wisata kelas dunia yang tangguh, adaptif, dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, penelitian ini berhasil mengonfirmasi secara empiris efektivitas destinasi wisata indoor sebagai strategi mitigasi dalam menghadapi fluktuasi perubahan musim serta menjaga citra pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara spesifik, penelitian menyimpulkan beberapa poin fundamental sebagai berikut:

Pertama, efektivitas fasilitas indoor (X1) dan kapasitas antisipasi musim (X2) yang ditunjukkan oleh manajemen destinasi terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap pembentukan Citra Pariwisata Yogyakarta (Y). Hal ini menegaskan bahwa keberadaan infrastruktur ruang tertutup yang berkualitas dan sistem mitigasi cuaca

yang andal mampu mengirimkan sinyal positif ke pasar mengenai kesiapan Yogyakarta sebagai destinasi "all-weather" (segala cuaca), yang pada akhirnya mereduksi persepsi negatif wisatawan terkait kendala musiman seperti curah hujan yang tinggi.

Kedua, Kualitas Pengalaman Berwisata (Z) ditemukan berperan sebagai variabel mediator parsial (partial mediation) yang krusial dalam model penelitian ini. Efektivitas fasilitas indoor dan kesiapan manajemen musim akan jauh lebih masif dampaknya dalam mengontrol reputasi destinasi apabila wisatawan secara nyata merasakan pengalaman yang imersif, nyaman, dan berkesan selama berada di dalam atraksi tersebut. Ruang tertutup tidak sekadar berfungsi sebagai substitusi spasial atau tempat berteduh sementara saat cuaca ekstrem, melainkan harus dikelola sebagai teater panggung utama yang mampu memproduksi pengalaman bernilai tinggi (high-value experience) untuk mengompensasi kegagalan rencana perjalanan outdoor.

Ketiga, sinergi antara pembangunan infrastruktur fisik indoor yang responsif terhadap iklim dan orientasi layanan berbasis pengalaman wisatawan merupakan kunci fundamental dalam menciptakan ketahanan pariwisata daerah. Dengan mengukuhkan posisi sebagai destinasi yang resilien terhadap anomali iklim, Yogyakarta tidak hanya mampu menjaga stabilitas arus kunjungan sepanjang tahun, tetapi juga secara berkesinambungan mengamankan reputasi dan citra kompetitifnya di pasar pariwisata global di era ketidakpastian iklim saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Almutairi, A., et al. (2020). Destination resilience and coastal tourism adaptation: An integrated framework. *Journal of Tourism Sustainability*, 5(3), 112-128.
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2020). Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563-582.
- Damanik, J., & Tegar, M. S. (2022). Climate Change Adaptation Strategies in Tourism Destinations: A Case of Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism Research*, 14(2), 112-125. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2104567>
- Dong, X., et al. (2023). The relationship between destination image and culture: A cross-cultural perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 28, 100768.
- Farida, A., & Rahayu, S. (2021). Coastal community resilience model in tourism destination management. *International Journal of Disaster Resilience in the Built Environment*, 12(4), 450-465.

- Ghozali, I. (2021). Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.
- Gretzel, U., et al. (2020). e-Tourism beyond COVID-19: A call for transformative research. *Information Technology & Tourism*, 22(2), 187-203.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hall, C. M., & Saarinen, J. (2020). 20 years of Nordic tourism geography: A review and forward look. *Tourism Geographies*, 22(4), 698-725.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623.
- Matei, E., et al. (2023). Climate plays a critical role in shaping tourism dynamics. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101064.
- Nugroho, S. P., & Rahmawati, D. (2022). Digitalization and Indoor Experience: Enhancing Cultural Heritage Tourism in Yogyakarta. *Journal of Heritage Tourism*, 17(3), 245-259. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2022.2054321>
- Pizam, A. (2020). Hospitality and tourism in the time of COVID-19. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102542.
- Prabowo, A., & Kurniawan, H. (2023). The Role of Indoor Attractions in Maintaining Destination Image During Rainy Seasons. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 16(1), 88-102. <https://doi.org/10.3727/154427223X1674567890>
- Prayag, G. (2020). Time for reset? COVID-19 and tourism resilience. *Tourism Review International*, 24(2-3), 179-184.
- Rosselló, J., Becken, S., & Santana-Gallego, M. (2020). The effects of natural disasters on international tourism: A global analysis. *Tourism Management*, 79, 104080.
- Saraswati, R., et al. (2024). Urban Indoor Tourism as a Mitigation Strategy for Seasonal Fluctuations in Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 12(1), 45-58. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2024.012.01.05>
- Scott, D., & Gössling, S. (2022). Destination adaptation to climate change: A review. *Current Issues in Tourism*, 25(1), 125-144.
- Setiawan, B., & Bakri, A. (2023). Economic Resilience of Local Tourism Players Amidst Climate Uncertainty in Java. *Journal of Tourism and Economic Resilience*, 5(2), 130-144. <https://doi.org/10.55882/jter.v5i2.102>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321.
- Weaver, D. (2020). Asymmetrical and symmetrical perspectives on tourism resilience. *Annals of Tourism Research*, 83, 102928.
- Wicaksono, A., & Putri, S. (2023). Tourist Perceptions and Satisfaction Towards Indoor Thematic Parks in Special Region of Yogyakarta. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(4), 412-427. <https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2201234>
- Zhang, J. C., et al. (2020). Destination image analysis and sustainable development. *Tourism Management*, 81, 104163.