

Ketangguhan Wisatawan di Kawasan Malioboro pada Masa Pandemi COVID-19

Tourist Resilience in Malioboro Tourist Destination during the COVID-19 pandemic

*Ni Kadek Winda Yanti

¹Program Studi Destinasi Pariwisata, Universitas Pendidikan Nasional

Yulia Arisnani Widyaningsih² dan Djoko Wijono³

Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada

*Penulis Korespondensi: windayanti@undiknas.ac.id

ABSTRACT The Covid-19 pandemic has caused drastic decline in tourism worldwide. However, the contrast phenomena occurred in the response of tourist in Malioboro during COVID-19 pandemic. In this tourism icon of Yogyakarta, the the trend elsewhere where tourists tended to avoid public space during pandemic was not the case in Malioboro was. This research aims to understand the resilience or adaptive capability of tourists in Malioboro to adjust themselves with COVID-19 condition. It overviewed the resilience through perspective of motivation, tourist behavior and social resilience in individual level. This research used qualitative data through observation, and interview. The method of respondent sampling, interview and analysis was systematically conducted with snowball technique. The data sources of this study was obtained by conducting in-depth interview with 20 informants. Those were 10 tourists that were visiting or have visited Malioboro during COVID-19 and 10 tourism actors in Malioboro including merchants, service providers, and official management of Malioboro. This research found that tourists in Malioboro were able to adapt themselves with the situation during COVID-19. This was seen through their awareness toward the risk, yet they still do the travelling with many considerations and preferences about the prevention acts and focus on the adaptive capabilities either in level of individu or destination. This tourist behavior in Malioboro during the Covid-19 pandemic illustrates a model of risk management of tourists' behavior during a crisis time.

ABSTRAK Respon wisatawan di kawasan Malioboro kontras dengan fenomena yang terjadi di masa pandemi yang mana masyarakat cenderung menghindari ruang publik sedangkan kondisi di kawasan Malioboro sebaliknya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam terkait ketangguhan atau kemampuan wisatawan di kawasan Malioboro untuk menyesuaikan diri dengan kondisi selama pandemi COVID-19. Penelitian ini melihat ketangguhan dari sudut pandang motivasi berwisata, perilaku wisatawan ketangguhan sosial tingkat individu. Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara tidak terstruktur, dan wawancara mendalam. Penentuan narasumber, wawancara, dan analisa dilakukan dengan sistem bola salju secara terstruktur. Penelitian ini menemukan bahwa wisatawan di kawasan Malioboro mampu menyesuaikan diri dengan situasi pada masa pandemi COVID-19. Hal ini tercermin dari adanya kesadaran wisatawan terhadap bahaya, namun tetap memilih melakukan wisata dengan mempertimbangkan berbagai upaya pencegahan dan berfokus pada upaya-upaya penyesuaian diri baik oleh individu atau destinasi. Penelitian ini diharapkan berguna untuk manajemen resiko di destinasi dan mitigasi permasalahan terkait pandemi dengan memahami perilaku wisatawan.

Keywords Adaptation; COVID-19; Malioboro; Resilience; Tourists.

Kata Kunci: Ketangguhan; Pandemi COVID-19, Penyesuaian diri; Malioboro; Wisatawan.

PENGANTAR

Data World Tourist Organization (UNWTO) pada tahun 2020 menunjukkan bahwa terjadi penurunan jumlah wisatawan pada Q1 tahun 2020 akibat pandemi COVID-19 hingga 22% dan akan berlangsung sepanjang tahun hingga persentase kedatangan wisatawan global tahunan menurun 60%-80%. Selain itu, pandemi COVID-19 juga mengakibatkan adanya psikologi negatif dalam masyarakat seperti tekanan emosional dan emosi negatif seperti ketakutan untuk bepergian, gejala stres pasca trauma, frustrasi, kebingungan, rasa takut dan marah (Assaf & Scuderi, 2020; Brooks et al., 2020; Kimhi et al., 2020; Sigala, 2020; D. Zheng et al., 2020). Hal ini semakin memperburuk kondisi pariwisata pada fase awal pandemi. Akan tetapi, masyarakat sudah mulai menyesuaikan diri dengan situasi pandemi dengan mulai untuk kembali berwisata. Salah satu destinasi dengan pemulihan pariwisata yang cepat adalah Malioboro yang mana kondisi di kawasan Malioboro sudah kembali ramai dikunjungi wisatawan. Hal ini mengindikasikan adanya upaya pemulihan ketahanan yang dilakukan oleh wisatawan dari luar daerah dan pelancong di kawasan tersebut. Pelancong atau sendiri adalah kelompok pengunjung atau wisatawan lokal yang berwisata kurang dari 24 jam dan berasal dari daerah sekitar destinasi (Gibson et al., 2003; Toudert & Bringas-Rábago, 2019).

Ketangguhan didefinisikan sebagai suatu proses dan kemampuan untuk beradaptasi atau menyesuaikan diri dengan perubahan (Butler, 2017; Hall, 2017). Perubahan ini dapat disebabkan oleh banyak hal, contohnya dalam pariwisata yaitu bencana alam,

ancaman teror, epidemi dan pandemi (Fountain & Cradock-Henry, 2020; Novelli et al., 2018). Ketangguhan tidak hanya pada level individu namun juga pada tingkatan komunitas, ekosistem dan populasi (Butler, 2017). Beberapa penelitian menemukan bahwa pandemi COVID-19 mempengaruhi perilaku wisatawan, terutama dalam proses pengambilan keputusan berwisata serta preferensi pemilihan destinasi wisata dan akomodasi yang harus lebih memperhatikan resiko kesehatan yang ada (Jiricka-Pürerer et al., 2020; Karl et al., 2020; Li et al., 2020; Lin & Nawijn, 2020). Penelitian menemukan bahwa pariwisata berkontribusi positif terhadap kondisi psikologis dan kesehatan, kepuasan dalam hidup, emosi, dan meningkatkan kualitas hubungan dengan orang lain yang mana kondisi ini menyebabkan individu menjadi lebih bahagia, lebih sehat dan lebih nyaman (Gao & Kerstetter, 2018; Yin et al., 2020). Maka dari itu, motivasi wisatawan dapat juga berpengaruh pada kondisi emosional wisatawan (Lin & Nawijn, 2020).

Keputusan wisatawan untuk berwisata dipengaruhi oleh adanya faktor pendorong dan penarik (Crompton, 1979). Motivasi ini juga berkaitan erat dengan perilaku wisatawan di destinasi terutama pada masa pandemi COVID-19 (Crompton, 1979; Dann, 1981; Roy & Sharma, 2020). Selain itu, peran atribut yang dimiliki oleh destinasi juga berperan penting dalam motivasi dan mengakomodasi kebutuhan wisatawan sehingga mampu diperoleh kepuasan berwisata (Buhalis, 2000; Moon & Han, 2018; Schlesinger et al., 2020). Kedua hal ini juga dapat mencerminkan kemampuan ketangguhan tingkat individu. Ketangguhan individu ini dapat dilihat dari kemampuan beradaptasi secara psikologis

dan kesehatan individu serta karakteristik demografi masing-masing individu ini dapat mempengaruhi tingkat ketangguhan mereka (Jacinto et al., 2020).

Membandingkan hasil temuan di atas dengan kondisi di kawasan Malioboro pada masa pandemi COVID-19, penelitian ini mencoba untuk memahami lebih dalam terkait ketangguhan wisatawan dengan menggunakan tiga pertanyaan penelitian yaitu (1) Bagaimana motivasi wisatawan untuk berwisata di kawasan Malioboro pada masa pandemi COVID-19? (2) Bagaimana upaya-upaya penyesuaian diri yang dilakukan melalui perspektif perilaku ini? (3) Bagaimana tingkat ketahanan sosial wisatawan dengan menggunakan parameter individu?

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang diperoleh dengan tiga metode yaitu observasi, wawancara tidak terstruktur dan wawancara mendalam. Ada dua kelompok informan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kelompok informan penyedia jasa dan barang dan kelompok informan wisatawan. Kelompok informan penyedia jasa dan barang (sisi penawaran) serta pengelola kawasan wisata berjumlah 10 orang yang mampu mewakili masing-masing produk atau barang yang disediakan dengan rincian dua orang penyedia jasa andong, dua orang penyedia jasa becak, dua orang pedagang makanan dan minuman ringan, dua pedagang cinderamata, satu orang pengelola dari Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta dan satu orang perwakilan UPT Malioboro.

Untuk menentukan informan dari sisi permintaan atau penyedia jasa dan barang, peneliti menggunakan teknik pemilihan acak dan mampu mewakili kelompok tersebut. Dari sisi permintaan yaitu wisatawan, penelitian

ini menggunakan sepuluh orang informan yang ditentukan dengan teknik bola salju dengan tujuan untuk dapat memahami dan menemukan pola-pola baru dalam motivasi, upaya adaptasi serta ketahanan mereka. Adapun data narasumber adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Data Informan Wisatawan

No.	Data Informan Wisatawan	Keterangan
1.	Jenis Kelamin	Wanita : 5 Laki-laki : 5
2.	Usia	18-30 th :5 31-45 th :3 46-60 th: 2
3.	Status	Lajang: 5 Menikah : 5
4.	Pekerjaan	Pelajar : 3 Tenaga medis : 2 IRT : 2 Swasta : 2 ASN : 1
5.	Tipe berwisata	Kelompok: 4 Solo : 6

Sumber: Analisis Data Primer, 2021

Tabel 2. Data Informan Winisatawan

No.	Data Informan Winisatawan	Keterangan
1.	Pedagang makanan	2
2.	Tukang Becak dan andong	2
3.	Pedagang Cinderamata	2
4.	Paguyuban Pedagang	1
5.	Dinas Pengelola	- Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta - UPT Malioboro

Sumber: Analisis Data Primer, 2021

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2021 yang mana pada saat penelitian ini dilakukan masih dalam suasana liburan Idul Fitri dan Cuti Bersama. Hal ini menyebabkan karakteristik wisatawan yang ditemukan cukup spesifik yaitu wisatawan dari dalam atau luar daerah yang sedang berliburan dengan keluarga dan merayakan hari raya Idul Fitri. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik analisis deduktif yaitu

memahami pola-pola yang ada secara empiris dan melakukan Analisa pengelompokan berdasarkan pola-pola sama yang ditemukan dan kemudian dibahas dengan menggunakan literatur yang digunakan. Lebih lanjut, data dan analisis dalam penelitian disajikan dengan metode induktif yaitu dari umum ke khusus.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan tiga variabel dengan tujuan memahami ketangguhan wisatawan yaitu motivasi wisatawan, perilaku wisatawan serta ketangguhan sosial individu. Berdasarkan analisis dengan menggunakan alat vos viewer dari 300 artikel scopus menemukan bahwa motivasi dan perilaku wisatawan memiliki kaitan dengan ketangguhan pariwisata pada level individu sehingga variabel-variabel tersebut juga digunakan dalam penelitian ini untuk memahami ketangguhan wisatawan dengan lebih jauh.

Motivasi berwisata

Motivasi berwisata dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor pendorong dan faktor penarik (Crompton, 1979). Faktor pendorong pada dasarnya berasal dari diri wisatawan sedangkan faktor penarik lebih bergantung pada atribut destinasi tujuan. Wisatawan di kawasan Malioboro pada masa pandemi COVID-19 memiliki kebutuhan sosial psikologis yang mendorong ini untuk berwisata. Kebutuhan tersebut adalah kebutuhan untuk relaksasi dan meningkatkan kualitas hubungan. Kebutuhan akan relaksasi dilatarbelakangi oleh situasi dan keadaan wisatawan yang memiliki gangguan psikologis negative seperti stress yang

diakibatkan tekanan pekerjaan dan perasaan bosan akibat keterbatasan aktivitas yang mereka rasakan selama pandemi COVID-19.

Berwisata dapat menjadi salah satu strategi mengatasi stress karena berwisata dapat memberikan suntikan energi positif seperti perasaan senang, emosi positif dan berbagai perasaan baik lainnya (Chen & Petrick, 2014; Vada et al., 2020). Faktor pendorong seperti stress dan rasa bosan datang dari diri wisatawan. Wisatawan ini juga memiliki motivasi untuk meningkatkan kualitas hubungan. Hal ini berkenaan dengan waktu pelaksanaan penelitian ini yaitu dalam suasana hari raya Idul Fitri (Mei 2021). Namun, ada faktor pendorong eksternal yang ditemukan dalam motivasi ini yaitu kelompok yang didorong untuk berwisata oleh sanak saudara atau teman, sehingga hal ini mengesankan adanya unsur paksaan untuk berwisata. Unsur ini tergolong dalam faktor pendorong eksternal yang berasal dari luar diri. Walaupun ada keterpaksaan untuk berwisata, pada akhirnya kelompok ini juga mampu memperoleh kepuasan berwisata di kawasan Malioboro pada masa pandemi COVID-19.

Hal ini mengindikasikan bahwa berwisata menjadi suatu bentuk penyembuhan dan upaya ketangguhan untuk keluar dari situasi yang menekan mereka pada masa pandemi COVID-19. Hal ini juga dipengaruhi oleh unsur-unsur yang dimiliki oleh Malioboro yang dapat mengakomodasi kebutuhan ini pada masa pandemi COVID-19. Berdasarkan temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa dorongan sosio-psikologis menjadi penyebab pengambilan keputusan wisatawan pada masa pandemi COVID-19.

Hal ini ditandai dengan adanya dorongan kuat untuk memenuhi kebutuhan relaksasi dan meningkatkan kualitas hubungan pada masa pandemi COVID-19. Dorongan ini juga disebabkan oleh kondisi wisatawan pada masa pandemi sehingga akhirnya mendorong mereka untuk tetap melakukan wisata. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa pendorong wisatawan untuk berwisata pada masa pandemi COVID-19 adalah untuk memenuhi kebutuhan yang berhubungan dengan faktor sosio-psikologis ini.

Unsur-unsur di kawasan Malioboro dapat dikategorikan dalam atribut destinasi yakni 4A (Schlesinger et al., 2020). Atribut destinasi ini berpengaruh dalam membentuk motivasi wisatawan sebagai faktor penarik (Crompton, 1979). Atribut ini terdiri atas atraksi, Amenitis, Aksesibilitas dan Kelembagaan. Penelitian ini menemukan bahwa wisatawan tidak membutuhkan perubahan yang signifikan seperti mengubah daya tariknya atau menambahkan atraksi baru. Wisatawan hanya membutuhkan suatu destinasi yang melakukan penyesuaian fasilitas dan pengelolaan destinasi yang mampu mengakomodasi kebutuhan mereka pada masa pandemi COVID-19 termasuk masalah kebersihan di kawasan. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa wisatawan cenderung lebih memilih destinasi yang higienis dan menjaga kebersihannya dengan baik selama pandemi (Rastegar et al., 2021).

Perilaku Wisatawan

Pada masa pandemi COVID-19, perilaku wisatawan dipengaruhi oleh adanya ancaman resiko kesehatan, yang mana sangat riskan untuk melakukan perjalanan

(Bratić et al., 2021; Li et al., 2020). Perilaku wisatawan sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap ancaman bahaya di destinasi. Adanya fenomena *travel fear* dapat diakibatkan oleh adanya kecemasan yang berhubungan dengan pandemi COVID-19 sehingga dapat mempengaruhi pola perilaku wisatawan di kawasan Malioboro (Taylor et al., 2020; Danni Zheng et al., 2021). Hal ini juga dapat mempengaruhi bagaimana mereka menilai suatu produk dan kondisi (Caber et al., 2020; Gallarza & Saura, 2006). Semakin tinggi tingkat kecemasan atau kewaspadaannya maka semakin selektif dan penuh pertimbangan dalam mengambil keputusan berwisata. Persepsi ini juga dapat dipengaruhi oleh berbagai hal, salah satunya adalah dari sisi profil demografi wisatawan.

Jika dilihat dari sisi usia, maka informan dapat dibedakan menjadi 3 kelompok yaitu wisatawan muda (18-30 tahun), wisatawan menengah (31-45 tahun), dan wisatawan lanjut usia (46-60 tahun). Pada tahap pertama aktivitas berwisata yaitu pada fase antisipasi atau persiapan, wisatawan muda cenderung lebih merasa ada sedikit kekuatiran namun dengan cepat dapat mengelola pikiran tersebut karena didorong oleh keinginan untuk berwisata lebih tinggi. Lalu, untuk kelompok menengah adanya perasaan cemas, dan keinginan untuk mempersiapkan diri segala sesuatunya lebih besar, hal ini juga dilakukan mengingat kelompok wisatawan ini cenderung bepergian dengan keluarga dan membawa anak-anak. Kelompok selanjutnya adalah kelompok lanjut usia yang mana pada kelompok ini cenderung mempersiapkan diri dengan lebih matang, seperti melengkapi peralatan yang harus dibawa dan sudah menentukan lokasi di kawasan Malioboro.

Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan perilaku wisatawan pada fase antisipasi berdasarkan kelompok usia tidak mengalami banyak perbedaan, namun faktor penting yang menjadi kunci tingkat ketangguhan mereka adalah jenis kelompok wisata yang mana anak kecil dalam kelompok wisatawan menjadi salah satu faktor yang menyebabkan tingginya tingkat selektivitas dan rasa cemas dari wisatawan ketika harus berwisata pada masa krisis seperti COVID-19. Temuan ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya yang juga menemukan bahwa ketika berwisata pada masa kritis, wisatawan cenderung menjadi lebih hati-hati dan waspada (Abbas et al., 2021; Xie & Ritchie, 2019; Danni Zheng et al., 2021).

Tahap yang kedua adalah tahap perjalanan atau *travel to*. Pada tahap ini, peneliti tidak menemukan perbedaan yang signifikan antara kelompok wisatawan tersebut. Namun, perbedaan yang ditemukan pada kelompok wisatawan dengan latar belakang pekerjaan kesehatan seperti perawat cenderung memiliki perubahan perilaku wisata yang cukup signifikan pada fase ini. Dua dari sepuluh informan wisatawan memiliki latar belakang sebagai perawat dan setuju bahwa mereka menghindari berada dalam mobil atau kendaraan terlalu lama karena merasa tidak nyaman akan kurangnya sirkulasi udara di dalam kendaraan. Hal ini tentunya berbeda ketika mereka berwisata saat normal. Hal ini merupakan suatu wujud rasa ketangguhan yang dilakukan oleh wisatawan yang memiliki tingkat kesadaran bahaya kesehatan yang tinggi. Hal ini didukung dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa ketangguhan individu bergantung pada faktor situasional, seperti persepsi

resiko, kesadaran akan kesehatan dan kepercayaan mereka (Kim et al., 2022).

Tahap selanjutnya adalah tahap di lokasi wisata atau *on site* dimana peneliti menemukan beberapa perbedaan pola perilaku wisatawan. Pola pertama adalah adanya perasaan acuh tak acuh yang dilakukan oleh kelompok wisatawan muda pria. Kelompok ini cenderung tidak mengalami perubahan perilaku yang signifikan seperti sebelum adanya pandemi. Wisatawan kelompok ini cenderung lebih santai dalam menanggapi situasi dan tidak taat dalam menerapkan protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah selama pandemi. Adapun yang menyebabkan demikian adalah adanya faktor kepercayaan terhadap realitas COVID-19 yang rendah. Hal ini menyebabkan wisatawan golongan ini cenderung lebih santai dan menikmati waktu berwisata mereka dengan maksimal dan cenderung lebih bebas dalam bergerak.

Selanjutnya, kelompok kedua adalah kelompok wisatawan menengah yang berwisata dengan anak-anak. Kelompok ini cenderung hanya mencari-cari lokasi yang aman di kawasan wisata dan cenderung menghindari keramaian serta menjaga penerapan protokol mereka dengan baik. Hal ini dikarenakan tingkat persepsi mereka terhadap resiko lebih tinggi karena adanya perasaan khawatir pada kondisi kesehatan anggota keluarga. Hal ini juga didukung oleh pendapat dari salah satu informan dari sisi pedagang dan penyedia jasa yang mana wisatawan yang berwisata dengan anak kecil cenderung menghindari keramaian dan terlihat lebih kaku atau tegang ketika berada di kawasan tersebut.

Perbedaan pola juga ditemukan pada kelompok wisatawan lanjut usia. Kelompok ini cenderung lebih pasif ketika berwisata yaitu kelompok ini cenderung hanya menikmati satu lokasi saja di kawasan Malioboro yaitu lokasi dimana kawasan tersebut lebih sepi dengan ruang publik yang lebih luas. Hal ini menyebabkan mereka cenderung hanya menikmati waktu dan suasana tanpa eksplorasi yang lebih jauh. Alasan dari keputusan ini adalah adanya perasaan aman ketika mereka jauh dari kerumunan serta tidak adanya keinginan untuk berbelanja. Hal ini mencerminkan bahwa tujuan kelompok ini datang ke kawasan Malioboro adalah untuk menikmati suasana ramai namun masih bisa terkendali sehingga lokasi-lokasi di depan Gedung DPRD di jalan Malioboro adalah lokasi yang dipilih oleh kelompok ini.

Ketangguhan Sosial Wisatawan

Ketangguhan sosial pada dimensi individu yang sudah dilakukan, lebih berfokus pada empat variabel yaitu kemampuan beradaptasi, usia, demografi, kesehatan, dan kependudukan (Jacinto et al., 2020). Namun pendekatan ketangguhan sosial untuk kasus pandemi COVID-19 belum diteliti lebih jauh. Maka dari itu peneliti menggunakan pendekatan ketangguhan sosial dalam pariwisata akibat bencana alam. Ada beberapa indikator dalam ketangguhan sosial kebencanaan yang ditemukan dalam kasus COVID-19 melihat dari perspektif motivasi dan perilaku wisatawan di kawasan Malioboro. Wisatawan di Kawasan wisata Malioboro menunjukkan usaha-usaha wisata yang mengarah pada upaya ketangguhan yang mereka miliki dalam berwisata pada masa pandemi COVID-19. Hal pertama

yang ditemukan adalah adanya upaya yang menunjukkan bahwa mereka mampu beradaptasi secara psikologi. Hal ini tercermin pada tingkat kepercayaan diri mereka yang baik, kemampuan sosial, regulasi emosi sikap positif dan pengetahuan.

Secara empiris beberapa wisatawan mengaku merasa percaya diri untuk berwisata selama pandemi. Kepercayaan diri ini dirasakan oleh wisatawan ini dengan melakukan berbagai tindakan pencegahan seperti menerapkan protokol kesehatan, memperhatikan pertimbangan yang menyesuaikan dengan kondisi pada masa pandemi. Ketangguhan sosial menitikberatkan pada pentingnya rangsangan sosial dan kemampuan bekerjasama dengan orang lain selama masa kritis (Alizadeh & Sharifi, 2021; Wang et al., 2020). Ditemukan bahwa wisatawan ini memilih untuk berwisata tetap mampu bersosialisasi dengan baik walaupun mengurangi interaksi dengan orang lain. Wisatawan di kawasan Malioboro cenderung berwisata dengan kelompok dan hanya berfokus pada kelompoknya tersebut. Beberapa studi wisatawan selama pandemi menemukan bahwa wisatawan mengalami apa yang disebut dengan *travel fear* atau ketakutan dalam melakukan perjalanan (Luo & Lam, 2020; Roy & Sharma, 2020; Danni Zheng et al., 2021). Hal ini diakibatkan oleh adanya persepsi risiko ancaman kesehatan penularan virus COVID-19 (Li et al., 2020). *Travel fear* ini juga terjadi tidak hanya pada masa pandemi COVID-19, namun juga epidemi SARS dan epidemi lain yang sudah terjadi (Fennell, 2017). Kembali pada situasi dan kondisi wisatawan di kawasan Malioboro, nampak *travel fear* tersebut sudah berhasil dilalui oleh ini.

Selain kemampuan adaptasi secara psikologi, penelitian ini juga menemukan bahwa karakteristik demografi wisatawan juga mempengaruhi tingkat atau kemampuan adaptasi dan ketangguhannya. Wisatawan dengan perbedaan usia, jenis kelamin, status pernikahan dan jenis pekerjaan juga mempengaruhi tingkat ketangguhan wisatawan pada masa pandemi ini.

Karakteristik Demografi Narasumber

Perbedaan pandangan ditemukan berkaitan dengan adaptasi wisatawan pada masa pandemi COVID-19 berdasarkan profil demografi. Hal ini berkaitan dengan bagaimana pandangan mereka terhadap situasi dan bagaimana perilaku wisatawan selama berwisata di kawasan Malioboro pada masa Pandemi COVID-19. Ditemukan bahwa ada 5 unsur demografi yang mempengaruhi perilaku berwisata dan hal ini merujuk pada bagaimana ketangguhan mereka selama berwisata yaitu usia, jenis kelamin, status pernikahan, domisili, dan jenis pekerjaan yang dimiliki.

Age atau Usia

Indikator usia sangat mempengaruhi bagaimana wisatawan memandang dan merespon situasi pandemi COVID-19. Wisatawan muda usia 20-30 tahun cenderung lebih optimis dan santai dalam menanggapi kondisi dan situasi pada masa pandemi COVID-19. Hal ini terlihat dari bagaimana pandangan mereka terkait situasi ancaman virus dan juga perilaku mereka di destinasi. Mereka cenderung optimis bahwa mereka tidak akan tertular virus apabila menerapkan protokol dan menjaga kesehatan dengan baik. Kelompok wisatawan ini cenderung tidak terlalu serius dalam menanggapi situasi

terlihat dari beberapa wisatawan tetap memilih untuk datang ke kerumunan apabila dibutuhkan.

Kelompok usia 31-40 cenderung lebih waspada dalam menanggapi situasi pandemi ini. Hal ini terlihat pada pertimbangan-pertimbangan mereka dalam memilih destinasi dan produk wisata dan cenderung lebih selektif, baik wisatawan maupun pada rentang usia ini lebih waspada dan khawatir dalam berwisata. Alasan yang ditemukan adalah karena rentang usia ini lebih banyak berwisata dengan anak kecil, hal ini berkaitan dengan poin status pernikahan yang akan dibahas pada poin berikutnya. Selain itu, kelompok usia ini juga didominasi oleh para wisatawan yang sudah menikah.

Jika melihat kelompok usia 50-60 tahun, mereka cenderung taat dengan aturan dan kebijakan yang berlaku sehingga mereka akan merasa lebih aman dan nyaman dengan mengikuti anjuran pemerintah. Ketika berwisata di kawasan Malioboro pada masa pandemi COVID-19, kelompok usia ini mengatakan bahwa mereka akan memilih untuk berwisata dengan menaati protokol dengan baik sehingga akan mencegah penularan virus. Karakteristik kelompok ini juga sama dengan kelompok yang lain, hanya saja kelompok ini lebih mengedepankan protokol kesehatan daripada kelompok usia 20-30 tahun, serta tetap menghindari kerumunan di destinasi. Selain itu, kelompok ini juga tidak lebih waspada dari kelompok usia 31-40 tahun.

Gender atau Jenis Kelamin

Jenis kelamin dan ketangguhan saling berhubungan, yang mana studi menemukan bahwa laki-laki cenderung memiliki tingkat

ketanggahan atau adaptasi yang lebih tinggi daripada perempuan (Erdogan et al., 2015). Hal yang sama juga ditemukan dalam penelitian ini yang mana laki-laki lebih dapat menyesuaikan diri dengan situasi pandemi daripada wanita. Hal ini tercermin pada proses pengambilan keputusan dan perilaku mereka di destinasi. Laki-laki cenderung lebih berani mengambil risiko daripada perempuan.

Hal ini terlihat pada bagaimana mereka tetap dapat menikmati Malioboro di waktu malam serta beranggapan bahwa keramaian di kawasan Malioboro juga merupakan suatu daya tarik tersendiri bahkan ketika pandemi. Maka dari itu, laki-laki cenderung lebih acuh atau tingkat kewaspadaannya selama berwisata lebih rendah dari wanita. Para dan wisatawan perempuan yang menjadi narasumber cenderung memiliki ketakutan atau kewaspadaan yang lebih dari laki-laki. Hal ini terlihat dari bagaimana wanita cenderung lebih selektif dalam memilih produk wisata serta persepsi negatif mereka terhadap keramaian dan kerumunan pada masa pandemi COVID-19.

Marital Status atau Status Pernikahan

Indikator status pernikahan ditemukan dalam penelitian ini, walaupun tidak serta merta terkait statusnya secara resmi. Baik wisatawan maupun cenderung lebih sensitif ketika mereka bepergian terutama berwisata dengan anak kecil. Hal ini kemudian yang menyebabkan tingkat kewaspadaan wisatawan usia 31-40 tahun lebih tinggi karena rata-rata berwisata dengan keluarga dan memiliki anak kecil. 2 dari 10 narasumber dalam penelitian ini adalah orang tua dengan anak kecil dengan rentang usia anak 3-6 tahun.

Wisatawan yang berwisata dengan anak kecil cenderung lebih protektif terhadap anak. Seperti yang diketahui bahwa anak-anak akan antusias ketika berada di tempat baru terlebih tempat wisata. Antusiasme tersebut kemudian membuat anak-anak menjadi lebih aktif dan sulit dikendalikan sehingga para orang tua harus lebih protektif terhadap anak. Hal ini kemudian diperparah karena pada masa pandemi COVID-19. Ancaman penularan virus cukup tinggi dan juga sangat sensitif terhadap barang-barang yang disentuh oleh banyak orang sedangkan anak-anak cenderung suka menyentuh hal-hal yang membuat mereka penasaran.

Faktor ini juga yang kemudian menyebabkan persiapan wisatawan menjadi lebih banyak dan cenderung lebih selektif dalam memilih destinasi wisata dan produk wisata lainnya. Mereka cenderung memilih destinasi yang *kids friendly* atau ramah dengan anak atau mencari area di destinasi yang lebih sepi dan luas sehingga dapat memberikan ruang kepada anak untuk bermain. Hal ini kemudian yang menjadikan para orang tua bimbang untuk berwisata khususnya pada masa pandemi COVID-19. Maka dari itu, ketika wisatawan tersebut memilih untuk berwisata dengan anak kecil pada masa pandemi. Hal ini mengindikasikan bahwa mereka sudah mampu menyesuaikan diri dengan baik, dengan berbagai pertimbangan dan persiapan yang dibutuhkan oleh anak-anak agar aman dari penularan virus di destinasi.

Occupation atau Pekerjaan

Penelitian ini menemukan bahwa ketanggahan individu ketika berwisata pada masa pandemi juga bergantung pada jenis pekerjaannya. Narasumber dengan

latar belakang pelajar dan karyawan swasta tidak memiliki perbedaan pola dalam menyesuaikan diri dengan situasi selama pandemi COVID-19. Akan tetapi, hal berbeda justru ditemukan pada pekerja kesehatan atau yang biasa dikenal sebagai nakes (tenaga kesehatan). Ada 2 dari 10 orang narasumber dalam penelitian ini adalah tenaga kesehatan yang mana mereka merasa bahwa tingkat kewaspadaan mereka selama pandemi masih tetap tinggi, walaupun sudah lebih baik dari fase pertama pandemi.

Hal ini terlihat dari bagaimana persepsi dan juga tingkat kewaspadaan mereka di destinasi. Hal ini tidak mengherankan yang mana mereka adalah orang yang berada di garda depan melawan pandemi COVID-19 yang setiap hari dekat dengan pasien COVID-19. Mereka cenderung menerapkan protokol kesehatan selama berwisata dengan sangat ketat dan sangat menghindari kerumunan. Hal ini mengindikasikan bahwa jenis pekerjaan memiliki pengaruh dalam membentuk ketangguhan wisatawan pada masa pandemi COVID-19.

Dari temuan di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik demografi seperti usia, gender, status pernikahan, dan jenis pekerjaan dapat mempengaruhi tingkat ketangguhan ini pada masa pandemi COVID-19. Karakteristik demografi berpengaruh terlepas dari apapun kelompok tersebut baik wisatawan maupun . Hal ini jelas terlihat dimana masyarakat muda dengan rentang usia 20-30 tahun cenderung lebih santai dalam menanggapi risiko yang mungkin terjadi. Hal ini diakibatkan adanya rasa percaya diri yang tinggi bahwa mereka masih muda dan sehat sehingga adanya kepercayaan bahwa mereka akan lebih *resistant* dengan virus.

SIMPULAN

COVID-19 menguji ketahanan wisatawan dalam berwisata pada masa pandemi. Maka dari itu ketahanan wisatawan pada masa krisis seperti pandemi Covid-19 menjadi perhatian. Penelitian ini menemukan beberapa hal yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berwisata pada masa pandemi. Faktor penting adalah kuatnya motivasi untuk berwisata yang berasal dari dalam atau luar diri wisatawan, yang kemudian diikuti dengan langkah teknis wisatawan untuk melakukan upaya-upaya pencegahan. Hal ini tercermin dalam perilaku wisatanya yang dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap ancaman bahaya kesehatan yang mungkin terjadi. Kunjungan wisatawan ke malioboro pada masa pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa wisatawan terbukti secara sosial psikologis mampu mengatasi persoalan tersebut dan memiliki tingkat ketangguhan yang baik. Hal ini dapat memberikan kontribusi ilmiah terkait faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat ketahanan sosial wisatawan pada masa pandemi COVID-19. Namun, penelitian ini juga harus didukung dengan penelitian lanjutan di masa depan yang dapat mempelajari mengenai pola perilaku atau upaya ketangguhan atau resiliensi berdasarkan kelompok usia atau *generation cohort* dengan lebih spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, J., Mubeen, R., Iorember, P. T., Raza, S., & Mamirkulova, G. (2021). Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. *Current Research in Behavioral Sciences*, 2(March),

100033. <https://doi.org/10.1016/j.crbeha.2021.100033>
- Alizadeh, H., & Sharifi, A. (2021). Analysis of the state of social resilience among different socio-demographic groups during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 64(July), 102514. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2021.102514>
- Assaf, A., & Scuderi, R. (2020). COVID-19 and the recovery of the tourism industry. *Tourism Economics*, 26(5), 731-733. <https://doi.org/10.1177/1354816620933712>
- Bratić, M., Radivojević, A., Stojiljković, N., Simović, O., Juvan, E., Lesjak, M., & Podovšovnik, E. (2021). Should i stay or should i go? Tourists' covid-19 risk perception and vacation behavior shift. *Sustainability (Switzerland)*, 13(6). <https://doi.org/10.3390/su13063573>
- Brooks, S. K., Webster, R. K., Smith, L. E., Woodland, L., Wessely, S., Greenberg, N., & Rubin, G. J. (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. *The Lancet*, 395(10227), 912-920. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30460-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30460-8)
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Butler, R. W. (2017). *Tourism and Resilience*. CABI Publisher. file:///C:/Users/youhe/Downloads/kdoc_o_00042_01.pdf
- Caber, M., Albayrak, T., & Crawford, D. (2020). Perceived value and its impact on travel outcomes in youth tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 31(October 2019), 100327. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100327>
- Chen, C. C., & Petrick, J. F. (2014). The Roles of Perceived Travel Benefits, Importance, and Constraints in Predicting Travel Behavior. *Journal of Travel Research*, 55(4), 509-522. <https://doi.org/10.1177/0047287514563986>
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Dann, G. M. (1981). Tourist Motivatio. An Ppraisal. *Annals of Tourism Research*, VIII(2), 187-219. <https://pdf.sciencedirectassets.com/271796/1-s2.0-S0160738300X01193/1-s2.0-0160738381900827/main.pdf?X-Amz-Security-Token=AgoJb3JpZ2luX2VjECoaCXVzLWVhc3QtMSJHMEUCICokZyMOFOpAilnDIVWZnJqXKh9i2RoquwT%2FqvX2uVqLAIeAij%2FbR3ttI4n8GQanF6DFEmAGZ3Uq272IJhM%2BAOj>
- Erdogan, E., Ozdogan, O., & Erdogan, M. (2015). University Students' Resilience Level: The Effect of Gender and Faculty. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 186, 1262-1267. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.047>
- Fennell, D. A. (2017). Towards a Model of Travel Fear. *Annals of Tourism Research*, 66, 140-150. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.07.015>
- Fountain, J., & Cradock-Henry, N. (2020). Recovery, risk and resilience: Post-disaster tourism experiences in Kaikōura, New Zealand. *Tourism Management Perspectives*, 35(April 2019), 100695. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100695>
- Gallarza, M. G., & Saura, I. G. (2006). Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: An investigation of university students' travel behaviour. *Tourism Management*, 27(3), 437-452. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.12.002>
- Gao, J., & Kerstetter, D. L. (2018). From sad to happy to happier: Emotion regulation strategies used during a vacation. *Annals of Tourism Research*, 69(November 2017), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.12.004>
- Gibson, H. J., Willming, C., & Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: Fans as tourists. *Tourism Management*, 24(2), 181-190. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00058-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00058-4)

- Hall, C. M. (2017). *Tourism and Resilience : Individual, Organisational and Destination Perspective*. Channel View Publications. https://www.m-culture.go.th/mculture_th/download/king9/Glossary_about_HM_King_Bhumibol_Adulyadej's_Funeral.pdf
- Jacinto, R., Reis, E., & Ferrão, J. (2020). Indicators for the assessment of social resilience in flood-affected communities – A text mining-based methodology. *Science of the Total Environment*, 744, 140973. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.140973>
- Jiricka-Pürerer, A., Brandenburg, C., & Pröbstl-Haider, U. (2020). City tourism pre- and post-covid-19 pandemic – Messages to take home for climate change adaptation and mitigation? *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 31. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100329>
- Karl, M., Muskat, B., & Ritchie, B. W. (2020). Which travel risks are more salient for destination choice? An examination of the tourist's decision-making process. *Journal of Destination Marketing and Management*, 18(September), 100487. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100487>
- Kim, N., Lee, S. J., Lee, C. K., & Suess, C. (2022). Predicting preventive travel behaviors under the COVID-19 pandemic through an integration of Health Belief Model and Value-Belief-Norm. *Tourism Management Perspectives*, 43(May), 100981. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100981>
- Kimhi, S., Marciano, H., Eshel, Y., & Adini, B. (2020). Recovery from the COVID-19 pandemic: Distress and resilience. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 50(June), 101843. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101843>
- Li, Z., Zhang, S., Liu, X., Kozak, M., & Wen, J. (2020). Journal of Destination Marketing & Management Seeing the invisible hand : Underlying effects of COVID-19 on tourists ' behavioral patterns. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18(May),100502.<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100502>
- Lin, Y. (Kevin), & Nawijn, J. (2020). The impact of travel motivation on emotions: A longitudinal study. *Journal of Destination Marketing and Management*, 16(April 2019), 100363. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.05.006>
- Luo, J. M., & Lam, C. F. (2020). Travel anxiety, risk attitude and travel intentions towards “travel bubble” destinations in Hong Kong: Effect of the fear of COVID-19. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(21), 1–11. <https://doi.org/10.3390/ijerph17217859>
- Moon, H., & Han, H. (2018). Destination attributes influencing Chinese travelers' perceptions of experience quality and intentions for island tourism: A case of Jeju Island. *Tourism Management Perspectives*, 28(April), 71–82. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.08.002>
- Novelli, M., Gussing Burgess, L., Jones, A., & Ritchie, B. W. (2018). ‘No Ebola...still doomed’ – The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research*, 70(April), 76–87. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.03.006>
- Rastegar, R., Seyfi, S., & Rasoolimanesh, S. M. (2021). How COVID-19 case fatality rates have shaped perceptions and travel intention? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47(January), 353–364. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.04.006>
- Roy, G., & Sharma, S. (2020). Analyzing one-day tour trends during COVID 19 disruption–applying push and pull theory and text mining approach. *Tourism Recreation Research*, 0(0), 1–16. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1858614>
- Schlesinger, W., Cervera-Taulet, A., & Pérez-Cabañero, C. (2020). Exploring the links between destination attributes, quality of service experience and loyalty in emerging Mediterranean destinations. *Tourism Management Perspectives*, 35(May),

100699. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100699>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117(June), 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Taylor, S., Landry, C. A., Paluszek, M. M., Fergus, T. A., McKay, D., & Asmundson, G. J. G. (2020). Development and initial validation of the COVID Stress Scales. *Journal of Anxiety Disorders*, 72(April), 102232. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2020.102232>
- Toudert, D., & Bringas-Rábago, N. L. (2019). Destination food image, satisfaction and outcomes in a border context: tourists vs excursionists. *British Food Journal*, 121(5), 1101–1115. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2019-0148>
- Tyshchuk, Y., & Wallace, W. A. (2018). Modeling Human Behavior on Social Media in Response to Significant Events. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, 5(2), 444–457. <https://doi.org/10.1109/TCSS.2018.2815786>
- Vada, S., Prentice, C., Scott, N., & Hsiao, A. (2020). Positive psychology and tourist well-being: A systematic literature review. *Tourism Management Perspectives*, 33(December 2019), 100631. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100631>
- Wang, C. yuan, Guo, J., & Kuo, M. feng. (2020). The building of social resilience in Sichuan after the Wenchuan earthquake: A perspective of the socio-government interactions. *Safety Science*, 126(February), 104662. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104662>
- Xie, L., & Ritchie, B. W. (2019). The motivation, constraint, behavior relationship: A holistic approach for understanding international student leisure travelers. *Journal of Vacation Marketing*, 25(1), 111–129. <https://doi.org/10.1177/1356766717750421>
- Yin, J., Cheng, Y., Bi, Y., & Ni, Y. (2020). Tourists perceived crowding and destination attractiveness: The moderating effects of perceived risk and experience quality. *Journal of Destination Marketing and Management*, 18(September), 100489. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100489>
- Zheng, D., Luo, Q., & Ritchie, B. W. (2020). Afraid to Travel After COVID-19? Self-Protection, Coping and Resilience Against Pandemic “Travel Fear.” *Science of the Total Environment*, 135577. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.135577>
- Zheng, Danni, Luo, Q., & Ritchie, B. W. (2021). Afraid to travel after COVID-19? Self-protection, coping and resilience against pandemic ‘travel fear.’ *Tourism Management*, 83(April 2020), 104261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104261>