



UNVEILING THE APPEAL OF WAYANG JOGJA NIGHT CARNIVAL An Analysis of Tourist Characteristics, Economic Impacts and Destination Evaluation

*Mona Erythrea Nur Islami¹, Fian Damasdino², Nikasius Jonet Sinangjoyo³,
Amelia Lintang Mahiswara⁴*Hary Hermawan⁵

¹⁻⁵Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia, Email: haryhermawan8@gmail.com

*(Correspondence author)

ABSTRACT

Article History

Submitted:

01 Nopember 2025

Reviewed:

01 December 2025

Accepted:

20 March 2026

Published:

15 May 2026

The Wayang Jogja Night Carnival (WJNC) is a premier cultural street carnival in Yogyakarta that integrates traditional puppetry with modern technology. Despite its prominent role in destination branding, comprehensive studies balancing its socioeconomic benefits and urban management challenges remain limited. This study aims to analyze visitor demographics, economic impacts on local MSMEs, and evaluate the destination components using the 4A framework. A descriptive quantitative approach with a cross-sectional survey design was employed, gathering primary data from 487 randomly selected visitors and cluster-sampled local MSMEs during the event. Data were analyzed using descriptive statistics and cross-tabulation via SPSS. The findings reveal that visitors are predominantly female (57.1%) and dominated by Generation Z (50.3%). Economically, local MSMEs experienced a temporary boom, with daily turnover increasing by 150% to 300%. Evaluation of the 4A components indicates that 'attraction' scored the highest satisfaction (mean 4.45), while 'amenities' scored the lowest due to limited sanitation facilities. Furthermore, the event induced traffic congestion within a 2-kilometer radius. In conclusion, WJNC significantly drives the local economy, but demands adaptive mobility management and upgraded public amenities for long-term sustainability. This research was institutionally supported and funded by the Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, with data facilitation provided by the Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.

Keywords: MSMEs; Generation Z; 4A Framework; Traffic Congestion; Sustainable Event

PENDAHULUAN

Penyelenggaraan event pariwisata berbasis budaya telah diakui secara global sebagai instrumen strategis dalam menstimulasi pertumbuhan ekonomi daerah, penguatan identitas lokal, sekaligus sebagai media pelestarian warisan tradisi. Wayang Jogja Night Carnival (WJNC) hadir di Kota Yogyakarta, sebagai salah satu kalender of event unggulan yang konsisten diselenggarakan sejak tahun 2016 untuk



memperingati Hari Ulang Tahun Kota Yogyakarta. Sebagai sebuah festival jalanan (street carnival), WJNC mengintegrasikan seni pertunjukan tradisional pewayangan dengan pemanfaatan teknologi modern, tata cahaya, dan koreografi kontemporer. Kombinasi unik ini dirancang untuk menciptakan daya tarik visual yang kuat bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Berbagai studi empiris mengenai festival budaya menunjukkan bahwa kegiatan berskala besar tidak sekadar berfungsi sebagai media hiburan, melainkan memiliki signifikansi yang kuat sebagai alat penggerak ekonomi lokal, instrumen pelestarian nilai-nilai intangible, dan strategi destination branding kota. Kendati demikian, pelaksanaan festival juga membawa serangkaian tantangan eksternalitas negatif dan isu keberlanjutan yang kompleks jika tidak dikelola dengan tata kelola yang integratif. Oleh karena itu, posisi WJNC sebagai festival budaya utama memerlukan kajian mendalam yang menyeimbangkan antara orientasi pemanfaatan ekonomi dengan manajemen risiko dampak sosial-lingkungan kota.

Kajian literatur internasional menunjukkan bahwa festival dan karnaval budaya memiliki keterkaitan linier terhadap peningkatan aktivitas ekonomi lokal, terutama dalam menciptakan peluang usaha baru bagi pelaku bisnis skala kecil atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sektor-sektor informal yang paling responsif terhadap stimulasi ekonomi ini mencakup industri perdagangan ritel, penyediaan makanan dan minuman atau kuliner, jasa akomodasi, serta jaringan transportasi lokal. Pentingnya perhelatan budaya dalam menggerakkan ekosistem niaga di sekitar lokasi acara ini ditegaskan dalam berbagai temuan riset terdahulu (Zunaidi et al., 2022; Purwadi et al., 2023; Ramesh, 2024; Rusiawan & Wijayanti, 2024).

Studi komparatif yang dilakukan pada festival kebudayaan di berbagai negara berkembang melaporkan terjadinya akselerasi volume belanja lokal dan perluasan kesempatan kerja musiman di sektor hospitality (Nyandoro, 2024; Mokabe, 2024). Menariknya, dampak ekonomi tersebut akan mencapai titik optimal apabila rantai pasok material, bahan baku, dan penyerapan tenaga kerja disuplai sepenuhnya secara lokal dari kawasan penyangga festival. Selain memicu peningkatan pengeluaran pengunjung yang signifikan selama rentang waktu pelaksanaan acara, festival budaya juga mengandung risiko ketimpangan spasial di mana keuntungan ekonomi cenderung terpusat hanya pada koridor utama kegiatan (Attanasi et al., 2025). Di samping dampak finansial langsung, festival budaya terbukti efektif memperkuat destination branding dan memoles citra positif kota (Kişi, 2019). Keberhasilan proyeksi citra ini berkontribusi jangka panjang terhadap keputusan kunjungan berulang oleh wisatawan serta penanaman investasi sektoral baru di masa depan (Schofield & Thompson, 2007).

Selain dimensi ekonomi, fokus riset kontemporer banyak diarahkan pada pemetaan karakteristik demografis dan analisis motivasi wisatawan festival. Pemahaman terhadap aspek sosiologis ini penting karena segmen pengunjung memiliki preferensi yang heterogen. Wisatawan festival umumnya digerakkan oleh beberapa dorongan utama, yaitu pencarian pengalaman autentisitas budaya, hiburan atau pertunjukan musik, motif pelarian psikologis (escape atau relaxation), kebutuhan sosialisasi, hingga ketertarikan mendalam pada tradisi lokal (Giaccone & Galvagno, 2021; Attanasi et al., 2025). Sebagai contoh kasus domestik, studi pada Dieng Culture Festival menunjukkan profil bahwa mayoritas pengunjung didominasi oleh Generasi Z dan Milenial berumur di atas 20 tahun, berlatar belakang

mahasiswa dan karyawan swasta, didominasi gender perempuan, serta memiliki ketertarikan tinggi pada integrasi acara musik kontemporer (Muchlis et al., 2024). Lebih lanjut, terdapat korelasi struktural yang kuat antara variabel sosiodemografi dengan motivasi kunjungan. Wisatawan perempuan teridentifikasi memiliki dorongan yang lebih kuat terhadap aspek pengalaman budaya dan nilai edukasi tradisi, sedangkan wisatawan laki-laki cenderung dipicu oleh keinginan mencari pengalaman baru atau elemen rekreasi fisik (Milohnić et al., 2019; Smith et al., 2023). Variasi karakteristik usia dan asal wilayah geografis ini pada akhirnya memengaruhi tingkat kepuasan akhir serta loyalitas wisatawan untuk berkunjung kembali (Wahyudi & Dellyana, 2024).

Meskipun festival budaya menawarkan potensi akselerasi pembangunan pariwisata daerah, literatur global memberikan catatan kritis bahwa perhelatan akbar memicu tekanan ekologis dan gangguan kenyamanan bagi warga lokal. Isu-isu akut seperti kemacetan lalu lintas, penumpukan sampah, polusi suara, hingga hambatan mobilitas harian berpotensi melahirkan resistensi sosial (Duxbury et al., 2020; Pappa et al., 2022; Ilieva et al., 2024). Guna mengantisipasi dampak negatif tersebut, adopsi perspektif multi-pemangku kepentingan yang melibatkan keseimbangan suara antara warga setempat, pelaku komersial, dan regulator pemerintah menjadi prasyarat mutlak dalam manajemen akademis festival. Formulasi strategi yang direkomendasikan untuk konteks festival di Indonesia bertumpu pada penguatan keterlibatan komunitas berbasis lokal serta menjaga orientasi ganda yang seimbang antara misi preservasi budaya luhur dengan komersialisasi ekonomi demi tercapainya pariwisata yang berkelanjutan (Purwadi et al., 2023).

Berdasarkan pemetaan riset di atas, penelitian mengenai Wayang Jogja Night Carnival (WJNC) ini diarahkan untuk mengisi kekosongan kajian kontekstual dengan fokus pada tiga pilar utama. Pertama, melakukan segmentasi pasar melalui pemetaan demografi dan variasi motivasi wisatawan secara presisi (Schofield & Thompson, 2007; Smith et al., 2023; Muchlis et al., 2024). Kedua, mengukur dampak ekonomi riil terhadap struktur pendapatan UMKM serta menganalisis pola pemerataan sirkulasi finansial di luar koridor utama acara (Zunaidi et al., 2022; Nyandoro, 2024; Ramesh, 2024). Ketiga, mengevaluasi titik temu antara komponen atraksi inti berupa tradisi pewayangan dan teknologi modern dengan tingkat toleransi serta manajemen dampak sosial-lingkungan bagi warga Kota Yogyakarta (Duxbury et al., 2020; Pappa et al., 2022). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan rekomendasi kebijakan tata kelola festival budaya yang adaptif, berkelanjutan, dan inklusif bagi perkembangan pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif deskriptif dengan desain survei penampang melintang (cross-sectional), di mana data dari variabel penelitian dikumpulkan dalam satu momentum waktu yang spesifik, yaitu pada saat malam perayaan Wayang Jogja Night Carnival (WJNC). Untuk memastikan keterandalan dan transparansi prosedur sehingga dapat direplikasi secara presisi pada riset

festival sejenis, operasionalisasi metode riset dipecah ke dalam lima tahapan sekuensial berikut.

Tahap 1: Identifikasi Populasi dan Penentuan Sampel

Populasi target dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kelompok utama. Kelompok populasi pertama adalah seluruh pengunjung atau wisatawan yang menghadiri rangkaian acara festival WJNC. Kelompok populasi kedua adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal yang beroperasi di sekitar koridor utama tempat penyelenggaraan karnaval, khususnya di kawasan sepanjang Jalan Margo Utomo hingga area Tugu Yogyakarta.

Teknik penarikan sampel untuk kelompok pengunjung menggunakan metode acak sederhana (simple random sampling). Prosedur ini dilakukan dengan menempatkan enumerator secara acak di berbagai titik akses masuk dan area berkumpul penonton guna meminimalkan bias spasial. Ukuran sampel acak yang berhasil dihimpun, diisi secara lengkap, dan dinyatakan memenuhi syarat kelayakan untuk dianalisis adalah sebanyak 487 responden pengunjung. Sementara itu, untuk pelaku UMKM lokal, penentuan sampel dilakukan menggunakan pendekatan klaster berdasarkan zonasi koridor utama, dengan jumlah sampel representatif yang diambil dari pelaku usaha kuliner, cinderamata, dan penyedia jasa pariwisata yang terdampak langsung oleh aktivitas festival.

Tahap 2: Pengembangan Instrumen Penelitian

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur yang dirancang secara khusus untuk menangkap variabel-variabel multidimensi. Instrumen pengukuran menggunakan Skala Likert 5 poin untuk mengodekan gradasi persepsi responden, dengan rentang skor dimulai dari nilai 1 untuk representasi opsi "Sangat Tidak Setuju" atau "Sangat Buruk", hingga skor maksimal 5 untuk opsi "Sangat Setuju" atau "Sangat Baik".

Kuesioner untuk segmen pengunjung dikembangkan berdasarkan adopsi teori komponen destinasi pariwisata yang mencakup empat dimensi utama. Dimensi pertama adalah kualitas atraksi (attraction), yang mengukur visualisasi karakter wayang, kreativitas koreografi, dan tata cahaya. Dimensi kedua adalah kualitas amenitas (amenity), yang mengukur ketersediaan toilet portable, pos kesehatan, dan manajemen kebersihan sampah. Dimensi ketiga adalah aksesibilitas (accessibility), yang mengukur kemudahan transportasi, rute penunjuk arah, dan ketersediaan kantong parkir. Dimensi keempat adalah persepsi dampak ekonomi (economic impact), yang mengukur pola pengeluaran belanja pengunjung selama festival berlangsung. Bagi segmen pelaku UMKM, instrumen difokuskan untuk menilai fluktuasi omzet harian, penyerapan tenaga kerja musiman, serta potensi kerugian ekonomi berupa gangguan kelancaran logistik usaha akibat penutupan jalan utama.

Tahap 3: Prosedur Pengumpulan Data Lapangan

Prosedur pengumpulan data primer di lapangan dilaksanakan langsung pada malam perayaan festival oleh tim enumerator yang telah melalui sesi pelatihan penyamaan persepsi. Kuesioner disebarkan dalam dua bentuk, yaitu kuesioner fisik berbasis kertas (paper-based) dan kuesioner digital berbantuan perangkat gawai (mobile-assisted) melalui pemindaian kode QR di lokasi.

Enumerator melakukan pendekatan personal kepada calon responden di area penonton saat jeda acara atau sesaat setelah festival selesai guna menjamin bahwa responden telah mendapatkan pengalaman empiris dari atraksi yang dievaluasi. Proses wawancara terstruktur per responden dibatasi dengan durasi waktu berkisar antara 7 hingga 10 menit untuk menjaga kenyamanan responden di lokasi keramaian. Pengumpulan data dari pelaku usaha kecil dilakukan pada hari berikutnya pasca-festival untuk mengonfirmasi kalkulasi riil perubahan omzet niaga mereka.

Tahap 4: Uji Keabsahan Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

Sebelum dilakukan analisis data tingkat lanjut untuk menarik kesimpulan, seluruh butir pernyataan dalam instrumen wajib melalui uji prasyarat keabsahan data ilmiah menggunakan sampel uji coba (pre-test) eksternal sebanyak 30 responden dengan karakteristik serupa di luar sampel utama.

Pengujian validitas butir instrumen dilakukan melalui analisis korelasi Pearson Product Moment. Sebuah butir instrumen dinyatakan valid secara statistik apabila nilai koefisien korelasi hitung menunjukkan angka yang lebih besar dari nilai r -tabel pada tingkat signifikansi 5 persen. Selanjutnya, pengujian reliabilitas atau konsistensi internal instrumen dievaluasi dengan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Seluruh dimensi variabel di dalam instrumen ini dinyatakan andal dan memenuhi kriteria reliabilitas tinggi karena nilai koefisien Cronbach's Alpha secara konsisten melampaui ambang batas standar akademis minimal yaitu sebesar 0,60. Berdasarkan kepastian pengujian tersebut, seluruh butir pertanyaan dinyatakan layak untuk disebarkan pada sampel penuh.

Tahap 5: Teknik Analisis dan Pengolahan Data

Setelah data lapangan terkumpul secara utuh, tahap akhir melibatkan proses pembersihan data (data cleaning) untuk mengeliminasi kuesioner yang tidak terisi secara lengkap. Data numerik yang lolos seleksi kemudian dimasukkan ke dalam lembar kerja (coding sheet) dan diolah menggunakan bantuan perangkat lunak statistik IBM SPSS versi mutakhir.

Teknik analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif kuantitatif. Prosedur pengolahan data diarahkan untuk menghasilkan perhitungan distribusi frekuensi, konversi nilai persentase, dan kalkulasi nilai skor rata-rata (mean) untuk meringkas kecenderungan umum karakteristik sosiodemografi responden serta persepsi mereka terhadap komponen destinasi. Lebih lanjut, analisis data kualitatif hasil wawancara juga digunakan untuk mempertajam dan mengungkap secara lebih jelas hasil temuan kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penyelenggaraan Event Wayang Jogja Night Carnival (WJNC)

Event budaya merupakan salah satu instrumen penting dalam pengembangan pariwisata berbasis pengalaman (experience-based tourism) yang tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana pelestarian budaya, penguatan identitas daerah, dan promosi destinasi wisata. Dalam konteks

pariwisata modern, festival budaya memiliki peran strategis dalam menciptakan daya tarik wisata yang unik serta memperkuat citra destinasi melalui pertunjukan kreatif dan partisipatif. Wilson et al. (2017) menjelaskan bahwa festival berkembang menjadi bagian penting dalam strategi destinasi karena mampu mengintegrasikan aspek budaya, ekonomi, sosial, dan pemasaran dalam satu kegiatan yang bersifat temporer namun berdampak luas terhadap masyarakat dan wisatawan.

Wayang Jogja Night Carnival (WJNC) merupakan salah satu event budaya unggulan di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan sebagai bagian dari perayaan Hari Ulang Tahun Kota Yogyakarta. Festival ini mengusung konsep karnaval budaya malam hari dengan mengangkat tema pewayangan sebagai identitas budaya lokal yang dikemas secara modern, kreatif, dan atraktif. Penyelenggaraan WJNC memadukan unsur seni pertunjukan, parade kostum, tari, musik, tata cahaya, serta visual artistik yang ditampilkan di ruang publik perkotaan, khususnya kawasan pusat Kota Yogyakarta.

Sebagai event budaya berbasis kreativitas, WJNC tidak hanya menampilkan pertunjukan tradisional dalam bentuk konvensional, tetapi melakukan transformasi budaya melalui pendekatan kontemporer yang lebih dekat dengan preferensi generasi muda. Tokoh-tokoh pewayangan dikemas dalam bentuk kostum modern dengan sentuhan teknologi pencahayaan dan koreografi dinamis sehingga menciptakan pengalaman visual yang menarik bagi wisatawan. Pendekatan ini menunjukkan adanya upaya revitalisasi budaya lokal agar tetap relevan di tengah perkembangan industri pariwisata dan perubahan tren wisata global.

Penyelenggaraan WJNC melibatkan berbagai pemangku kepentingan, mulai dari pemerintah daerah, komunitas seni, pelaku ekonomi kreatif, akademisi, hingga masyarakat lokal. Kolaborasi tersebut menunjukkan bahwa festival tidak hanya diposisikan sebagai kegiatan hiburan semata, tetapi juga sebagai bagian dari strategi pengembangan ekonomi kreatif dan penguatan identitas budaya Yogyakarta. Keterlibatan masyarakat dalam proses persiapan maupun pelaksanaan acara turut menciptakan dampak sosial berupa peningkatan partisipasi komunitas dan rasa memiliki terhadap budaya lokal.

Selain berfungsi sebagai media pelestarian budaya, WJNC juga memiliki peran penting dalam mendukung promosi destinasi wisata Yogyakarta. Keunikan konsep parade budaya malam hari menjadikan festival ini memiliki diferensiasi dibandingkan event budaya lain di Indonesia. Kehadiran wisatawan domestik maupun wisatawan luar daerah selama penyelenggaraan festival menunjukkan bahwa WJNC telah berkembang menjadi salah satu magnet wisata budaya yang mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Yogyakarta.

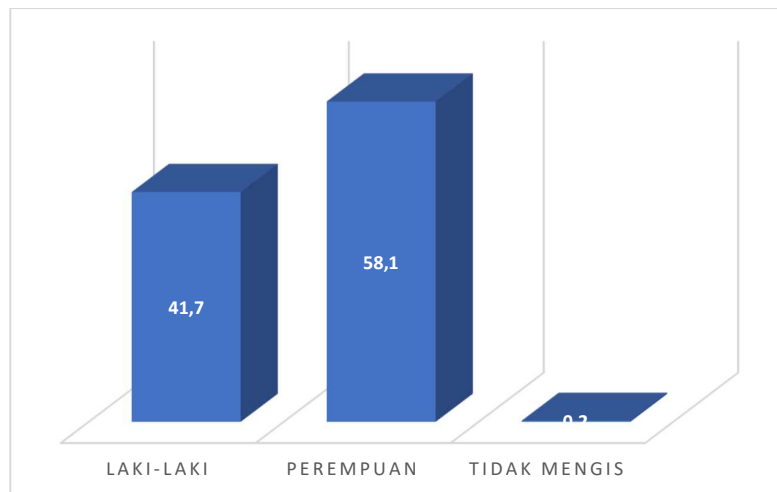
Namun demikian, tingginya antusiasme masyarakat dan wisatawan terhadap festival juga menghadirkan berbagai tantangan dalam pengelolaannya, terutama terkait pengendalian keramaian, mobilitas perkotaan, kapasitas fasilitas publik, dan pengelolaan lingkungan selama acara berlangsung. Oleh karena itu, penyelenggaraan WJNC memerlukan manajemen event yang terintegrasi agar manfaat budaya dan ekonomi yang dihasilkan dapat berjalan seimbang dengan kenyamanan masyarakat dan keberlanjutan destinasi wisata.

Secara keseluruhan, Wayang Jogja Night Carnival merupakan representasi pengembangan event budaya kreatif yang mampu menggabungkan unsur tradisi

dan modernitas dalam satu pertunjukan wisata perkotaan. Festival ini tidak hanya memperkuat citra Yogyakarta sebagai kota budaya, tetapi juga menjadi media strategis dalam mendorong pertumbuhan pariwisata, ekonomi kreatif, dan pelestarian budaya lokal secara berkelanjutan.

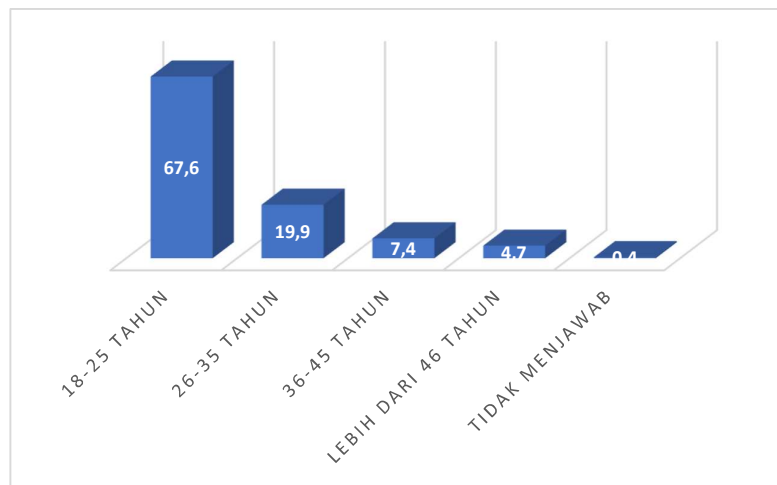
Profil Demografi Wisatawan Wayang Jogja Night Carnival (WJNC)

Karakteristik demografi wisatawan merupakan aspek penting dalam memahami pola kunjungan, preferensi pasar, serta segmentasi wisatawan pada sebuah festival budaya. Analisis demografi memberikan gambaran mengenai siapa wisatawan yang datang, bagaimana perilaku pasar terbentuk, dan segmen mana yang paling potensial untuk dikembangkan dalam strategi pemasaran destinasi. Dalam penelitian festival, variabel seperti gender, usia, dan asal wilayah sering digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik pengunjung serta kecenderungan motivasi perjalanan wisata (Wilson et al., 2017). Oleh karena itu, identifikasi profil wisatawan WJNC menjadi penting untuk memahami posisi festival sebagai daya tarik budaya di Yogyakarta.



Gambar 1. Profil Demografi Pengunjung WJNC Ditinjau dari Jenis Kelamin (%)

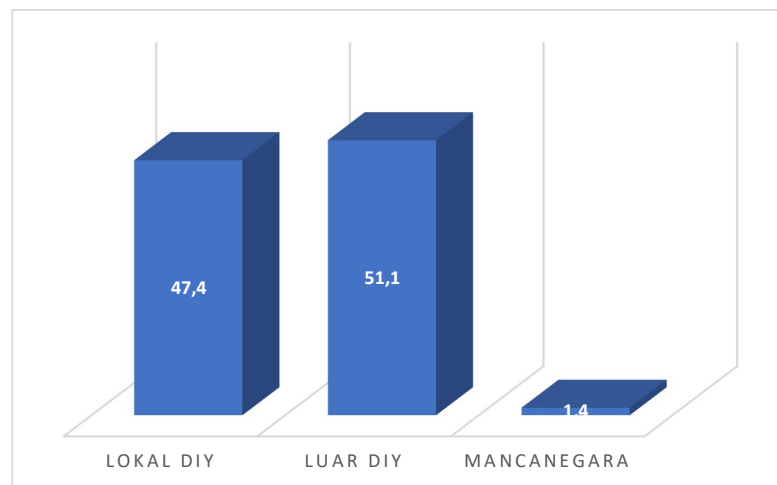
Hasil penelitian menunjukkan bahwa **mayoritas wisatawan yang menghadiri Wayang Jogja Night Carnival (WJNC) didominasi oleh perempuan sebesar 58,1%** dari total reponden sebanyak 487 orang, sedangkan laki-laki sebesar 41,7%. Dominasi wisatawan perempuan menunjukkan bahwa **festival budaya berbasis visual dan pengalaman kreatif memiliki daya tarik yang kuat terhadap segmen perempuan**. Temuan ini sejalan dengan penelitian Marques et al. (2025) yang menyatakan bahwa gender memengaruhi motivasi perjalanan wisata, di mana perempuan cenderung lebih tertarik pada pengalaman sosial, pengembangan diri, dan aktivitas yang memiliki nilai estetika. Dalam konteks festival budaya, aspek artistik, visualisasi pertunjukan, dan peluang interaksi sosial menjadi faktor penting yang mendorong minat kunjungan wisatawan perempuan. Selain itu, Wilson et al. (2017) menegaskan bahwa segmentasi gender merupakan bagian penting dalam penelitian festival untuk memahami karakteristik pasar dan menyusun strategi promosi yang lebih efektif.



Gambar 1. Profil Demografi Pengunjung WJNC ditinjau dari Usia (%)

Dari sisi usia, kelompok **Generasi Z menjadi segmen terbesar dengan persentase 50,3% dari total reponden sebanyak 487 orang**, diikuti Generasi Milenial sebesar 34,5%. Pada tahun 2026 saat ini, anak-anak muda dari Generasi Z berada di rentang usia 14 hingga 29 tahun. Dominasi generasi z ini menunjukkan bahwa **WJNC berhasil mengemas budaya tradisional dalam format yang lebih modern dan relevan dengan preferensi pasar muda**. Monaco (2018) menjelaskan bahwa generasi muda memandang aktivitas wisata bukan sekadar rekreasi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas, eksplorasi budaya, dan ekspresi diri. Sementara itu, Robinson dan Schänzel (2019) menyebutkan bahwa Generasi Z merupakan “market of the future” yang akan mengubah pola pariwisata konvensional menuju wisata berbasis pengalaman, digitalisasi, dan media sosial.

Fenomena tersebut terlihat pada penyelenggaraan WJNC yang menghadirkan pertunjukan budaya dalam bentuk parade malam penuh pencahayaan, kostum kreatif, dan visual artistik yang sangat sesuai dengan karakteristik wisatawan muda yang menyukai pengalaman interaktif dan instagramable. Temuan ini juga mendukung penelitian Marques et al. (2025) yang menunjukkan bahwa generasi muda memiliki motivasi tinggi terhadap wisata yang menawarkan pengalaman unik, autentik, dan dapat dibagikan melalui platform digital.



Gambar 3. Profil Demografi Pengunjung WJNC ditinjau dari Asal Daerah (%)

Berdasarkan asal wilayah, **wisatawan dari luar DIY mendominasi** sebesar 48,1%, sedangkan wisatawan lokal DIY sebesar 47,4% dari total responden sebanyak 487 orang, disusul sebagian kecil wisatawan mancanegara. Temuan ini menunjukkan bahwa **WJNC memiliki daya tarik regional yang cukup kuat sebagai event budaya unggulan di Yogyakarta**. Wilson et al. (2017) menjelaskan bahwa segmentasi geografis merupakan elemen penting dalam memahami pola pergerakan wisatawan festival dan menentukan strategi pemasaran destinasi. Tingginya kunjungan dari luar daerah menunjukkan bahwa festival mampu menjadi magnet wisata regional yang mendorong mobilitas wisatawan domestik antarwilayah.

Namun demikian, **jika data didalami lebih lanjut jumlah wisatawan dari luar Pulau Jawa dan internasional masih relatif kecil**. Kondisi ini menunjukkan bahwa promosi WJNC pada pasar internasional masih perlu ditingkatkan. Penguatan branding digital, kolaborasi dengan agen perjalanan, dan integrasi festival dalam paket wisata budaya Yogyakarta dapat menjadi strategi untuk memperluas jangkauan pasar global.

Secara keseluruhan, profil demografi wisatawan WJNC menunjukkan bahwa **festival budaya yang dikemas secara kreatif mampu menarik segmen perempuan, generasi muda, dan wisatawan regional**. Temuan ini konsisten dengan literatur festival yang menempatkan segmentasi demografis sebagai dasar penting dalam pengembangan strategi pemasaran dan pengelolaan event budaya (Wilson et al., 2017; Dzulkifli, 2020).

Dampak Ekonomi terhadap Pelaku UMKM dan Transportasi Lokal

Festival budaya tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan dan pelestarian budaya, tetapi juga memiliki peran strategis dalam menggerakkan ekonomi lokal. Kehadiran wisatawan dalam jumlah besar selama penyelenggaraan festival mampu meningkatkan aktivitas konsumsi, memperluas peluang usaha, dan menciptakan efek ekonomi jangka pendek bagi masyarakat sekitar. Dalam berbagai penelitian, festival budaya terbukti memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan sektor informal, UMKM, transportasi lokal, serta aktivitas ekonomi perkotaan (Nyandoro, 2024; Cabras et al., 2020). Oleh karena itu, analisis dampak ekonomi WJNC menjadi penting untuk melihat sejauh mana festival memberikan manfaat nyata bagi masyarakat lokal.

Penyelenggaraan WJNC memberikan dampak ekonomi yang signifikan terhadap pelaku UMKM dan sektor ekonomi lokal di kawasan Malioboro dan Tugu Yogyakarta. **Hasil survei menunjukkan adanya peningkatan omzet harian antara 150% hingga 300% selama malam penyelenggaraan festival dibandingkan hari biasa**. Temuan ini memperlihatkan bahwa festival budaya mampu menciptakan temporary economic boom melalui peningkatan aktivitas konsumsi wisatawan terhadap produk dan jasa lokal.

Peningkatan manfaat ekonomi terutama dirasakan oleh sektor kuliner, penjualan cinderamata, serta jasa transportasi lokal seperti andong dan becak motor. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nyandoro (2024), Cabras et al. (2020), dan Dimaano et al. (2025) yang menjelaskan bahwa festival budaya memiliki kontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan usaha kecil, konsumsi wisatawan, serta penciptaan peluang kerja jangka pendek. Festival tidak hanya

menjadi ruang hiburan budaya, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen penggerak ekonomi lokal melalui perputaran belanja wisatawan.

Penelitian Dimaano et al. (2025) pada Festival Niyogyugan menunjukkan bahwa masyarakat lokal memiliki persepsi sangat positif terhadap festival karena mampu menciptakan peluang ekonomi baru dan meningkatkan aktivitas UMKM. Sementara itu, Cabras et al. (2020) menemukan bahwa festival mampu meningkatkan konsumsi wisatawan secara signifikan pada sektor makanan, minuman, dan retail lokal. Kondisi tersebut relevan dengan temuan WJNC, di mana kawasan pusat kegiatan festival mengalami peningkatan aktivitas ekonomi yang cukup tinggi selama acara berlangsung.

Namun demikian, **manfaat ekonomi festival masih cenderung terkonsentrasi pada wilayah inti penyelenggaraan acara.** Kang et al. (2024) dan Nyandoro (2024) menjelaskan bahwa dampak ekonomi festival sering kali bersifat spasial, di mana pelaku usaha yang berada di pusat keramaian memperoleh manfaat lebih besar dibandingkan pelaku usaha di area pinggiran. Kondisi serupa terlihat pada WJNC. Peningkatan aktivitas ekonomi lebih dominan dirasakan oleh UMKM di sepanjang kawasan Malioboro dan Tugu Yogyakarta.

Selain dampak ekonomi positif, penyelenggaraan festival juga **menimbulkan eksternalitas negatif berupa kemacetan lalu lintas dan gangguan mobilitas perkotaan.** Penutupan jalan utama selama acara menyebabkan peningkatan kongesti pada radius sekitar 2 kilometer dari pusat kegiatan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Poczta et al. (2020) yang menyebutkan bahwa event massal sering menimbulkan ketidaknyamanan bagi masyarakat lokal akibat kepadatan lalu lintas dan gangguan aktivitas harian, meskipun masyarakat tetap mengakui manfaat ekonomi yang dihasilkan.

Garrido et al. (2023) menegaskan bahwa event berskala besar membutuhkan manajemen mobilitas yang terintegrasi melalui pendekatan transportasi berkelanjutan, rekayasa lalu lintas adaptif, dan kolaborasi antarpemangku kepentingan. Oleh karena itu, pengelolaan WJNC perlu didukung dengan penyediaan kantong parkir terpadu, jalur alternatif kendaraan, shuttle transport, serta sistem informasi lalu lintas berbasis digital untuk meminimalkan konflik ruang dan kemacetan perkotaan.

Dengan demikian, WJNC terbukti memberikan kontribusi ekonomi yang nyata bagi UMKM dan transportasi lokal, tetapi pengelolaan dampak mobilitas perkotaan perlu ditingkatkan agar festival dapat berkembang secara lebih berkelanjutan dan inklusif.

Evaluasi Komponen Daya Tarik Wisata

Evaluasi terhadap kualitas destinasi dan penyelenggaraan festival menjadi bagian penting dalam mengukur tingkat kepuasan wisatawan serta keberlanjutan sebuah event budaya. Salah satu pendekatan yang umum digunakan dalam kajian pariwisata adalah konsep komponen destinasi 4A yang meliputi attraction, accessibility, amenities, dan ancillary. Keempat komponen tersebut saling berkaitan dalam membentuk pengalaman wisatawan dan menentukan kualitas destinasi secara keseluruhan (Ismail & Rohman, 2019; Akbar et al., 2023). Oleh karena itu, evaluasi terhadap komponen daya tarik wisata pada WJNC diperlukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan festival sebagai destinasi event budaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa **dimensi attraction memperoleh skor kepuasan tertinggi dengan nilai rata-rata 4,45 dari skala 5**. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas atraksi budaya menjadi kekuatan utama festival dalam membangun pengalaman wisata yang positif bagi pengunjung.

Atraksi WJNC yang memadukan budaya pewayangan dengan konsep parade malam modern, pencahayaan artistik, dan koreografi kreatif berhasil menciptakan pengalaman visual yang unik dan memukau. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ismail dan Rohman (2019) serta Akbar et al. (2023) yang menyatakan bahwa atraksi merupakan komponen paling dominan dalam memengaruhi kepuasan wisatawan dan loyalitas kunjungan. Semakin menarik dan unik atraksi yang ditampilkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan wisatawan terhadap destinasi.

Selain itu, Ćulić et al. (2021) menjelaskan bahwa daya tarik destinasi memiliki pengaruh langsung terhadap citra destinasi dan niat kunjung ulang wisatawan melalui mediasi kepuasan. Dalam konteks WJNC, tingginya apresiasi terhadap atraksi menunjukkan bahwa festival memiliki potensi kuat untuk membangun citra Yogyakarta sebagai destinasi budaya kreatif yang mampu menggabungkan tradisi dan modernitas.

Pada aspek accessibility, sebagian besar wisatawan menilai lokasi festival cukup strategis karena berada di pusat kota Yogyakarta. Namun demikian, kepadatan kendaraan dan penutupan jalan selama festival masih menjadi hambatan utama yang memengaruhi kenyamanan mobilitas pengunjung. Temuan ini menunjukkan bahwa aksesibilitas tidak hanya berkaitan dengan kemudahan mencapai lokasi, tetapi juga efektivitas pengelolaan arus lalu lintas selama event berlangsung.

Sementara itu, **dimensi amenity memperoleh skor terendah, khususnya terkait ketersediaan toilet portabel dan tempat sampah sementara di sepanjang rute karnaval.** Temuan ini memperlihatkan bahwa fasilitas pendukung belum sepenuhnya mampu mengimbangi tingginya jumlah wisatawan yang hadir. Penelitian Dzulkifli (2020) menunjukkan bahwa amenitas memiliki pengaruh penting terhadap tingkat kepuasan wisatawan karena berkaitan langsung dengan kenyamanan selama berada di destinasi wisata.

Keterbatasan fasilitas publik dapat menurunkan kualitas pengalaman wisatawan apabila tidak segera diperbaiki. Oleh sebab itu, penyelenggara perlu meningkatkan pengelolaan sarana pendukung melalui penambahan fasilitas sanitasi, sistem pengelolaan sampah berbasis zonasi, serta peningkatan layanan kebersihan selama festival berlangsung. Perbaikan amenitas menjadi penting untuk mendukung prinsip pariwisata berkelanjutan sekaligus meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung.

Pada dimensi ancillary, dukungan pemerintah daerah, aparat keamanan, dan berbagai pemangku kepentingan dinilai cukup baik dalam mendukung kelancaran penyelenggaraan festival. Kolaborasi antarinstansi ini menunjukkan bahwa WJNC telah berkembang menjadi agenda budaya strategis yang memiliki kontribusi terhadap promosi destinasi dan penguatan ekonomi lokal.

Secara keseluruhan, evaluasi komponen 4A menunjukkan bahwa kekuatan utama WJNC terletak pada kualitas atraksi budaya yang kreatif dan inovatif. Namun demikian, peningkatan amenitas dan pengelolaan aksesibilitas masih menjadi

prioritas penting agar kualitas pengalaman wisatawan dapat meningkat secara menyeluruh dan mendukung keberlanjutan festival budaya di masa mendatang.

SIMPULAN

Wayang Jogja Night Carnival (WJNC) menunjukkan bahwa festival budaya memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan pariwisata budaya, ekonomi lokal, dan citra destinasi Kota Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis demografi wisatawan, mayoritas pengunjung didominasi oleh perempuan serta kelompok Generasi Z dan milenial. Temuan ini menunjukkan bahwa WJNC berhasil mengemas budaya tradisional dalam format yang modern, kreatif, dan sesuai dengan karakteristik wisatawan muda yang menyukai pengalaman visual, interaktif, dan berbasis digital. Dari sisi geografis, dominasi wisatawan luar DIY namun masih dalam wilayah Pulau Jawa memperlihatkan bahwa WJNC memiliki daya tarik regional yang cukup kuat sebagai event budaya unggulan Yogyakarta.

Dari aspek ekonomi, penyelenggaraan WJNC terbukti memberikan dampak positif terhadap pelaku UMKM dan sektor transportasi lokal. Festival mampu meningkatkan omzet usaha kuliner, cinderamata, serta jasa transportasi tradisional seperti andong dan becak motor secara signifikan selama acara berlangsung. Kondisi ini menunjukkan bahwa festival budaya mampu menciptakan temporary economic boom dan meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat lokal. Namun demikian, manfaat ekonomi tersebut masih terkonsentrasi pada kawasan inti festival sehingga distribusi dampak ekonomi belum merata ke wilayah lain di sekitar Kota Yogyakarta.

Selain dampak ekonomi positif, penelitian juga menemukan adanya eksternalitas negatif berupa kemacetan lalu lintas, kepadatan mobilitas, dan gangguan aktivitas perkotaan selama penyelenggaraan acara. Penutupan ruas jalan utama menyebabkan peningkatan kongesti di sekitar kawasan festival sehingga diperlukan pengelolaan mobilitas yang lebih adaptif dan terintegrasi agar tidak menurunkan kenyamanan masyarakat maupun wisatawan.

Hasil evaluasi komponen destinasi wisata menggunakan pendekatan 4A menunjukkan bahwa **dimensi attraction menjadi kekuatan utama WJNC dengan tingkat kepuasan wisatawan yang sangat tinggi**. Kreativitas parade budaya, visualisasi tokoh pewayangan, tata cahaya, dan konsep pertunjukan malam dinilai mampu menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berkesan. Namun demikian, aspek amenities masih menjadi kelemahan utama, terutama terkait keterbatasan fasilitas sanitasi dan pengelolaan kebersihan selama festival berlangsung. Oleh karena itu, peningkatan fasilitas pendukung dan pengelolaan aksesibilitas menjadi faktor penting untuk mendukung keberlanjutan dan kualitas penyelenggaraan festival di masa mendatang.

Secara keseluruhan, WJNC dapat diposisikan sebagai event budaya kreatif yang berhasil mengintegrasikan fungsi pelestarian budaya, promosi destinasi, dan penguatan ekonomi lokal. Festival ini memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan sebagai ikon wisata budaya Yogyakarta berbasis kreativitas dan pengalaman wisata modern.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa rekomendasi manajerial yang dapat dilakukan oleh penyelenggara dan pemerintah daerah untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan Wayang Jogja Night Carnival (WJNC) di masa mendatang.

Penguatan Strategi Promosi Digital dan Segmentasi Pasar

Mengingat dominasi wisatawan berasal dari Generasi Z dan milenial, penyelenggara perlu memperkuat strategi pemasaran digital melalui media sosial, konten visual kreatif, influencer, dan platform video pendek. Promosi dapat diarahkan pada konsep experiential tourism dan budaya kreatif agar lebih sesuai dengan karakteristik wisatawan muda. Selain itu, segmentasi pasar berdasarkan gender, usia, dan asal wilayah perlu dimanfaatkan untuk menyusun strategi komunikasi promosi yang lebih efektif dan terarah.

Pengembangan Pasar Nasional dan Internasional

Jumlah wisatawan internasional masih rendah sehingga diperlukan upaya promosi yang lebih luas melalui kerja sama dengan agen perjalanan, maskapai penerbangan, komunitas budaya internasional, dan kalender event nasional maupun global. Integrasi WJNC dalam paket wisata budaya Yogyakarta juga dapat meningkatkan daya tarik festival bagi wisatawan mancanegara.

Peningkatan Kualitas Amenitas dan Fasilitas Publik

Penyelenggara perlu meningkatkan jumlah dan kualitas fasilitas pendukung seperti toilet portabel, tempat sampah sementara, area istirahat, pusat informasi wisata, dan layanan kesehatan darurat. Pengelolaan kebersihan berbasis zonasi serta penempatan petugas kebersihan tambahan selama acara berlangsung penting dilakukan untuk menjaga kenyamanan wisatawan dan kebersihan lingkungan festival.

Optimalisasi Manajemen Mobilitas dan Transportasi

Untuk mengurangi kemacetan dan konflik ruang selama festival berlangsung, pemerintah daerah dan penyelenggara perlu menerapkan sistem rekayasa lalu lintas yang lebih adaptif. Penyediaan kantong parkir terpadu, shuttle bus, jalur pedestrian sementara, serta sistem informasi lalu lintas berbasis digital dapat membantu mengurangi kepadatan kendaraan di pusat kota. Selain itu, promosi penggunaan transportasi umum dan transportasi ramah lingkungan perlu ditingkatkan.

Pemerataan Dampak Ekonomi Festival

Agar manfaat ekonomi tidak hanya terkonsentrasi di kawasan inti festival, penyelenggara dapat memperluas area aktivitas ekonomi melalui pengembangan zona UMKM tambahan di beberapa titik strategis kota. Pelibatan komunitas lokal dan pelaku usaha kecil dari wilayah pinggiran juga perlu diperkuat agar dampak ekonomi festival lebih inklusif dan merata.

Penguatan Kolaborasi dan Tata Kelola Event

Penyelenggaraan WJNC memerlukan koordinasi yang kuat antara pemerintah daerah, komunitas seni, pelaku pariwisata, aparat keamanan, akademisi, dan masyarakat lokal. Oleh karena itu, diperlukan sistem tata kelola event yang lebih terintegrasi melalui pembentukan forum koordinasi lintas sektor untuk

meningkatkan efektivitas pengelolaan festival, mitigasi risiko, dan keberlanjutan event budaya.

Pengembangan Konsep Festival Berkelanjutan

Penyelenggara perlu mengadopsi prinsip sustainable event management melalui pengurangan sampah plastik, penggunaan material ramah lingkungan, pengelolaan limbah festival, serta edukasi wisatawan mengenai pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian budaya lokal. Konsep festival berkelanjutan akan memperkuat citra WJNC sebagai event budaya modern yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat lokal

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta atas dukungan institusional, fasilitasi penelitian, serta dorongan akademik yang diberikan selama proses penelitian hingga penyusunan artikel ini. Dukungan tersebut sangat membantu dalam kelancaran pelaksanaan penelitian dan pengembangan kajian ilmiah ini.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta atas kerja sama, dukungan data, serta bantuan selama proses pengumpulan informasi terkait penyelenggaraan Wayang Jogja Night Carnival (WJNC). Kontribusi tersebut memberikan manfaat yang besar dalam memperkuat hasil dan pembahasan penelitian ini.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh responden, pelaku UMKM, masyarakat lokal, serta seluruh pihak yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan penelitian ini. Dukungan dan partisipasi tersebut menjadi bagian penting dalam keberhasilan penelitian ini.

REFERENSI

- Akbar, S., Sibarani, R., & C. (2023). Analysis of the effect of attraction, accessibility (4ASC) components on visitor satisfaction in tourism destinations Samosir District. *Journal of Social Interactions and Humanities*. <https://doi.org/10.55927/jsih.v2i2.5087>
- Attanasi, G., Peruzzi, V., Ciccarone, G., De Fabrizio, A., & Llerena, P. (2025). The economic impact of cultural tourism: Exploring tourist spending and motivation. *Tourism Economics*, 31(2), 145–162. <https://doi.org/10.1177/13548166251369077>
- Cabras, I., Lorusso, M., & Waehning, N. (2020). Measuring the economic contribution of beer festivals on local economies: The case of York, United Kingdom. *International Journal of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1002/jtr.2369>

- Čekrlija, S., & Milić, Z. (2024). The significance of tourist consumption from the perspective of organizing music festivals. *SCIENCE International Journal*. <https://doi.org/10.35120/sciencej0301133c>
- Ćulić, M., Vujičić, M., Kalinić, Č., Dunjić, M., Stankov, U., Kovačić, S., Vasiljević, Đ., & Anđelković, Ž. (2021). Rookie tourism destinations—The effects of attractiveness factors on destination image and revisit intention with the satisfaction mediation effect. *Sustainability*, 13(11), 5780. <https://doi.org/10.3390/su13115780>
- Dimaano, C., David, K., & Ursolino, M. (2025). Unveiling economic impacts: The role of the Niyogyugan Festival in enhancing local economies. *Journal of Hospitality, Tourism & Cultural Research*. <https://doi.org/10.53378/jhtcr.353256>
- Duxbury, N., Bakas, F., De Castro, T., & Silva, S. (2020). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability*, 13(1), Article 0002. <https://doi.org/10.3390/su13010002>
- Dzulkifli, M. (2020). The measurements of tourist satisfaction levels on attractions, accessibility, and amenities in Pulesari Tourism Village, Sleman Regency. *Journal of Tourism and Economic*, 3(1), 48–58. <https://doi.org/10.22146/jpt.51330>
- Garrido, C., Giovannini, A., Mangone, A., & Silvestri, F. (2023). Managing urban mobility during big events through living lab approach. *Sustainability*, 15(19), 14566. <https://doi.org/10.3390/su151914566>
- Giaccone, S., & Galvagno, M. (2021). Small-scale cultural festivals in Southern Europe: A motivation-based segmentation study. *European Journal of Tourism Research*, 29, Article 2913. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v29i.2413>
- Ilieva, L., Bozhinova, M., Todorova, L., Marinov, M., Ismailov, T., & Spasova, S. (2024). Festivals: An opportunity for sustainable development of tourism regions. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(11), Article 069. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n11-069>
- Ismail, T., & Rohman, F. (2019). The role of attraction, accessibility, amenities, and ancillary on visitor satisfaction and visitor attitudinal loyalty of Gili Ketapang Beach. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 12(2), 149–165. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v12i2.14423>
- Kang, S., Hill, R., & Thilmany, D. (2024). Assessing economic impacts of Mile High 420 Festival in Colorado. *Tourism and Hospitality*, 5(3), 032. <https://doi.org/10.3390/tourhosp5030032>
- Kişi, N. (2019). A strategic approach to sustainable tourism development using the A'WOT hybrid method: A case study of Zonguldak, Turkey. *Sustainability*, 11(4), Article 0964. <https://doi.org/10.3390/su11040964>
- Marques, J., Gomes, S., Ferreira, M., Rebuá, M., & Marques, H. (2025). Generation Z and travel motivations: The impact of age, gender, and residence. *Tourism and Hospitality*, 6(2), 82. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6020082>

- Milohnić, I., Licul, I., & Predović, I. (2019). The importance of understanding the connection between the characteristics and motivation of visitors. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 7(1), 61–74. <https://doi.org/10.31784/zvr.7.1.6>
- Mokabe, M. (2024). Quantifying the socio-economic benefits of music festivals: The case study of Phalaphala FM Royal Heritage festival. *Interdisciplinary Journal of Sociality Studies*, 4(1), 220–235. <https://doi.org/10.38140/ijss-2024.vol4.22>
- Monaco, S. (2018). Tourism and the new generations: Emerging trends and social implications in Italy. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 7–15. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0053>
- Muchlis, N., Rahayu, M., Renold, R., & Ridwan, M. (2024). Spotlight on festival travellers: Profiles, motivations, and experiences of Dieng Culture Festival travellers, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 16(1), 1352–1365. <https://doi.org/10.30630/jipb.v16i1.1352>
- Nyandoro, M. (2024). Influence of cultural festivals on local economic development in Zimbabwe. *International Journal of Sociology*. <https://doi.org/10.47604/ijs.2833>
- Poczta, J., Dąbrowska, A., Kazimierczak, M., Gravelle, F., & Malchrowicz-Moško, E. (2020). Overtourism and medium scale sporting events organisations—The perception of negative externalities by host residents. *Sustainability*, 12(7), 2827. <https://doi.org/10.3390/su12072827>
- Robinson, V., & Schänzel, H. (2019). A tourism inflex: Generation Z travel experiences. *Journal of Tourism Futures*, 5(2), 127–141. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2019-0014>
- Wilson, J., Arshed, N., Shaw, E., & Pret, T. (2017). Expanding the domain of festival research: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 19(2), 195–213. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12093>
- Zang, J., Jiao, P., Liu, S., Zhang, X., Song, G., & Yu, L. (2023). Identifying traffic congestion patterns of urban road network based on traffic performance index. *Sustainability*, 15(2), 948. <https://doi.org/10.3390/su15020948>

BIOGRAFI PENULIS

Mona Erythrea Nur Islami merupakan akademisi dan peneliti di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta dengan minat penelitian pada bidang antropologi pariwisata dan pengembangan destinasi wisata. Aktif berkontribusi dalam penelitian dan publikasi ilmiah yang berkaitan dengan pengembangan industri pariwisata.

Fian Damasdino adalah dosen dan peneliti di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang memiliki fokus kajian pada manajemen pariwisata, pemasaran destinasi, dan pengembangan wisata berkelanjutan. Aktif melakukan penelitian akademik serta pengabdian masyarakat dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata dan hospitality di Indonesia.

Nikasius Jonet Sinangjoyo merupakan akademisi di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta dengan minat kajian pada kepariwisataan, pengembangan sumber daya manusia pariwisata, dan manajemen pelayanan wisata. Aktif terlibat dalam kegiatan penelitian dan pengembangan akademik yang mendukung peningkatan kualitas industri pariwisata dan perhotelan.

Amelia Lintang Mahiswara adalah akademisi di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang memiliki ketertarikan pada bidang manajemen keuangan pariwisata dan pengembangan destinasi wisata.

Hary Hermawan merupakan dosen dan peneliti di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta dengan fokus penelitian pada pengembangan manajemen pariwisata berkelanjutan, geotourism, dan pemberdayaan masyarakat wisata. Aktif menghasilkan berbagai publikasi ilmiah serta kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat di bidang pariwisata. Email: haryhermawan8@gmail.com. ID Scopus [57211473825](https://orcid.org/0009-0001-5721-1473)