

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA *GEOPARK*
NATUNA BERBASIS KEARIFAN LOKAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



DERI ADESTI

NPM : 219110258
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2025**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

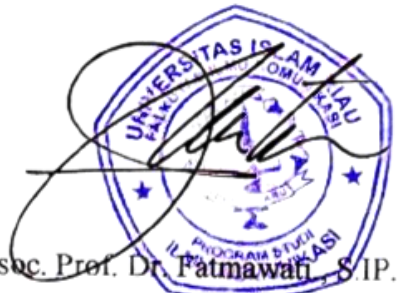
Nama : Deri Adesti
NPM : 219110258
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna
Berbasis Kearifan Lokal

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub bab dalam Skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian skripsi.

Pekanbaru, 14 Juli 2025

Menyetujui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Assoc. Prof. Dr. Fatmawati, S.IP., MM

Pembimbing


Assoc. Prof. Dr. Fatmawati., S.IP., MM

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

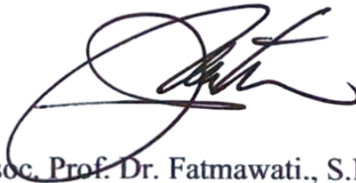
LEMBAR
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Deri Adesti
NPM : 219110258
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Ujian Skripsi : Rabu / 09 Juli 2025
Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna
Berbasis Kearifan Lokal

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 14 Juli 2025

Tim Penguji Skripsi
Ketua Penguji



Assoc. Prof. Dr. Fatmawati., S.IP., MM.

Penguji



Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom

Penguji



Budi Hermanto, S.Sos., M.H

Mengetahui

Wakil Dekan I Bidang Akademik



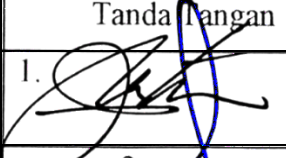
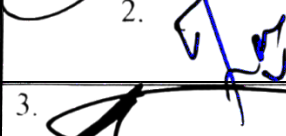
Citra Aslinda, M.I.Kom

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan (SK) Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 1651/A-UIR/3-FIKOM/2025 tanggal **4 Juli 2025**, maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini **Rabu** tanggal **9 Juli 2025 Jam: 11.00-12.00 WIB** bertempat diruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa/i atas nama :

Nama : **Deri Adesti**
NPM : 219110258
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan Lokal
Nilai Ujian : Angka : **“85”** ; Huruf : **“A”**
Keputusan Hasil Ujian : Lulus
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Assoc. Prof. Dr. Fatmawati, S.IP., MM	Ketua	1. 
2.	Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom	Penguji	2. 
3.	Budi Hermanto, S.Sos., MH	Penguji	3. 

Pekanbaru, 9 Juli 2025

Dekan



Assoc. Prof. Dr. Muhd. AR/Imam Riauan, M.I.Kom
NPK. 150802514

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA *GEOPARK* NATUNA BERBASIS KEARIFAN LOKAL

Yang Diajukan Oleh

DERI ADESTI

NPM : 219110258

Pada Tanggal:

14 Juli 2025

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Assoc. Prof. Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom

Tim Penguji Skripsi,

Ketua : Assoc. Prof. Dr. Fatmawati., S.IP., MM

Anggota : Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom

Anggota : Budi Hermanto, S.Sos., M.H

Tanda Tangan



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Deri Adesti
Tempat/Tanggal Lahir : Kelarik/ 02 Mei 2002
NPM : 219110258
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Alamat/No Telp : Jl. Air Dingin/ 0853-3496-4553
Judul Usulan Penelitian : Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark*
Natuna Berbasis Kearifan Lokal

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan Lokal adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain. Kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan Lokal di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-4), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan Ujian Komprehensif dan atau sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 14 Juli 2025

Yang Menyatakan


Deri Adesti

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga diberikan kemudahan dalam proses penyusunan tugas akhir ini dengan judul **“Strategi Komunikasi Pariwisata Geopark Natuna Berbasis Kearifan Lokal”**. Dengan segenap rasa cinta dan kasih, karya ini penulis persembahkan sebagai ucapan terima kasih, kepada :

1. Teristimewa kepada Ayahnda Muhammad Nazir, cinta pertama penulis yang telah berusaha keras dalam memenuhi kehidupan penulis serta memastikan penulis bisa menyelesaikan pendidikan dan meraih satu persatu impian penulis. Terima kasih sudah mengizinkan putri bungsu ini menelusuri jalan sesuai keinginannya, terima kasih telah menjadi sosok ayah terbaik dalam hidup penulis yang tidak pernah menuntut diluar kendali anaknya dan selalu menjadi orang pertama yang mengapresiasi pencapaian penulis.
2. Tak kalah istimewa yakni ibunda Zanariah sebagai panutan penulis dan sosok yang berperan penting selama penulis menuntut ilmu di rantauan. Terima kasih untuk setiap makna memahami, mempercayai, memberikan dukungan dan doa serta kasih sayang yang tidak pernah kurang sedikitpun sampai saat ini. Untuk setiap ungkapan dan tunjuk ajar terbaik yang mengiringi langkah hidup hidup penulis.
3. Kedua saudara kandung penulis dan keluarga besar Hamid dan Adam atas bantuan dan dukungan selama perkuliahan.

4. Kepada sahabat baik penulis yang telah mengiringi langkah penulis, teruntuk Riris Karlina Fitri, Siti Agustina, Lisa Selvira, Saridin, Weni Adeska.
5. Teman-teman baik penulis dalam perkuliahan yang telah kebersamai, kepada Socha Syaivanti, Ghina Fadhillah Fitri, Nurdilla, Fatima Al zahara, Desi Rahmadani, Aulia Salsabila, Judianto.
6. Teruntuk orang-orang baik yang penulis temui selama ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih untuk semuanya.
7. Terakhir untuk diri saya sendiri, Deri Adesti. Terima kasih sudah bertahan dan menyelesaikan satu mimpi ini dengan penuh tanggung jawab. Terima kasih sudah berani melewati hidup dan tumbuh di dunia rantau selama hampir empat tahun ini dengan segala suka duka untuk meraih gelar sarjana. Terima kasih sudah tumbuh menjadi pribadi yang mampu mengendalikan diri sejauh ini, tetaplah tumbuh dan berkembang untuk melewati dan menikmati pencapaian lainnya.

MOTTO

“If you never bleed, you never gonna grow”

-Taylor Swift-

“Belajarlah untuk mempercayai bahwa tidak ada satupun peristiwa dalam hidup kita kecuali semua itu kehendak Allah dan seindah apapun merencanakan masa depan tetap sisakan ruang ikhlas bahwa semua yang terjadi memang diluar kehendak kita”

-Ust Hanan Attaki-

“Jangan terpatah terluka karena manusia, jangan hancur dan lebur karena manusia, pilih dan pulih bersama Allah, sembah dan sembuh dijalan Allah. Manusia bisa menyakitimu, tapi percayalah ada Allah yang tak akan pernah menyakitimu”

-Ust. Hilman Fauzi-

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirraahiim

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, ridho dan kemudahan yang diberikan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan penyusunan proposal usulan penelitian yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan Lokal”**. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai teladan bagi umat-Nya.

Dalam proses penulisan ini, penulis menyadari akan kekurangan dan keterbatasan namun penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan doa terbaik kepada :

1. Assoc. Prof. Dr. Muhd Ar. Imam Riauan, S.Sos., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Assoc. Prof. Dr. Fatmawati., S.IP., MM selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau dan juga sebagai Dosen Pembimbing penulis yang telah meluangkan waktunya untuk mengarahkan dan membimbing selama penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau atas segala ilmu bermanfaat yang penulis dapatkan selama masa perkuliahan.
4. Tenaga administrasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah membantu kemudahan administrasi selama menempuh pendidikan.

5. Teristimewa untuk kedua orang tua penulis, Bapak Muhammad Nazir dan Ibu Zanariah atas segala kasih sayang, kesempatan, usaha dan dukungan demi gelar penulis dan tentunya doa terbaik yang selalu mengiringi dan memudahkan langkah hidup ini serta hiduplah lebih lama agar senantiasa ada disetiap pencapaian perjalanan hidup penulis. Tidak lupa pula dengan kedua saudara penulis, Stypen Malik dan Afrizal, S.E serta keluarga penulis atas segala dukungan yang diberikan selama ini.
6. Serta teman-teman baik penulis dan teman seperjuangan untuk semua cerita baik dan dukungan selama perkuliahan.

Demikian yang bisa penulis sampaikan dan semoga Allah membalas semua kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat dan membantu menambah ilmu pengetahuan dan turut menerima secara baik terkait saran perbaikan guna memberikan karya ilmiah yang berguna bagi para pembacanya.

Pekanbaru, 14 Juli 2025

Penulis

Deri Adesti

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
Abstrak.....	xvii
<i>Abstract</i>	xviii
الملخص.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	9
C. Fokus Penelitian	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan dan Manfaat.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Kajian Literatur	11
1. Komunikasi	11
2. Strategi Komunikasi.....	12
3. Pariwisata	14
4. Komunikasi Pariwisata	17
5. Objek Pariwisata	19
6. <i>Geopark</i>	21
7. Kearifan Lokal	23

B. Definisi Operasional	25
C. Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Pendekatan Penelitian	29
B. Subjek dan Objek Penelitian	30
1. Subjek Penelitian	30
2. Objek Penelitian.....	31
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
1. Lokasi Penelitian.....	31
2. Waktu Penelitian.....	32
D. Sumber Data	33
1. Data Primer	33
2. Data Sekunder.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data	33
1. Observasi.....	33
2. Wawancara.....	34
3. Dokumentasi	34
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	34
G. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
B. Hasil Penelitian	49
C. Pembahasan Penelitian.....	99
BAB V PENUTUP.....	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Jadwal dan Kegiatan Penelitian	32
Tabel 4. 1 Objek Geowisata <i>Geopark</i> Natuna	53
Tabel 4. 2 Warisan Budaya Natuna	74
Tabel 4. 3 Capaian Rencana Strategis Dinas Pariwisata Tahun 2024.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Kunjungan Wisatawan Natuna.....	7
Gambar 2.1 Struktur Komite Nasional <i>Geopark</i> Indonesia (KNGI)	23
Gambar 4.1 Peta Wilayah Kabupaten Natuna.....	39
Gambar 4.2 Struktur Pengurus BPGN Natuna.....	43
Gambar 4.3 Wisatawan Biodiversitas Dalam Kegiatan Mantau Kekah	54
Gambar 4.4 <i>Geosite</i> Pulau Senua.....	61
Gambar 4.5 <i>Geosite</i> Gunung Ranai	62
Gambar 4.6 <i>Geosite</i> Pulau Setanau.....	63
Gambar 4.7 <i>Geosite</i> Pulau Akar.....	64
Gambar 4.8 <i>Geosite</i> Batu Kasah	65
Gambar 4.9 <i>Geosite</i> Goa Kamak	65
Gambar 4.10 <i>Geosite</i> Tanjung Datuk.....	66
Gambar 4.11 <i>Geosite</i> Tanjung Senubing	67
Gambar 4.12 Logo <i>Geopark</i> Natuna.....	68
Gambar 4.13 Poster Promosi Wisata	71
Gambar 4. 14 Infografis <i>Geopark</i> Natuna.....	72
Gambar 4.15 Warisan Budaya Benda Natuna.....	74
Gambar 4.16 Kesenian Tradisional Natuna	75
Gambar 4.17 Adat Istiadat Tepung Tawar	75
Gambar 4.18 Tradisi Makan <i>Bedulang</i>	76
Gambar 4.19 Permainan Rakyat <i>Alu</i>	76
Gambar 4.20 Olahraga Tradisional Silat.....	79
Gambar 4.21 Makanan Tradisional Natuna	78

Gambar 4.22 Museum Natuna	78
Gambar 4.23 Bahasa Daerah Sebagai Identitas Budaya	79
Gambar 4.24 Teknologi Tradisional atau Geoproduk.....	79
Gambar 4.25 Cerita Rakyat Natuna	80
Gambar 4.26 Slogan Promosi Menggunakan Bahasa Daerah	86
Gambar 4.27 Program <i>Geoducation Geopark to School</i>	90
Gambar 4.28 <i>Geopark Gi</i> Kampus STAI Natuna	92
Gambar 4.29 Media Sosial Instagram @geoparknatuna.....	97
Gambar 4.30 Website <i>Geopark</i> Natuna	98

STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA *GEOPARK* NATUNA BERBASIS KEARIFAN LOKAL

Abstrak

Deri Adesti

219110258

Pariwisata berperan penting sebagai sektor penunjang dan mengembangkan suatu daerah. Natuna ditetapkan sebagai koridor pembangunan pariwisata daerah dan termasuk wilayah yang memiliki situs *geological heritage* dengan ditetapkan sebagai *Geopark* Nasional. *Geopark* Natuna ditetapkan pada tahun 2018 dengan tiga pilar utama yaitu *geodiversity*, *biodiversity* dan *cultural diversity*. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan Lokal. Konsep yang digunakan adalah konsep strategi komunikasi Anwar Arifin. Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Natuna tepatnya di BPGN Natuna dan Dinas Pariwisata Natuna. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan identifikasi khalayak primer dan sekunder, pengelolaan pesan yang merepresentasikan kearifan lokal *Geopark* Natuna, menggunakan metode komunikasi interaktif, edukatif dan persuasif kemudian media komunikasi melalui media cetak, elektronik, media sosial dan media online.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Pariwisata, *Geopark* Natuna, Kearifan Lokal

TOURISM COMMUNICATION STRATEGY OF NATUNA GEOPARK BASED ON LOCAL WISDOM

Abstract

Deri Adesti

219110258

Tourism plays an important role as a supporting sector and in developing a region. Natuna has been designated as a regional tourism development corridor and is part of an area that possesses geological heritage sites, officially recognized as a National Geopark. Natuna Geopark was established in 2018 with three main pillars: geodiversity, biodiversity, and cultural diversity. The purpose of this study is to find out how the tourism communication strategy of the Natuna Geopark is based on local wisdom. The concept used is Anwar Arifin's communication strategy concept. The research was conducted in Natuna Regency, specifically at BPGN Natuna and the Natuna Tourism Office. This study uses a qualitative research method with a descriptive approach through data collection via observation, interviews, and documentation. The results of the study show the identification of primary and secondary audiences, message management that represents the local wisdom of the Natuna Geopark, the use of interactive, educational, and persuasive communication methods, and the use of communication media including print, electronic, social media, and online media.

Key Word: *Communication Strategy, Tourism, Natuna Geopark, Local Wisdom*

استراتيجية الاتصال السياحي لجيوبارك ناتونا القائمة على الحكمة المحلية

الملخص

Deri Adesti

219110258

،السياحة تلعب دورًا هامًا كقطاع داعم لتنمية منطقة معينة. تم تصنيف ناتونا كمرر لتنمية السياحة الإقليمية وتُعد من المناطق التي تحتوي على مواقع تراث جيولوجي، حيث تم إعلانها كحديقة جيولوجية وطنية. تم اعتماد الحديقة الجيولوجية ناتونا في عام 2018 بثلاثة ركائز رئيسية وهي: التنوع الجيولوجي، التنوع البيولوجي، والتنوع الثقافي. تكمن إشكالية هذا البحث في: ما هي استراتيجية الاتصال السياحي لحديقة ناتونا الجيولوجية المستندة إلى الحكمة المحلية؟ وقد تم استخدام مفهوم استراتيجية الاتصال لأنور عارفين. أُجري وهيئة السياحة في BPGN هذا البحث في مقاطعة ناتونا، وتحديدًا في إدارة حديقة ناتونا الجيولوجية الوطنية، ناتونا. استخدمت هذه الدراسة المنهج النوعي بالاقتراب الوصفي من خلال جمع البيانات عن طريق الملاحظة والمقابلات، والتوثيق. وتشير نتائج هذا البحث إلى تحديد الجمهور الأساسي والثانوي، وإدارة الرسائل التي تمثل الحكمة المحلية في حديقة ناتونا الجيولوجية، واستخدام أساليب الاتصال التفاعلي، والتعليمي، والإقناعي، بالإضافة إلى وسائل الاتصال من خلال الوسائط المطبوعة، والإلكترونية، ووسائل التواصل الاجتماعي والوسائط الرقمي

الكلمات المفتاحية: استراتيجية الاتصال، السياحة، جيوبارك ناتونا، الحكمة المحلي

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Indonesia merupakan satu negara kepulauan terluas ke 15 di dunia, mempunyai 17.508 pulau yang ditempati lebih berasal 360 suku, bangsa dan budaya. Kekayaan dan keanekaragaman dimiliki oleh Indonesia bisa menjadikannya menjadi potensi pada perkembangan pariwisata terutama pada wilayah yang memiliki daya tarik dan karakteristik khasnya tersendiri berupa sumber daya alam serta sumber dan buatan yang dapat dijadikan objek daya tarik wisata baik keindahan alam, flora dan fauna, serta peninggalan sejarah dan budaya yang menjadi modal bagi pengembangan serta peningkatan kepariwisataan di Indonesia. Keberadaan pariwisata menjadisektor penunjang tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan. Pada tahun 2019 indeks daya saing pariwisata Indonesia naik dua posisi kategori *Travel and Tourism Competitive Index* (TTCI) yang di rilis *World Economic lembaga* (WEF) dimana sebelumnya diposisi ke 42 di tahun 2017 menjadi posisi ke 40 pada tahun 2019 dari 140 negara. Kenaikan ini terbilang relatif baik mengingat persaingan pariwisata dunia yang sangat ketat terutama di wilayah yang memiliki daya tarik dan ciri khasnya tersendiri berupa sumber daya alam dan sumber daya buatan. Sumber daya alam dan buatan dapat dijadikan objek dan daya tarik wisata berupa keadaan alam, flora, fauna, hasil karya manusia, serta peninggalan sejarah dan budaya (Chaerunissa, 2020). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif atau Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020-2024

terdapat kebijakan pengembangan destinasi pariwisata dan produk ekonomi kreatif yang bernilai tambah berdaya saing, dimana salah satu strateginya adalah meningkatkan kesiapan destinasi pariwisata berdasarkan prioritas secara komprehensif, terintegrasi dan berkelanjutan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

Transformasi digital menghasilkan teknologi memegang peranan krusial dalam pertumbuhan ekonomi khususnya sektor pariwisata. Terjadinya perubahan signifikan perilaku wisatawan terlihat saat *search and share* 70% melalui digital terbukti bahwa teknologi dapat mempengaruhi dan membentuk cara seorang pada menghasilkan keputusan tujuan wisata, mulai perencanaan sampai kembali sehingga menunjukkan pentingnya pemerintah daerah dalam membuat pariwisatanya menggunakan terapan teknologi sebanyak 80% buat menaikkan kunjungan wisatawan.

Kepariwisata Indonesia telah diatur pada Undang-Undang nomor 10 Tahun 2009 dimana pariwisata diartikan berbagai macam kegiatan wisata serta didukung dengan fasilitas serta pelayanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah serta pengusaha. Pariwisata berperan sebagai sektor yang mampu menunjang kemajuan suatu wilayah terutama dengan adanya peraturan mengenai otonomi wilayah. Kebijakan ini turut diberlakukan karena warga lokal mempunyai modal dalam kemajuan daerahnya, salah satunya dengan kegiatan pariwisata. Pariwisata memiliki peran krusial pada menaikkan dan mengembangkan pertumbuhan suatu wilayah.

Pengembangan pariwisata dapat didefinisikan seperti suatu rangkaian langkah yang jika ditinjau akan berpengaruh penting di peningkatan kualitas hidup wisatawan serta menjadi suatu tahapan perjuangan guna membentuk kesatuan dinamika pada pemakaian sumber daya pariwisata, memadukan banyak sekali komponen di luar pariwisata yang berafiliasi baik pribadi ataupun tidak langsung dalam berlangsungnya pengembangan pariwisata.

Guna mendukung hal ini Provinsi Kepulauan Riau memutuskan Natuna menjadi Koridor Pembangunan Pariwisata daerah yaitu kawasan geografis yg berada pada suatu wilayah administratif dimana di dalamnya ada potensi ekowisata serta estetika bahari yang menjadi wisata unggulan pada Kabupaten Natuna. Pengembangan pariwisata dilakukan dengan penciptaan destinasi pariwisata unggulan dan mengembangkan promosi tematik eksklusif mirip ekowisata serta destinasi wisata bahari. dalam tema pariwisata unggulan nasional, destinasi unggulan Natuna dikatakan sebagai “*The Best undiscovered Beach Island*”. Kepulauan paling utara pada selat Karimata dimana sebelah utara Natuna berbatasan dengan Vietnam dan Kamboja, di selatan berbatasan menggunakan Sumatera Selatan dan Jambi, di bagian barat menggunakan Singapura, Malaysia, Riau dan di bagian timur menggunakan Malaysia Timur dan Kalimantan Barat. Kabupaten Natuna dibentuk berdasarkan Undang-Undang angka 53 Tahun 1999 dari yang akan terjadi pemekaran Kabupaten Kepulauan Riau yang terdiri dari 6 Kecamatan yaitu Kecamatan Bunguran Timur, Bunguran Barat, Jemaja, Siantan, Midai dan Serasan dan satu Kecamatan Pembantu Tebang Ladan. Secara nasional, posisi kepariwisataan

Kabupaten Natuna berada pada Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) dari 88 KSPN. Hal ini tercantum pada lampiran III Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 50 Tahun 2011 perihal rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2021-2025. Natuna juga ditetapkan menjadi tempat *Geopark* Nasional oleh Komite Nasional *Geopark* Indonesia (KNGI) pada Surat Keputusan Deputy sdm, IPTEK dan Budaya Maritim pada 29 November 2018 menjadi satu-satunya tempat *Geopark* di wilayah Provinsi Kepulauan Riau sampai Provinsi Riau serta menjadi salah satu bagian dari 19 kawasan *Geopark* di Indonesia. Sekarang sedang diperjuangkan meraih status UNESCO *Global Geopark*. Program UNESCO dibagi menjadi 5 sektor utama yaitu pendidikan, ilmu pengetahuan alam, ilmu sosial, budaya, komunikasi dan informasi. Salah satu kegiatan UNESCO ini ialah membentuk UNESCO dunia *Geoparks* (UGG).

UNESCO mendefinisikan *Geopark* sebagai wilayah lindung nasional dan memiliki berbagai situs *geological heritage* yang penting dengan keindahan dan kelangkaan tertentu serta dapat dikembangkan dengan konsep terpadu dari konservasi, pendidikan dan pengembangan ekonomi masyarakat setempat (Henriques & Brilha, 2017). Konsep dari UNESCO *Global Geoparks* (UGG) adalah wilayah geografis tunggal dan terpadu di mana situs dan lanskap penting geologis internasional dikelola dengan konsep holistik perlindungan, pendidikan, dan pembangunan berkelanjutan. *Geopark* Natuna merupakan kawasan *mega-tourism* yang memiliki berbagai warisan geologi, biologi, dan budaya. Keunikan geologi, yaitu batuan dari lempeng samudera bersifat

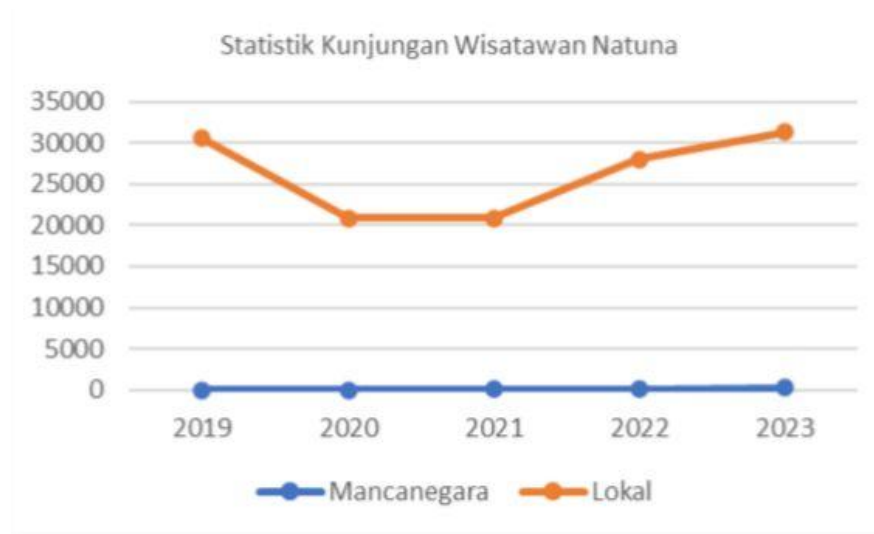
basaltis, batuan lempeng benua bersifat granitis, dan batuan sedimen serta meta sedimen. Hal ini dikarenakan batuan-batuan tersebut hanya terjadi dan ditemukan di kawasan Kepulauan Natuna. *UNESCO Global Geopark* menunjukkan adanya geological history dengan signifikansi internasional di Kepulauan Natuna. Tujuan dari terwujudnya *UNESCO Global Geopark* bagi *Geopark* Nasional Natuna adalah untuk melakukan eksplorasi, mengembangkan melakukan koneksi antara *geological history* dan semua aspek lainnya.

Geopark menjadi konsep wisata baru yang saat ini tengah dikembangkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif atau Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Geopark* adalah taman geologi atau taman bumi, dan merupakan sebuah konsep manajemen pengembangan suatu kawasan secara berkelanjutan yang berpilar pada aspek konservasi, edukasi, pemberdayaan masyarakat, dan penumbuhan nilai ekonomi lokal melalui geowisata. Dalam pengembangan destinasi pariwisata, *Geopark* Natuna adalah wilayah geografi tunggal atau gabungan yang didalamnya terdapat situs warisan geologi (*geosite*) dan bentangan alam yang bernilai ilmiah, arkeologi, ekologi, sejarah dan budaya (*geodiversity*), kemudian keanekaragaman hayati (*biodiversity*) yang mencakup kekayaan flora dan fauna khususnya yang dilindungi secara nasional hingga internasional dan keberagaman budaya (*cultural diversity*) terdiri atas budaya berupa benda dan tak benda, serta dikelola untuk keperluan konservasi, edukasi, dan pembangunan perekonomian masyarakat berkelanjutan. Berdasarkan hasil kegiatan inventarisasi keragaman geologi yang dilakukan

oleh Pusat Survey Geologi Badan Geologi Kementerian ESDM, Kepulauan Natuna tersusun setidaknya oleh 17 lokasi *geodiversity*. Standar dan sistem asesmen warisan geologi telah diidentifikasi meliputi 9 titik yang telah ditetapkan sebagai *Geopark* Nasional Natuna oleh Kementerian Pariwisata ialah *geosite* Pulau Senua, *geosite* Pulau Setanau, *geosite* Taman Batu Alif, *geosite* Pulau Akar, *geosite* Gunung Ranai, *geosite* Tanjung Senubing, *geosite* Tanjung Datuk, *geosite* Pantai dan Goa Batuk Kamak, dan *geosite* Batu Kasah.

Kabupaten Natuna saat ini sedang mempersiapkan diri untuk menjadikan *Geopark* Natuna sebagai *UNESCO Global Geopark*. Namun, dalam pengembangan pariwisata *Geopark* masih mengalami beberapa tantangan salah satunya yang dialami oleh Kabupaten Natuna adalah keterbatasan dan mahalnya akses transportasi sehingga kenaikan dari hasil kunjungan wisatawan berdasarkan data *time series* 5 tahun belakang (2018 – 2023) menunjukkan hasil peningkatan tidak begitu signifikan.

Gambar 1. 1 Statistik Kunjungan Wisatawan Natuna



Sumber : <https://dinaspariwisata.natunakab.go.id/>

Oleh karena itu diperlukan strategi dan pemetaan sebuah rencana agar bisa menjadi acuan yang jelas dan sesuai target pengembangan wisata di Kabupaten Natuna. Dalam mendukung pariwisata Natuna kedepannya, Bupati Natuna telah membentuk tim kerja yang terdiri dari berbagai OPD dalam sebuah organisasi khusus yaitu Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna untuk mensinergikan kerjasama antara pihak terkait agar mengupayakan status *Geopark* Nasional Kabupaten Natuna menjadi salah satu Kabupaten yang meraih predikat *UNESCO Global Geopark*.

Dalam program pembangunan perekonomian masyarakat secara berkelanjutan dan ekonomi kreatif terdapat beberapa hal yang harus dilakukan untuk mendukung segala aktivitas, salah satunya melalui penyediaan pesan dan informasi serta komunikasi kepada khalayak mengenai keberadaan *Geopark*. Pariwisata dengan komunikasi ibarat dua sisi mata uang yang kedua sisinya harus ada serta tak bisa dipisahkan karena komunikasi

menginformasikan tentang suatu objek wisata dengan segala potensinya, fasilitas dan hal yang mendukung aktivitas pariwisata tersebut. Dalam aktivitas pariwisata maka pesan-pesan yang dikirim tentunya terkait menggunakan taktik serta taktik dari pariwisata itu sendiri (Desandro, 2021).

Pentingnya komunikasi pariwisata karena merupakan aktivitas komunikasi yang berorientasi tentang pariwisata dan tidak hanya dilakukan oleh pengelola destinasi wisata saja namun melibatkan pihak yang berkepentingan terkait pembangunan dan pengembangan pariwisata di wilayah tersebut. Sehubungan dengan hal ini, peran komunikasi sangat penting dalam membantu pengembangan pariwisata *Geopark* Natuna. Komunikasi yang menjadi penghubung dari segala aspek termasuk pariwisata. Komunikasi pariwisata diperlukan sikap positif yang ditunjukkan insan pada hubungannya menggunakan alam tersebut dianggap sikap yang berlandaskan kearifan lokal masyarakat (*local wisdom*) yang sudah terdapat pada kehidupan rakyat secara turun temurun termasuk budaya serta norma istiadat. Sikap positif serta nilai-nilai kearifan lokal mampu terangkai dalam proses komunikasi yang baik melalui bingkai komunikasi pariwisata dengan berbagai model komunikasi, baik komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan organisasi, komunikasi massa, komunikasi persuasif, komunikasi pemasaran dan lainnya. Selain itu, penggunaan media juga menjadi suatu upaya dalam proses penyampaian pesan. Sejauh ini media massa dan media digital menjadi media utama dalam pendistribusian informasi termasuk dalam mempromosikan pariwisata.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui melalui penelitian ilmiah yang berjudul “**Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan Lokal**”.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Dari latar belakang penelitian yang dipaparkan, maka dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan pariwisata *Geopark* Nasional Natuna?
2. Bagaimana peran komunikasi pariwisata dalam pengembangan *Geopark* Natuna?
3. Bagaimana upaya Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna dan Dinas Pariwisata Natuna dalam mensinergikan pariwisata berbasis kearifan lokal di *Geopark* Natuna?

C. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian dalam tulisan ini adalah Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan Lokal.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu, “Bagaimana Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Berbasis Kearifan Lokal?”.

E. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan Lokal.

2. Manfaat

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dan menambah wawasan atau pengetahuan yang berhubungan dengan strategi komunikasi pariwisata, perkembangan *Geopark* Natuna dan nilai kearifan lokal yang dimiliki.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi Pemerintah Daerah, Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna, Dinas Pariwisata Natuna serta instansi lain yang terkait. Bisa menjadi tolak ukur maupun bahan referensi untuk mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi komunikasi dalam mendukung perkembangan pariwisata yang berbasis kearifan lokal guna mendukung dan menjadikan *Geopark* Natuna menuju UNESCO *Global Geopark*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Komunikasi merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia baik sebagai individu maupun sebagai makhluk hidup. Karena kita sebagai makhluk sosial akan berinteraksi dan menjadi sebuah tindakan dalam penyampaian informasi. Komunikasi yaitu proses penyampaian informasi berupa pesan, ide, gagasan dari komunikator kepada komunikan sehingga memberikan umpan balik melalui media atau alat berupa simbol-simbol yang digunakan. Dalam buku yang berjudul “Dinamika Komunikasi”, Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa komunikasi harus dilihat dari dua sudut pandang yaitu secara umum dan secara paradigmatis. Pengertian komunikasi secara umum itupun harus juga dilihat dari dua segi, yaitu pengertian komunikasi secara etimologis dan pengertian komunikasi secara terminologis. Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Latin yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Kata sama yang dimaksudkan adalah sama makna. Jadi dalam pengertian ini, komunikasi berlangsung manakala orang-orang yang terlibat di dalamnya memiliki kesamaan makna mengenai suatu hal yang tengah dikomunikasikannya itu. Dengan kata lain, jika orang-orang yang terlibat di dalamnya saling memahami apa yang dikomunikasikannya itu, maka hubungan antara mereka bersifat komunikatif (Nurhadi & Kurniawan, 2017).

Sedangkan menurut Deddy Mulyana menjelaskan kata komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin yaitu *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *conversation*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make commonplace*). Penjelasan dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses interaksi dimana komunikator dan komunikan melakukan pertukaran informasi, ide, gagasan, pendapat, perasaan, satu sama lain dengan adanya saling pengertian yang bertujuan untuk mengubah sikap, perilaku, pendapat yang diinginkan komunikator (Mulyana, 2018).

2. Strategi Komunikasi

Menurut Middleton dalam (Kusuma, 2021), strategi komunikasi merupakan kombinasi dari semua komponen komunikasi yaitu dari komunikator, pesan, komunikan, saluran atau media hingga efek yang dirancang agar dapat mencapai tujuan komunikasi secara optimal. Strategi komunikasi bukan hanya konten, bukan hanya daftar kegiatan tetapi cara penyampaian pesan atau informasi tersebut dapat dipahami dan diterima oleh khalayak itu yang terpenting. Anwar Arifin (1994) dalam (Syawal et al., 2023) menyatakan bahwa sesungguhnya suatu strategi komunikasi adalah perhitungan seluruh keputusan atau tindakan secara kondisional pada situasi yang akan dijalankan untuk mencapai efektivitas, kemudian terdapat empat langkah yang harus diimplementasikan saat melakukan penelitian dengan menyusun strategi komunikasi, diantaranya :

a. Mengenal khalayak tahapan

Bertujuan agar komunikator dapat mengenal komunikan baik dari segi pola pikir (*frame of reference*) dan lapangan pengalaman (*field of experience*).

b. Menentukan pesan

Hal utama yang dilakukan adalah tentang bagaimana cara komunikator meningkatkan perhatian, merubah persepsi, pengetahuan dan perilaku khalayak melalui sebuah ide, gagasan maupun simbol yang digunakan. Pesan dikelola kemudian disampaikan kepada komunikan sesuai dengan tujuan kegiatan dan berkaitan dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai..

c. Penetapan metode

Efektivitas proses komunikasi tidak hanya ditentukan oleh pesan dalam komunikasi, namun turut dipengaruhi melalui metode penyampaian yang diterapkan pada khalayak.

d. Seleksi dan penggunaan media

Komunikator akan memilih media digunakan dalam kegiatan komunikasi sebagai saluran dalam penyampaian pesan, ide, gagasan, simbol yang menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak.

Komunikasi efektif harus menggunakan strategi komunikasi dengan cara dan langkah yang benar sesuai tujuan agar isi pesan bermanfaat bagi penerima pesan. Salah satu langkah menyusun strategi komunikasi adalah melakukan analisis. Menurut Emilia Bassar seorang praktisi komunikasi,

ada tiga cara menganalisis yang biasa digunakan dalam strategi komunikasi yang pertama adalah PETS (politik, ekonomi, teknologi, dan sosial), lalu yang kedua ialah SWOT (kekuatan atau *strenght*, kelemahan atau *weakness*, kesempatan atau *opportunity*, dan ancaman atau *threats*). Sedangkan yg ketiga PESTEL analisis politik, ekonomi, sosial, teknologi, environment, dan legal (Kusuma, 2021).

Strategi komunikasi berorientasi dengan perencanaan komunikasi hingga pelaksanaan komunikasi. Seorang komunikator dituntut untuk memiliki kemampuan membuat sebuah target agar tujuan yang diinginkan bisa tercapai.

3. Pariwisata

Secara etimologi pariwisata asal berasal bahasa Sansekerta terdiri dari istilah kata “pari” berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar serta lengkap kemudian kata “wisata” berarti perjalanan atau perjalanan. Dapat diartikan pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari suatu tempat ke kawasan lain. Pariwisata merupakan suatu kegiatan perpindahan seorang dari tempat tinggal tinggalnya sebab sebab tertentu yang bersifat *ad interim* atau sementara dan tidak bisa membentuk uang. Maka dapat dikatakan bahwa seseorang berwisata untuk menerima kepuasan yang dapat berupa hiburan juga kesenangan tersendiri. menurut UU Nomor 9 Tahun 1990 di bab 1 pasal 1 dijelaskan bahwa kepariwisataan yakni segala sesuatu yang berafiliasi dengan penyelenggaraan pariwisata. Maksudnya ialah segala aktivitas yang berkaitan dengan perencanaan, pengaturan,

pelaksanaan, supervisi, baik yg dilakukan oleh pemerintah, pihak swasta dan rakyat. Komponen penunjang wisata adalah komponen yang harus dipenuhi dalam suatu objek wisata. Buhalis (TT) mengemukakan pendapat bahwa komponen pengembangan pariwisata terdiri asal 6A yaitu *activity, attraction, ancilliary, amenities, accessibilities, serta available Package* (Nugroho & Sugiarti, 2018).

a. *Attraction* (Atraksi)

Atraksi adalah segala sesuatu yang menarik wisatawan untuk berkunjung. Atraksi mampu didasarkan sang asal daya alam yang memiliki bentuk fisik alam dan keunikan daerah itu sendiri. Selain itu atraksi bisa berupa kegiatan budaya, *event*, sejarah, tradisi msyarakat, agama, rekreasi, atraksi hiburan, struktur bangunan serta arsitektur dan fitur spesifik yang kemudian membentuk daya tarik agar orang-orang singgah ke suatu destinasi wisata. Atraksi yang ada di destinasi wisata. Atraksi yang terdapat pada destinasi wisata berbeda-beda, setiap objek wisata memiliki atraksi khas yang belum tentu dimiliki oleh objek wisata lainnya.

b. *Amenities* (Fasilitas)

Berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan wisatawan di suatu tempat destinasi meliputi fasilitas pemenuhan seperti penyediaan makanan dan minuman (*food and beverage*), akomodasi (*hotel, resort*), fasilitas komunikasi (telepon, jaringan internet), fasilitas pelayanan

untuk transaksi keuangan (*ATM*, pembayaran digital, bank, penukaran uang), tempat perbelanjaan (*retailing*) dan lainnya.

c. *Ancilliary* (Pelayanan Tambahan)

Ancilliary adalah ragam pelayanan yang dipenuhi pemerintah dalam pemenuhan infrastruktur di daerah tujuan wisata. Pelayanan tambahan tersebut berupa organisasi pemerintah, asosiasi kepariwisataan, *tour guide*, operator dan lain-lain. Dalam hal ini organisasi bisa berupa kebijakan dan dukungan yang diberikan pemerintah atau organisasi agar terselenggaranya aktivitas wisata wisata.

d. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas adalah sarana dan prasarana dan kemudahan mencapai suatu tujuan, yang menyangkut kenyamanan, keamanan, serta saat tempuh penting diperhatikan karena semakin tinggi aksesibilitas semakin mudah buat dijangkau dan semakin tinggi taraf kenyamanan wisatawan yang berarti bahwa semakin baik tingkat aksesibilitas suatu objek wisata.

e. *Activity* (Aktivitas)

Merupakan segala bentuk kegiatan yang menarik perhatian wisatawan dan dapat dilakukan selama berada di objek wisata.

f. *Available Package* (paket yang tersedia)

Available package ialah komponen wisata berupa serangkaian paket-paket rekreasi atau wisata yang telah disediakan atau sebelumnya

telah diatur sang pihak-pihak mediator ataupun pihak destinasi wisatanya (Octaviany, 2016).

4. Komunikasi Pariwisata

Komunikasi menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan pariwisata. Komunikasi pariwisata pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan komunikasi secara umum dimana dalam konteks komunikasi pariwisata turut menekankan komunikator yang bertindak sebagai pengirim pesan namun komunikatornya adalah lembaga, perusahaan atau pihak yang berkaitan dengan pariwisata. Komunikasi pariwisata adalah suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan ke suatu daerah wisata akan dikunjungi wisatawan untuk menikmati objek wisata dan menyampaikan informasi terkait daerah yang akan dikunjungi untuk meningkatkan pemahaman dan daya tarik di kawasan wisata (Sitepu & Sabrin, 2020). Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama, antara lain :

a. Komunikasi pemasaran pariwisata

Bidang komunikasi pemasaran pariwisata (*tourism communication marketing*) atau disingkat TCM ini membahas secara keseluruhan konteks komunikasi pemasaran baik secara teoritis maupun praktis.

b. *Brand* destinasi

Merupakan kajian yang membahas mengenai *brand* destinasi menggunakan konteks destinasi itu sendiri dimana media dan pesan

menjadi konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan khusus.

c. Manajemen komunikasi pariwisata

Mengkaji tentang prinsip manajemen serta menganalisis penerapannya agar dapat menata kualitas dalam bidang komunikasi pariwisata, manajemen destinasi, manajemen sumber daya manusia serta kelembagaan dalam pariwisata.

d. Komunikasi transportasi pariwisata

Penting sekali dilakuan agar menjadi informasi bagi masyarakat yang mau mengunjungi wisata tentang transportasi apa saja yang bisa digunakan.

e. Komunikasi visual pariwisata

Merupakan bidang yang berkaitan dengan desain grafis dimana mengarah dalam bidang komunikasi *enterpreneurship*, kreatif, seni dan kebebasan berkreasi yang berkesan dan menjadi *brand* pariwisata.

f. Komunikasi kelompok pariwisata

Berkaitan dengan individu yang terlibat dalam pelaku pariwisata baik sebaga pemilik destinasi wisata, kelompok sadar wisata, pemandu wisata dan lainnya.

g. Komunikasi *online* pariwisata

Media *online* merupakan media yang paling ampuh dalam penyebaran informasi. Terdapat 5 kemampuan media *online* seperti kemampuan menyimpan (*upload*) informasi, mengolah informasi,

mengunduh informasi (*download*), menyebarkan informasi dan mengkonstruksi citra informasi.

h. *Public relations* dan *Meetings Incentives Conventions and Exhibition* (MICE)

Bidang ini merupakan bidang yang paling menarik dalam komunikasi pariwisata, sehingga *Public Relations* dan *Meetings Incentives Conventions and Exhibition* (MICE) ini bisa dikatakan sebagai pendorong utama pengembangan pariwisata karena mendistribusikan informasi dan komunikasi baik dari perencanaan sampai merumuskan dan menjalankannya. Dalam kajian ilmu komunikasi *public relation* sangat diperlukan sebagai pengatur acara MICE, duduk perkara *funding explore, sponsorship*, pemasaran MICE, akomodasi MICE, sampai pada pelaksanaan (Implementasi MICE), evaluasi serta perencanaan *event* MICE sehingga sebagai kajian paling panjang di dalam komunikasi pariwisata.

i. Riset komunikasi pariwisata

Bidang yang mengkaji terkait pengembangan komunikasi pariwisata

5. Objek Pariwisata

Objek wisata adalah tempat, lokasi dan segala sesuatu yang berkaitan dengan tujuan wisata sehingga menjadi daya tarik untuk dikunjungi. Dalam konteks kepariwisataan, objek wisata menjadi salah satu unsur terpenting dalam pengembangan suatu daerah. Suatu daerah atau tempat

bisa dikatakan sebagai objek wisata jika memiliki sesuatu yang menarik perhatian dan menimbulkan rasa senang dan nyaman, kemudian adanya ciri khas yang diberikan dan bisa dijadikan buah tangan dari daerah tersebut, yang terakhir ialah adanya kegiatan dan aktivitas yang bisa dilakukan. Pemerintah menjadi salah satu faktor penting dalam menunjang sarana prasarana demi keberhasilan objek wisata dan memiliki peran terhadap kebijakan yang diberlakukan demi kemajuan daerahnya salah satunya dengan kegiatan pariwisata. Pariwisata di Indonesia merupakan produsen devisa negara nomor tiga sesudah minyak dan tekstil. Hal ini menandakan bahwa industri jasa bidang pariwisata mempunyai potensi cukup besar yang menjadi peluang dalam peningkatan pendapatan perekonomian bagi negara pada masa mendatang. Terdapat beberapa jenis wisata yang bisa dijadikan sumber devisa negara (Rahma, 2020), diantaranya :

a. Wisata Budaya

Indonesia terdiri dari 1.340 suku bangsa dan memiliki keberagaman budaya dari Sabang sampai Merauke seperti adat istiadat, tarian, makanan, alat musik, dan keunikan lainnya. Berwisata budaya bertujuan untuk mengenali dan mendapatkan pemahaman terkait budaya di daerah yang kita kunjungi.

b. Wisata Sejarah

Wisata yang dilakukan untuk mengunjungi situs peninggalan sejarah.

c. Wisata Alam

Merupakan kegiatan perjalanan yang bertujuan untuk menikmati keindahan dan keunikan alam. Wisata alam yang terdapat di tanah air ini terbagi menjadi wisata flora dan fauna.

d. Wisata Belanja

Aktivitas perjalanan yang mengeksplorasi pusat perbelanjaan baik secara tradisional maupun *modern*.

e. Wisata Keagamaan

Menjadi salah satu objek wisata yang masih diminati di Indonesia, dimana adanya perjalanan mengunjungi tempat-tempat yang bernilai religius.

6. *Geopark*

UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) merupakan sebuah organisasi yang berdiri sejak 16 November 1945 dan bergerak dalam bidang pendidikan, ilmu pengetahuan dan kebudayaan. Salah satu kegiatan UNESCO adalah menciptakan UNESCO *Global Geoparks* (UGG), dengan mengambil konsep pada wilayah geografis tunggal dan terpadu dimana situs dan lanskap penting geologis secara internasional dikelola melalui konsep holistik perlindungan, pendidikan, dan pembangunan berkelanjutan.

Geopark merupakan bentuk pemanfaatan ruang wilayah lindung guna mencapai pembangunan berkelanjutan (Du & Girault, 2018). *Global Geopark Network* dan *European Geopark Network*, mendeskripsikan

Geopark adalah area luas dimana pembangunan lokal berkelanjutan dimungkinkan berasal segi sosial, ekonomi, budaya dan lingkungan. Sementara itu, UNESCO mendefinisikan *Geopark* menjadi wilayah lindung nasional serta mempunyai berbagai macam situs *geological heritage* yang terdiri dari keindahan serta kelangkaan tertentu serta bisa dikembangkan dengan konsep terpadu berasal konservasi, pendidikan dan pengembangan ekonomi rakyat setempat (Henriques & Brilha, 2017). *Geopark* adalah singkatan dari *geological park* atau disebut juga dengan taman bumi atau sebuah wilayah yang memiliki situs dan bentang alam yang bernilai warisan geologi atau *geodiversity*, keanekaragaman hayati atau *biodiversity*, dan keanekaragaman budaya atau *cultural diversity* (Nugraha dkk, 2021). *Geopark* dikelola untuk keperluan konservasi, edukasi, pembangunan ekonomi berkelanjutan serta peran aktif masyarakat dan pemerintah daerah dalam keterlibatannya untuk menumbuhkan pemahaman dan kepedulian masyarakat terhadap bumi dan lingkungan sekitar.

Pengembangan *Geopark* di Indonesia telah diatur dalam regulasi Peraturan Presiden Nomor 19 Tahun 2019 tentang Pengembangan Taman Bumi (*Geopark*), Peraturan Menteri ESDM Nomor 1 Tahun 2020 tentang pedoman penetapan warisan geologi (*geoheritage*), Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2020 tentang pedoman pengembangan *Geopark* sebagai destinasi pariwisata dan Peraturan Menteri PPN/Kepala Bappenas

Nomor 15 Tahun 2020 tentang Rencana Aksi Nasional Pengembangan *Geopark* dengan mengintegrasikan SDGs/TPB. Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2019 juga telah mengamanatkan pembentukan Komite Nasional *Geopark* Indonesia (KNGI) sebagai penyempurnaan kerangka kelembagaan di pusat dengan susunan organisasi terdiri atas Dewan Pengarah, Dewan Pakar dan Tim Pelaksana. Dewan Pengarah KNGI diketuai oleh Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, dan Menteri PPN/Kepala Bappenas sebagai Sekretaris Dewan Pengarah. Sedangkan di daerah dibentuk Badan Pengelola *Geopark* Nasional (Lestari & Indrayati, 2022).

Gambar 2. 1 Struktur Komite Nasional *Geopark* Indonesia (KNGI)



Sumber : (Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2020)

7. Kearifan Lokal

Kearifan lokal merupakan ketentuan asli pada kelompok masyarakat untuk mengatur tatanan hidup di dalamnya yang bersumber dari nilai luhur tradisi budaya di suatu daerah. Maka, nilai-nilai kearifan lokal yang ada pada suatu serikat masyarakat dapat diterima, diresapi, kemudian

dipraktikan serta diajarkan, di keturunan-keturunan selanjutnya sehingga terbentuk pola sikap manusia terhadap lingkungan sekitarnya (Suaib, 2017 dalam Sukmadi et al., 2020). Terdapat kearifan budaya lokal dalam kearifan lokal maka untuk melakukan pembangunan disuatu wilayah baik terkait sektor pariwisata ataupun sektor lainnya, pemerintah hendaknya mengenal terlebih dahulu kearifan lokal dan nilai-nilai budaya yang ada di daerah atau kawasan yang akan di bangun sehingga pembangunan dapat sinkron serta diselaraskan menggunakan pola pikir warga daerah tersebut. Dalam bidang pariwisata, pembangunan memperhatikan nilai-nilai kearifan lokal di suatu daerah dapat memberikan keuntungan serta pendapatan bagi rakyat setempat sesuai menggunakan potensi yang dapat menyejahterakan rakyat pada wilayah tersebut. Kearifan lokal berarti nilai-nilai luhur yang berlaku pada tata kehidupan warga lokal yang bijak, penuh kearifan serta bernilai dan diikuti dan menjadi bagian asal kehidupan masyarakatnya. Kearifan lokal ialah cara berpikir dan bertindak dari warga secara lokal dalam bentuk kebiasaan-kebiasaan tercermin dalam norma hayati sehari-hari yang sudah berlangsung usang dalam kehidupan rakyat. Nilai dalam konteks kearifan lokal ialah panduan atau standar berperilaku dan tidak bisa dipisahkan pada setiap bentuk aktivitas serta sikap dari generasi ke generasi (Hernawan & Hutagalung, 2022). Kearifan lokal memiliki tujuan membangun dan meningkatkan kesejahteraan, harmonisasi dan ketentraman yg membuat produk sistem nilai kultural disepakati, dipedomani, serta ditaati masyarakatnya.

Kearifan lokal menjadi panduan nilai berinteraksi dan bermasyarakat buat memenuhi kebutuhan. Implementasinya mirip nilai partisipasi masyarakat, kesetaraan gender, ekonomi dan nilai kepemimpinan pada kelembagaan masyarakat..

Nilai-nilai kearifan lokal pada daerah Natuna terlihat asal karakter masyarakatnya, cerita masyarakat, kesenian, permainan tradisional, kuliner khas dan tradisi atau kebiasaan warga yang didominasi oleh suku Melayu. kemudian pada Destinasi wisata Natuna ada legenda yg masih dipercayaidan dipertahankan hingga kini oleh masyarakat sekitar menjadikan nilai kearifan lokal di beberapa situs *geosite Geopark* Natuna

B. Definisi Operasional

1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan salah satu perencanaan dan panduan dalam bidang komunikasi untuk mencapai tujuan. Strategi komunikasi berfungsi menyebarluaskan pesan secara informatif, persuasif dan instruktif yang bersifat sistematis.

2. Komunikasi Pariwisata

Proses penyampaian informasi, pesan, atau promosi yang dilakukan untuk menarik minat wisatawan, memperkenalkan destinasi wisata serta meningkatkan pengalaman wisata. Dalam konteks ini, komunikasi pariwisata mencakup berbagai strategi dan media yang digunakan oleh pelaku pariwisata seperti pemerintah, pelaku bisnis, atau komunitas lokal, untuk berinteraksi dengan wisatawan potensial maupun yang sedang

berkunjung. Komunikasi pariwisata yang efektif memadukan aspek kreatif, budaya, dan teknologi untuk menciptakan pengalaman yang menarik dan berkesan bagi wisatawan.

3. *Geopark* Natuna

Adalah taman bumi yang sudah ditetapkan sebagai salah satu taman bumi nasional dimana dalam pengembangannya berpilar pada aspek konservasi, edukasi, pemberdayaan masyarakat, dan penumbuhan nilai ekonomi melalui situs warisan yang dimiliki diantaranya mencakup keragaman geologi, keanekaragaman hayati dan budaya.

4. Kearifan Lokal

Kearifan lokal adalah nilai-nilai yang dimiliki dan tidak dapat dipisahkan karena bersifat turun temurun dan senantiasa dijaga. Natuna memiliki berbagai kearifan lokal yang mendukung pariwisata. dan masih terjaga serta dipertahankan dengan sebaik mungkin hingga saat ini seperti halnya dari segi budaya, kuliner, bahari, permainan tradisional, wisata religi dan tradisi masyarakat sekitar.

C. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1.	Mustajadli, Junriana, 2023, STISIPOL Raja Haji Tanjung Pinang.	Rencana Aksi Badan Pengelola Kawasan <i>Geopark</i> Kabupaten Natuna dalam Pengembangan Pariwisata Menuju <i>UNESCO Global Geopark (UGGp)</i> .	Mengkaji pengembangan kawasan <i>Geopark</i> Natuna oleh BPGN serta rencana menuju <i>Unesco Global Geopark</i> seperti berfokus di amenitas dan promosi melalui media sosial serta keterlibatan kaum milenial dalam organisasi kepariwisataan.
2.	Leonard Felix Hutabarat, Nuning Indah Pratiwi, 2022, Universitas Kristen Indonesia.	Pengembangan Pariwisata Natuna Menuju <i>UNESCO Global Geopark</i> .	<i>Master Plan BP Geopark Nasional Natuna menuju UNESCO dunia Geopark</i> , implementasi planning Aksi Nasional Pengembangan <i>Geopark</i> Indonesia yang terintegrasi menggunakan SDGs 2030, khususnya berkenaan dengan prioritas strategis pada <i>Geopark Nasional Natuna</i> yg berada di perbatasan Indonesia perairan Laut Cina Selatan, pembangunan fasilitas <i>Geopark</i> Nasional Natuna sebagai salah satu destinasi pariwisata khusus, dan upaya diplomasi <i>Geopark</i> Indonesia menuju <i>UNESCO Global Geopark</i> . Bisa menjadi opsi-opsi strategi pengembangan <i>Geopark</i> Indonesia menuju <i>UNESCO Global Geopark</i> di masa depan.
3.	Noviawan Rasyid Ohorella, Edy Prihantoro, 2021, Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma.	Pengembangan <i>Branding</i> Pariwisata Maluku Berbasis Kearifan Lokal.	Penelitian ini mengetahui serta menganalisis proses yg dilakukan dalam membranding destinasi berkaitan dengan kearifan lokal. Beberapa terobosan yang dilakukan oleh pemerintah dalam branding destinasi diantaranya mewujudkan pariwisata berbasis kearifan lokal dengan mengkolaborasi objek wisata menggunakan atraksi budaya..

Dari penelitian terdahulu dan penelitian peneliti memiliki persamaan dan perbedaannya antara lain :

1. Mustajadli dan Junriana

Persamaannya adalah pada penelitian (Mustajadli & Junriana, 2023) membahas mengenai *Geopark* Natuna serta strategi dan perencanaan yang akan dilakukan dalam mendukung pengembangan pariwisata. Perbedaannya terletak pada fokus pembahasan, dimana pada penelitian lebih banyak mengkaji tentang perencanaan dalam organisasi Badan pengelola Kawasan *Geopark* Nasional Natuna saja sedangkan penulis mengambil konteks yang berkaitan dengan komunikasi pariwisata dalam pengembangan wisata *Geopark* bukan hanya dari Badan Pengelola Kawasan *Geopark* Nasional Natuna saja.

2. Leonard Felix Hutabarat dan Nuning Indah Pratiwi.

Pada penelitian (Hutabarat & Pratiwi, 2022) persamaannya adalah membahas mengenai perkembangan dan rencana keberlanjutan mengenai pariwisata *Geopark* Natuna menuju *UGG*. Perbedaannya adalah, disini penulis akan membahas lebih spesifik mengenai pengembangan dengan unsur kearifan lokal *Geopark* Natuna bukan dari sisi pariwisatanya saja.

3. Noviawan Rasyid Ohorella dan Edy Prihantoro

Persamaannya adalah membahas mengenai kearifan lokal dalam pariwisata sedangkan perbedaannya yaitu lokasi penelitian dan konteks komunikasi. Dimana pada penelitian (Rasyid Ohorella & Prihantoro, 2021), membahas *branding* dalam pengembangan pariwisata di Maluku sedangkan penulis mengangkat mengenai strategi komunikasi atau perencanaan pengembangan pariwisata melalui *Geopark* Natuna.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan buat menyampaikan informasi secara kualitatif yang lebih menekankan pada proses serta makna dengan mendeskripsikan sesuatu. Pendekatan penelitian bersifat deskriptif yaitu dimana pada dalamnya peneliti menyelidiki kejadian, kenyataan kehidupan individu-individu serta meminta seseorang atau sekelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka kemudian menampilkan data apa adanya tanpa proses manipulasi atau perlakuan-perlakuan lain. Tujuan penelitian untuk menyajikan gambaran secara lengkap serta mengklarifikasi suatu fenomena yang terjadi dengan cara mendeskripsikan beberapa jumlah variabel yang berkenaan menggunakan masalah yang diteliti (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud buat memahami kenyataan tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti sikap, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara keseluruhan dengan cara deskripsi dalam bentuk istilah-kata dan bahasa, di suatu konteks spesifik yang alamiah dan menggunakan berbagai metode. Sehingga dapat dikatakan sebagai penelitian yang berusaha mendeskripsikan fakta yang sistematis, masalah dan peristiwa yang berhubungan dengan penelitian. Data dan informasi yang diperoleh akan disajikan berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan. Tujuan dari pendekatan penelitian ini adalah untuk menyajikan gambaran secara lengkap mengenai

suatu kejadian atau bermaksud untuk mengekspos dan mengklarifikasi suatu fenomena yang terjadi serta menguraikan data yang bersangkutan. Penelitian kualitatif menekankan pada kualitas bukan kuantitas dan data-data yang dikumpulkan bukan berasal dari kuisioner melainkan berasal dari wawancara, observasi langsung dan dokumen resmi yang terkait lainnya. Penelitian kualitatif menekankan pada kualitas bukan kuantitas serta data-data yang dikumpulkan bukan dari berasal kuisioner melainkan berasal asal wawancara, observasi pribadi serta dokumen resmi yang terkait lainnya. Penelitian kualitatif pula lebih mementingkan segi proses daripada yang akan terjadi yang didapat. Hal tersebut ditimbulkan oleh korelasi bagian-bagian yang sedang diteliti akan jauh lebih kentara atau jelas bila diamati dalam proses.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber data yang digunakan peneliti. Subjek dalam penelitian akan memberikan informasi terkait data penelitian yang dilakukan.

Adapun kriteria subjek penelitian ini adalah beberapa informan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, diantaranya :

- a. Pihak yang memiliki pemahaman secara komprehensif mengenai *Geopark Natuna*.

- b. Informan yang sudah bekerja minimal 3 tahun di organisasi Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna, Dinas pariwisata dan pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengembangan *Geopark* Natuna.
- c. Pengelola yang berkontribusi dan berpengalaman dalam pengembangan pariwisata *Geopark* Natuna.
- d. Masyarakat lokal yang memiliki pemahaman mendalam mengenai perkembangan pariwisata dan kearifan lokal *Geopark* Natuna.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian yaitu segala sesuatu dan permasalahan yang akan diteliti. Objek dari penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan Lokal.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Badan Pengelola *Geopark* Nasional Kabupaten Natuna dan Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2023). Sumber data ini berasal dari informan dari hasil wawancara secara langsung dengan pihak yang bersangkutan. Pemilihan informan pada penelitian ini berdasarkan di orang-orang yang mampu memberikan informasi dan data selengkap-lengkapnyanya yang berkaitan dengan penelitian sehingga data yang diperoleh bisa diakui kebenarannya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti atau pengumpul data. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder artinya buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian. Peneliti juga mengumpulkan data melalui media sosial dan *internet searching* seperti situs website resmi untuk mendapatkan referensi.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah teknik mengumpulkan data dengan mengamati aktivitas dan merupakan proses yang kompleks serta menjadi suatu teknik mengumpulkan data secara sistematis yang dilakukan dengan pengamatan langsung maupun tidak langsung (Hardani, 2020). Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi pula bisa menyangkut seperti objek-objek alam. Observasi pada penelitian ini yaitu melakukan pengamatan langsung pada

lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya pada *Geopark* Natuna.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi secara eksklusif mengenai suatu objek yang diteliti. Jenis wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur sehingga lebih fleksibel. Pertanyaan akan ditujukan pada informan yang sudah ikut terlibat dalam pengembangan *Geopark* Natuna sehingga peneliti bisa memperoleh informasi yang relevan sesuai tujuan penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah proses pengumpulan, pencatatan, penyimpanan dan penyajian data baik secara teks, visual, digital maupun audio. Sehingga bisa berfungsi sebagai bahan referensi, pelaporan, edukasi dan pengarsipan oleh peneliti. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi agar mempermudah serta memperkuat bukti dan hasil dalam penelitian.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data dilakukan peneliti agar menghasilkan data yang valid serta bisa dipertanggungjawabkan.. Adapun teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan yaitu :

1. Triangulasi

Menurut Sugiyono dalam (Alfansyur & Mariyani, 2020), triangulasi adalah usaha dalam pemeriksaan keabsahan data atau informasi dari sudut pandang yang berbeda-beda. Norman K. Denkin dalam (Susanto et al., 2023) mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berasal aneka macam metode yang dipakai untuk menyelidiki fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang tidak sama. Menurutnya, triangulasi ini meliputi empat hal, yaitu :

- a) Triangulasi sumber, triangulasi ini membandingkan data yang diperoleh melalui sumber atau informan berbeda menggunakan teknik yang sama serta dapat menaikkan kredibilitas data.
- b) Triangulasi metode, triangulasi ini menguji kredibilitas data dilakukan menggunakan cara membandingkan informasi atau data menggunakan teknik atau metode yang berbeda.
- c) Triangulasi antar peneliti, yang dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Berbagai pandangan berbeda yang diberikan mengenai fenomena yang diteliti akan melahirkan keluasan pengetahuan dan kebenaran yang handal.
- d) Triangulasi teori, berupa perbandingan dengan perspektif teori yang relevan serta menaikkan pemahaman teoretik terhadap analisis data yang diperoleh.

Dari keempat teknik triangulasi diatas, penulis menggunakan triangulasi metode untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori serta satuan uraian dasar sebagai akibatnya dapat ditemukan tema serta dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan. Analisis data kualitatif artinya upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilahnya menjadi satuan yang bisa dikelola, mensintesiskan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Analisis data dalam penelitian ini memakai metode Miles dan Huberman (1994) dalam (Sugiyono, 2023) menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus serta tuntas. Proses pengumpulan data dilakukan tiga kegiatan penting diantaranya reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), verifikasi (*verification*).

1. Reduksi Data

Reduksi ialah sebuah proses merangkum atau menentukan hal-hal yang pokok. Karena data yang diperoleh berasal lapangan jumlahnya cukup banyak dan beragam sehingga perlu dicatat secara teliti serta rinci. Reduksi data berlangsung selama proses pengambilan data itu berlangsung, di tahap ini juga akan berlangsung kegiatan pengkodean, meringkas serta membentuk partisi (bagian-bagian). Proses transformasi ini berlanjut terus sampai laporan akhir penelitian tersusun lengkap.

2. Penyajian Data

Langkah yang dilakukan peneliti merupakan melakukan penyajian data. Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun guna memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan. Penyajian bisa berbentuk uraian singkat, bagan, atau korelasi antar kategori, tetapi pada penelitian kualitatif umumnya tersaji dalam sebuah deskriptif. Penyajian data bertujuan supaya peneliti dapat memahami dan merencanakan tindakan selanjutnya yang akan dilakukan.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir pada pengumpulan data ialah penarikan konklusi dan verifikasi. Proses dari awal pendataan, lalu peneliti melakukan rangkuman atas konflik dilapangan, kemudian melakukan pencatatan sampai menarik kesimpulan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

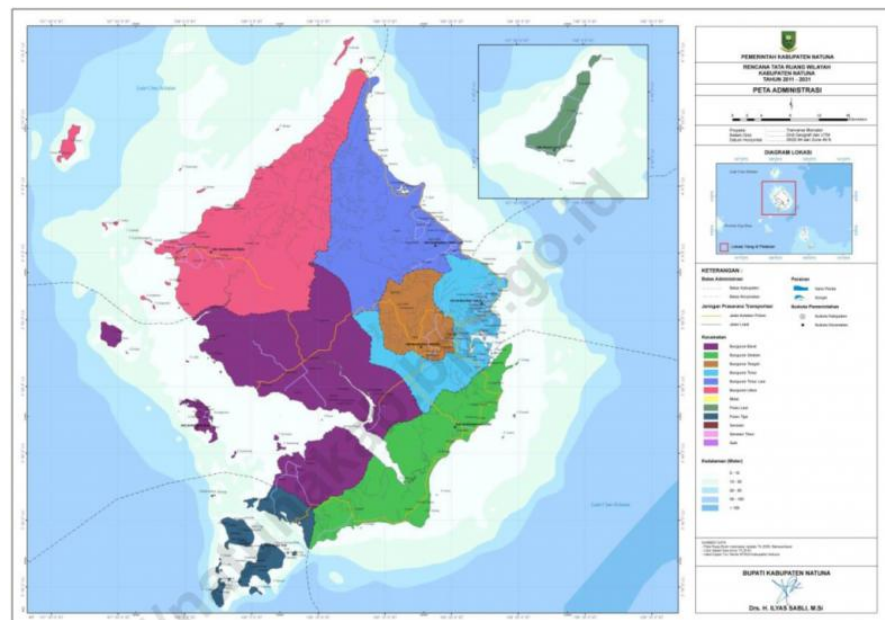
1. Gambaran Umum Kabupaten Natuna

Natuna merupakan kabupaten yang terletak di Provinsi Kepulauan Riau yang menjadi pulau dengan posisi paling utara Selat Karimata Indonesia yang berbatasan langsung dengan laut Natuna Utara kemudian di sebelah utara dengan Vietnam dan Kamboja, di sebelah selatan dengan Sumatera Selatan dan Jambi, sedangkan di bagian barat berbatasan dengan Singapura, Malaysia, Riau dan di bagian timur dengan Malaysia Timur dan Kalimantan Barat.

Kabupaten Natuna merupakan bagian dari Kepulauan Riau yang resmi dibentuk atas dasar Undang-undang Nomor 53 Tahun 1999 pada tanggal 12 Oktober 1999 dengan ibu kota adalah Ranai dan memiliki luas wilayah 264.198,37 KM². Kabupaten yang dikenal dengan sebutan Pulau Tujuh ini terdapat 154 pulau yang terdiri dari tiga pulau besar utama yaitu Pulau Bunguran, Pulau Subi, dan Pulau Serasan. Sebanyak 30 pulau (19,48%) yang berpenghuni oleh penduduk dan 124 (80,52%) yang tidak berpenghuni. Kabupaten Natuna terdiri dari 17 kecamatan yaitu Bunguran Barat, Bunguran Batubi, Bunguran Selatan, Bunguran Tengah, Bunguran Timur, Bunguran Timur Laut, Bunguran Utara, Midai, Pulau Laut, Pulau Panjang, Pulau Tiga, Pulau Tiga Barat, Seluan, Serasan, Serasan Timur, Suak Midai dan Subi.

Nama Natuna sendiri berasal dari kata *NAN TOA* yang berarti pulau besar yang bermula dari sebutan pendeta China yang kerap singgah berlayar di pulau-pulau baik besar dan kecil di wilayah Laut Cina Selatan, namun lidah orang melayu menyebutnya dengan nama Natuna hingga sekarang. Penduduk Kabupaten Natuna berasal dari berbagai etnis dengan dominasi suku melayu dan agama islam merupakan agama mayoritas di pulau ini.

Gambar 4. 1 Peta Wilayah Kabupaten Natuna



Sumber : <https://natunakab.go.id>

Kabupaten Natuna berada di posisi strategis karena terletak pada jalur pelayaran internasional Hongkong, Jepang, Korea dan Taiwan menjadikan pulau ini terkenal dengan penghasil minyak dan gas beserta potensi sumber daya alam lainnya yang tentu akan memberikan dampaknya tersendiri terhadap perkembangan Natuna. Secara ekonomi,

sektor utama masyarakat Natuna dari perikanan dan kelautannya, kemudian juga menyimpan sumber daya alam berupa gas dan bumi dan minyak. Disisi lain memiliki potensi dalam bidang pariwisata dengan keindahan dan keunikan alamnya yang bernilai geologis dan menjadikan Kabupaten Natuna ditetapkan sebagai salah satu kawasan *Geopark* Nasional di Indonesia.

2. Gambaran Umum *Geopark* Natuna

Indonesia memiliki 25 *Geopark*, dimana 10 *Geopark* sudah berstatus *Unesco Global Geopark* dan 15 berstatus nasional termasuk didalamnya *Geopark* Natuna. Natuna menjadi salah satu kabupaten yang ditetapkan sebagai salah satu kawasan *Geopark* Nasional di Indonesia sejak 29 November 2018. Dalam pengelolaan *Geopark* berpilar pada aspek konservasi, edukasi, pemberdayaan masyarakat dan penumbuhan ekonomi lokal. *Geopark* atau taman bumi merupakan salah satu kawasan yang ditetapkan jika memenuhi 3 pilar utama *Geopark* yaitu *geodiversity*, *biodiversity* dan *cultural diversity*.

Keunikan dan keindahan *geodiversity* merupakan aspek penilaian terpenting dan menjadi dasar penetapan daerah tersebut menjadi kawasan *Geopark*. *Geopark* Natuna memiliki kekayaan dan keunikan geologi yang tua dan langka berusia sekitar 100 juta tahun dan didominasi oleh bebatuan granit yang umumnya terdapat disekitar pantai dengan ciri khas berukuran besar dengan bentuk lonjong dan membundar yang menjadi daya tarik *Geopark* Natuna. Melalui interpretasi geologi, Natuna berada di zona

pertemuan lempeng yang menyebabkan terbentuknya struktur geologi dari bebatuan yang ditemukan. Kawasan geologi *Geopark* Natuna disebut dengan *geosite* dimana saat ini memiliki 16 warisan geologi dan 8 berstatus nasional yaitu, *geosite* Pulau Senua, *geosite* Gunung Ranai, *geosite* Pulau Akar, *geosite* Pulau Setanau, *geosite* Batu Kasah, *geosite* Tanjung Datuk, *geosite* Tanjung Senubing dan *geosite* Goa Kamak.

Kemudian aspek kedua yaitu *biodiversity*, merupakan keanekaragaman hayati baik flora dan fauna yang terdapat di Kabupaten Natuna. Berdasarkan buku *Geopark* Natuna, terdapat keindahan flora seperti jenis pepohonan meranti merah, gaharu, ulin, damar, merbau, keruing gunung, ramin, stigi laut, bakau hitam dan putih dan lainnya. Memiliki kurang lebih 351 jenis fauna baik di darat maupun di laut seperti *kekah*, *kukang*, elang laut dada putih, burung raja udang kalung biru, tupai raya dan spesies lainnya. Sebaran keragaman hayati terdapat di beberapa daerah di Natuna salah satunya ialah di *geosite* Gunung Ranai yang menyimpan keindahan flora dan fauna didalamnya.

Aspek terakhir dalam *Geopark* ialah *cultural diversity* atau keberagaman budaya dikawasan *Geopark* itu sendiri yang menjadi elemen penting yang menyempurnakan konsep *Geopark* dibalik keindahan geologi dan alamnya. Masyarakat Natuna dikenal dengan masyarakat pesisir dan suku melayu mendominasi perkembangan budaya di Natuna. Budaya dalam *Geopark* Natuna tidak hanya sebagai unsur pelengkap akan tetapi mejadi bagian integral dari pengembangan *Geopark* Natuna.

3. Profil Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna

Badan Pengelola *Geopark* Nasional atau BPGN Natuna adalah badan atau organisasi yang bertugas mengelola kawasan *Geopark* Nasional di Indonesia sesuai dengan Peraturan Menteri ESDM Nomor 31 Tahun 2021 tentang pengembangan *Geopark* dengan tujuan konservasi, pendidikan dan pemberdayaan masyarakat. Badan Pengelola *Geopark* Natuna berada dibawah naungan Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) melalui Badan Geologi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi dan Ekonomi Kreatif dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan terkait konservasi lingkungan dan keanekaragaman hayati serta Pemerintah Daerah dalam pengelolaan *Geopark*.

Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna merupakan sebuah organisasi yang dibentuk langsung oleh Bupati Natuna dan merupakan kolaborasi organisasi perangkat daerah dan Instansi terkait di lingkungan pemerintah Kabupaten Natuna guna mendukung perkembangan wilayah Natuna yang sudah mendapatkan status sebagai kawasan *Geopark* Nasional. Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna bertanggung jawab terhadap pengelolaan, promosi serta pengembangan *Geopark* Natuna dengan menyampaikan pesan-pesan terkait konservasi, edukasi dan pembangunan berkelanjutan kepada khalayak. Tugas Badan Pengelola *Geopark* Natuna tidak hanya berfokus pada pengelolaan kawasan *Geopark* secara fisik tetapi juga terhadap pengelolaan pesan yang disampaikan

- a. Ketua Umum : Bupati Natuna
 - 1) Ketua I : Wakil Bupati Natuna
 - 2) Ketua II : Sekretaris Daerah Kabupaten Natuna
- b. Tenaga Ahli : Prof. Ir. Mega Fatimah R, M.Sc., Ph.D
- c. Ketua Harian : Ir. Basri, M.Si
 - 1) Wakil Ketua I : Kepala Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah
 - 2) Wakil Ketua II : Kepala Badan Pengelolaan Keuangan dan Pendapatan Daerah
 - 3) Wakil Ketua III : Kepala Dinas Pariwisata
- d. Sekretaris
 - 1) Sekretaris I : Tukino, S.P
 - 2) Sekretaris II : Ryannaldo, S.T
- e. Divisi Perencanaan Infrastruktur dan Geowisata :
 - 1) Kepala Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang
 - 2) Kepala Dinas Perhubungan
 - 3) Sekretaris Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah
 - 4) Kepala Bidang Penataan Ruang Dinas PUPR
 - 5) Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata Dispar
 - 6) Sonny Yulianto, S.T
 - 7) Sisworo Nugroho, S.Par
 - 8) Ketua DPD HPI Natuna

f. Divisi Kerjasama, Kemitraan, Pendanaan dan *Event* :

- 1) Bobby Rozano
- 2) Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
- 3) Kepala Bagian Kerjasama Sekretariat Daerah

g. Divisi Budaya, Sosial dan Edukasi :

- 1) Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan
- 2) Kepala Bidang Kebudayaan Disdikbud
- 3) Destriyadi, M.A

h. Divisi Teknologi Informasi dan Promosi :

- 1) Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika
- 2) Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata Dispar
- 3) Dedi Yudia, S.A.P
- 4) Intan Ratih Kumaladewi, S.Hum
- 5) Arman Salim, S.A.P

i. Divisi Lingkungan, Penelitian, Konservasi dan Mitigasi Bencana:

- 1) Kepala Dinas Lingkungan Hidup
- 2) Kepala Pelaksana Badan Penanggulangan Bencana Daerah
- 3) Kepala Bidang Riset dan Inovasi Daerah BP3D
- 4) Harmidi, S.A.P
- 5) Ulfitra, S.T
- 6) Cherman

j. Divisi Pemberdayaan Masyarakat dan Pemuda :

- 1) Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa
- 2) Kepala Dinas Pemuda dan Olahraga
- 3) Kepala Bidang Pemberdayaan Kelembagaan Desa DPMD
- 4) Julita Putri Santosa, S.S
- 5) Natuna Geopark Youth Forum

k. Divisi Pengembangan Geoproduk :

- 1) Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro
- 2) Kepala Bidang Ekonomi Kreatif Dispar
- 3) Mirna Susanti, S.E
- 4) Riska Handayani, S.IP

4. Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna

a. Visi

“Terwujudnya Kabupaten Natuna Sebagai Kabupaten Maritim yang Unggul, Eksotis, Aman dengan Kemandirian Ekonomi Berlandaskan Nilai Religius dan Kultural”

b. Misi

- 1) Akselerasi peningkatan kualitas sumber daya manusia.
- 2) Kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal.
- 3) Meciptakan kawasan perbatasan yang aman, strategis dan eksotis.
- 4) Akselerasi pembangunan infrastruktur yang tertib dan teratur.
- 5) Menciptakan kualitas, daya tampung dan daya lingkungan hidup

yang berkelanjutan.

- 6) Menciptakan reformasi birokrasi yang cerdas (*smart bureaucracy*).
- 7) Mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.

Untuk mencapai visi dan misi Pemerintah Kabupaten Natuna yang didukung oleh semua OPD, maka Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna menentukan beberapa tujuan dalam perencanaan sasaran strategis yang ditetapkan berdasarkan potensi dan permasalahan utama yang disejalankan dengan rencana pembangunan jangka menengah daerah Kabupaten Natuna tahun 2021-2026, diantaranya :

- 1) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi sektor pariwisata, untuk menilai keberhasilan capaian sasaran dapat diukur dengan jumlah kunjungan wisata dan rata-rata lama tinggal wisata.
- 2) Meningkatnya kawasan pariwisata, dengan indikator keberhasilan ialah jumlah kawasan pariwisata yang dikembangkan.
- 3) Meningkatnya pemasaran pariwisata daerah melalui teknologi informasi.
- 4) Pelaksanaan program harus mengacu pada rencana strategis yang telah ditetapkan agar pencapaian program pembangunan terarah dan terencana.

5. Profil Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau informan dalam penelitian ini terdiri dari 4 orang pengurus Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna, yaitu:

- a. Nama : Ir. Basri, M.Si
- Usia : 59 Tahun
- Jenis kelamin : Laki-laki
- Pekerjaan : Asisten II Bidang Perekonomian dan
Pembangunan
- Jabatan BPGN : Ketua Harian BPGN Natuna
- b. Nama : H. Hardinansyah, S.E, M.Si
- Usia : 59 Tahun
- Jenis kelamin : Laki-laki
- Pekerjaan : Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna
- Jabatan BPGN : Wakil Ketua III BPGN Natuna
- c. Nama : Ryannaldo, S.T
- Usia : 34 Tahun
- Jenis kelamin : Laki-laki
- Pekerjaan : ASN Dinas PUPR
- Jabatan BPGN : Sekretaris II BPGN Natuna dan ketua Natuna
Geopark Youth Forum periode 2022-2024
- d. Nama : Hadisun, S.Ag
- Usia : 48 Tahun
- Jenis kelamin : Laki-laki
- Pekerjaan : Kepala Bidang Kebudayaan
- Jabatan BPGN : Anggota BPGN Natuna divisi budaya, sosial
dan Edukasi

B. Hasil Penelitian

1. Mengenal Khalayak Berdasarkan Tujuan Utama Pengembangan *Geopark* Natuna

Wisatawan menjadi salah satu aspek dalam mendukung pengembangan pariwisata *Geopark* Natuna. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dalam penelitian ini terdapat dua jenis khalayak yaitu khalayak primer dan khalayak sekunder.

a. Khalayak primer

Khalayak yang menjadi sasaran utama dalam pengembangan *Geopark* Natuna. Adapun kategori khalayak primer dalam aktivitas utama pengembangan pariwisata *Geopark* Natuna diantaranya :

1) Wisatawan global

Salah satu tujuan utama pengembangan *Geopark* Natuna yaitu menuju UNESCO *Global Geopark* sehingga mampu menarik minat wisatawan secara global dengan menawarkan keindahan alam, keunikan geologi dan keanekaragaman budaya yang dimiliki oleh Kabupaten Natuna yang sudah menjadi bagian dari *Geopark* Dunia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Kepulauan Riau memperoleh angka tertinggi dalam empat tahun terakhir untuk kunjungan wisatawan asing hingga september 2024. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna pada tahun 2024, kunjungan wisatawan ke Natuna juga meningkat dengan jumlah wisatawan mancanegara 141 orang. Melalui

wawancara bersama Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna, beliau mengatakan bahwa :

“Sebenarnya banyak sekali wisatawan yang ingin berwisata ke Natuna namun masih terkendala dengan akses yang mahal dan terbatas sehingga dengan ini perlu promosi yang lebih gencar mengenai pariwisata, dan Dinas Pariwisata Natuna mendapatkan penghargaan promosi nomor 2 setelah Batam di tingkat Kepulauan Riau. Namun masih terkendala dari segi akses, sehingga diharapkan untuk fokus ke pariwisata dan semoga adanya direct penerbangan dengan negara asing yang berdekatan dengan Natuna suatu saat nanti karena sejauh ini untuk wisata alam Natuna masih sangat menjanjikan” (Hasil wawancara H. Hardinansyah, S.E, M.si pada tanggal 18 Maret 2025).

Oleh karena itu, Dinas Pariwisata Natuna terus mengupayakan perkembangan sektor pariwisata Natuna dengan berbagai yang menarik minat wisatawan global, salah satunya adalah mendatangkan puluhan kapal layar atau kapal *yacht* dengan tajuk kegiatan *sail to Natuna* yang melibatkan berbagai negara asing bertempat di Pulau Senua dan yang terbaru ini di PLBN Serasan dengan mendatangkan wisatawan dari 14 negara. Kemudian pada tahun 2024 diadakan *event international Geopark Natuna* dengan tema *sport tourism* yaitu *Natuna Geopark Marathon* dengan 840 peserta luar daerah dan luar negeri dan parade *jetski* di Pulau Serasan yang berkolaborasi dengan negara Malaysia. Hal ini juga diungkapkan oleh wawancara bersama ketua harian BPGN Natuna, yakni

“Sebenarnya Geopark Natuna sudah diminta oleh KNGI untuk maju ke Unesco Global Geopark, namun kami masih banyak pertimbangan baik dari segi kelemahan dan kelebihan sehingga lebih baik kita tetap di nasional tapi rasa global sehingga kita juga mengadakan kegiatan-kegiatan yang bertaraf internasional kepada para wisatawan, kemudian tentu kita juga memperkuat pengelolaan destinasi wisata bagi wisatawan asing agar mereka akan kembali berwisata ke Natuna” (Hasil wawancara Ir. Basri, M.Si pada tanggal 20 Februari 2025).

2) Wisatawan domestik

Wisatawan domestik memiliki peranan penting dalam mendukung stabilitas industri dan tercapainya keberhasilan sektor pariwisata. Kunjungan wisatawan ke *Geopark* Natuna bertujuan untuk rekreasi, edukasi dan pemahaman nilai budaya lokal. Keterlibatan wisatawan bukan sekedar pengunjung namun turut membantu dalam pelestarian budaya sebagai identitas lokal dan keberlanjutan. Bidang Destinasi Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna menargetkan 27.000 wisatawan pada Indikator Kinerja Utama Perencanaan Strategis tahun 2024 dan terealisasi menjadi 27.044 wisatawan domestik atau sebesar 100,16% melebihi target yang ditetapkan. Penyampaian Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna, yaitu :

“Dinas Pariwisata mempunyai segmen tersendiri, dimana untuk wisatawan Nusantara sendiri yang kita jual itu destinasi cenderung ke wisata bahari. Natuna memiliki 120 objek dan daya tarik wisata yang sudah kita imvertarisir, dimana dari 120 ini 84% nya itu adalah bahari” (Hasil wawancara H. Hardinansyah, S.E, M.si pada tanggal 18 Maret 2025).

Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan juga membuat Pemerintah terus berupaya untuk meningkatkan 6 komponen dalam pengembangan pariwisata yaitu atraksi, fasilitas, aksesibilitas, aktivitas, pelayanan tambahan dan paket wisata yang tersedia sebagai upaya pemenuhan pariwisata kepada para wisatawan agar bisa kembali berkunjung.

3) Geowisatawan

Wisata geologi merupakan salah satu bentuk wisata minat khusus *Geopark* Natuna yang berfokus pada keindahan dan keunikan geologi dan memberikan pengalaman terkait pemahaman geologi. Geologi merupakan salah satu aspek penting yang dimiliki oleh *Geopark* khususnya di Natuna. Badan Geologi dan Pusat Survey Geologi menentukan 15 situs warisan geologi dan 8 objek wisata berstatus *Geopark* nasional dimana semuanya termasuk geowisata. Kemudian geowisata saat ini masih menjadi wisata unggulan yang diminati oleh khalayak baik lokal maupun mancanegara terkait keragaman geologi yang berusia jutaan tahun. Keunikan geologi yang terdapat di *Geopark* Natuna dikelompokkan menjadi batuan basa dan ultrabasa, batuan sedimen laut dalam dan metasedimen (metanoritik), batuan beku granit, dan batuan sedimen sungai purba. Batuan inilah yang menjadi awal Natuna ditetapkan menjadi *Geopark* nasional di Indonesia. Kawasan geologi menjadi objek unggulan

pariwisata *Geopark* Natuna yang sering dikunjungi khalayak sehingga dengan adanya peningkatan kunjungan maka akan semakin diprioritaskan pembangunannya. Berikut objek geowisata *Geopark* Natuna yang menjadi prioritas diantaranya :

Tabel 4. 1 Objek Geowisata *Geopark* Natuna

No	Data Destinasi	Lokasi
1.	<i>Geosite</i> Gunung Ranai	Kecamatan Bunguran Timur
2.	<i>Geosite</i> Tanjung Datuk	Kecamatan Bunguran Utara
3.	<i>Geosite</i> Pulau Senoa	Kecamatan Bunguran Timur
4.	<i>Geosite</i> Tanjung Senubing	Kecamatan Bunguran Timur
5.	<i>Geosite</i> Batu Kasah	Kecamatan Bunguran Selatan
6.	<i>Geosite</i> Pulau Akar	Kecamatan Bunguran Selatan
7.	<i>Geosite</i> Pulau Setanau	Kecamatan Pulau Tiga

Sumber : LKJ Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna

4) Wisatawan Biodiversitas

Wisatawan biodiversitas merupakan wisatawan dengan minat khusus menelusuri *biodiversity* *Geopark* Natuna. Wisatawan ini berfokus pada wisata flora dan fauna dikawasan Natuna. Wisata yang tidak hanya tentang keindahan namun juga menggali potensi kelestarian dan pemahaman konservasi keanekaragaman hayati. Program konservasi terus digiatkan dalam menjaga alam Natuna, dan ini juga menjadi salah satu yang menarik minat wisatawan biodiversitas. Adapun program unggulan yang mengangkat kearifan lokal Natuna adalah kekah *watching* atau mantau kekah. Mantau kekah merupakan kegiatan yang dilakukan di alam bebas untuk melihat hewan kekah yang dilepas liarkan di Desa Mekar Jaya. Kekah merupakan hewan endemik Natuna yang hampir punah, sehingga dengan adanya program ini tentu mempermudah

para wisatawan yang ingin melihat spesies langka yang dimiliki Natuna dan menjadi nilai penting *Geopark*. Sejauh ini program mantau kekah merupakan program wisata minat khusus yang paling menarik bagi para wisatawan biodiversitas.

**Gambar 4. 3 Wisatawan Biodiversitas Dalam Kegiatan
Mantau Kekah**



Sumber : Instagram @mantau_kekah

5) Wisatawan *cultural diversity*

Wisatawan dalam bidang ini adalah dengan fokus keberagaman budaya Natuna atau disebut wisata budaya. Terdapat bermacam-macam warisan budaya yang bisa dinikmati oleh para wisatawan. Warisan budaya merupakan bagian integral setelah geologi dan keanekaragaman hayati. Masyarakat Natuna mayoritas beragama islam dengan suku melayu. Memiliki tradisi yang diwariskan turun temurun seperti makanan tradisional,

kesenian tradisional, permainan rakyat hingga cagar budaya yang masih dijaga dengan baik. Kemudian dalam wawancara bersama Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna mengatakan bahwa :

“Untuk wisatawan mancanegara khususnya Brunei dan Malaysia yang kita jual itu adalah budaya, karena masih memiliki kesamaan dalam segi budaya seperti tradisi dulang dan penggunaan bahasa yang hampir mirip dengan Malaysia dan ini menarik. (Hasil wawancara H. Hardinansyah, S.E, M.Si pada tanggal 18 Maret 2025).

Masyarakat Natuna masih sangat menjaga warisan budaya sebagai pemenuhan nilai kearifan lokal sehingga wisatawan yang berkunjung bisa memberikan pemaknaan yang baik dalam mengenalkan Natuna. Masyarakat Natuna terkenal akan keramah tamahannya kepada para wisatawan dan mereka senantiasa terbuka kepada orang-orang yang ingin menjelajahi budaya Natuna, hal ini yang menjadikan nilai tambahan dibalik alam nya yang bagus ternyata ada wisata budaya yang menarik untuk dikunjungi.

b. Khalayak Sekunder

Khalayak yang tidak secara langsung menjadi target utama pesan namun memiliki peran penting dalam mendukung dan memfasilitasi hingga mempengaruhi keberhasilan pesan yang ditujukan kepada khalayak primer. Khalayak sekunder sering disebut sebagai *indirect stakeholders* atau *supporting audiences* yang berepengaruh baik secara struktural maupun sosial. Khalayak sekunder dalam penelitian

ini didasari oleh konsep pentahelix *Geopark* yang sinkron dalam pengembangan *Geopark* Natuna itu sendiri. Hal ini disampaikan oleh

Sekretaris II BPGN Natuna pada saat wawancara yaitu :

“Khalayak sekundernya kita sesuaikan dengan konsep pentahelix dimana ada lima unsur pastinya, pertama itu pemerintah baik pusat maupun daerah, yang kedua swasta seperti pengusaha pariwisata, investor dan lainnya, kemudian yang ketiga ada komunitas dimana komunitas ini termasuk mitra Geopark Natuna, organisasi resmi maupun lokal hingga masyarakat lokal, yang keempat adalah akademisi dimana mereka ini mendukung pengembangan Geopark dari segi penelitian dan lainnya dalam sisi akademisi, dan yang kelima adalah teman-teman jurnalis atau wartawan yang memberikan peran dalam mempromosikan, menulis berita dalam mendukung Geopark” (Hasil wawancara Ryannaldo, S.T pada tanggal 17 Februari 2025).

1) Pemerintah

Pemerintah pusat maupun daerah menjadi bagian penting khalayak sekunder karena berperan sebagai fasilitator dan regulator yang memiliki peran strategis dalam menyusun kebijakan, memberikan anggaran, mendukung program dan memfasilitasi *Geopark* Natuna. Dalam wawancara bersama Sekretaris II BPGN Natuna turut menjelaskan peran pemerintah dalam pengembangan *Geopark* Natuna, yaitu :

“Pemerintah pusat melalui Bappenas sebagai koordinator untuk membimbing dan mengatur dan memfasilitasi kegiatan Geopark, kemudian ada peran dari Kemenlu karena posisi Natuna yang terletak di perbatasan, ada juga Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral melalui Badan Geologi dan Pusat Survey Geologi yang membantu pendataan situs-situs warisan geologi. Kemenpar memberikan dana

alokasi khusus untuk pengembangan Geopark, barang yang sudah itu ada gerbang masuk geosite Gunung Ranai, SKK Migas dengan berbagai csr yang diberikan, gerbang dan fasilitas di Geosite Batu Kasah” (Hasil wawancara Ryannaldo, S.T pada tanggal 17 Februari 2025).

Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan ketua harian Badan Pengelola Geopark Nasional Natuna pada hasil wawancara dimana beliau menjelaskan bahwa :

“Yang paling penting ialah bagaimana masyarakat terpapar Geopark dan memperkuat sumber daya manusia baik di kepengurusan maupun di Natuna Geopark Youth Forum karena assessor akan turun langsung ke masyarakat lokal di berbagai kalangan untuk melakukan penilaian menuju UGG sehingga tugas ini berat dan tidak bisa dikerjakan secara parsial namun harus secara holistik sehingga sangat perlu kolaborasi para pemangku kepentingan khususnya dalam ruang lingkup pemerintah daerah Natuna” (Hasil Wawancara Ir. Basri, M.Si pada tanggal 20 Februari 2025).

2) Pihak Swasta dan Badan Usaha

Memberikan kontribusi dalam pengembangan ekonomi lokal melalui sektor pariwisata seperti pelaku wisata baik pengusaha hotel, resort, tour guide dan lainnya.

3) Komunitas

Komunitas adalah pelaku utama di kawasan Geopark Natuna dimana mereka tinggal dan memiliki keterikatan untuk menjaga dan melestarikan keberlanjutan Geopark. Komunitas ini terdiri dari masyarakat lokal, kemudian mitra BPGN Natuna seperti pokdarwis atau kelompok sadar wisata, pengelola objek wisata,

komunitas mantau kekah, penggiat budaya dan organisasi lainnya baik resmi maupun tidak resmi. Dalam praktiknya komunitas turut menjalankan berbagai peran strategis seperti menjadi pengelola wisata di destinasi *geosite*, pemandu wisata, pelaku seni budaya, pengrajin geoproduct dan lainnya. Komunitas dalam *Geopark* Natuna didukung penuh oleh BPGN Natuna dan Dinas Pariwisata Natuna dengan melakukan kegiatan penguatan sumber daya seperti sosialisasi, pelatihan, studi banding dan kegiatan lainnya untuk meningkatkan pemahaman *Geopark* kepada masyarakat.

4) Akademisi

Berperan dalam menghasilkan riset, kajian ilmiah, dan inovasi mengenai aspek geologi, keanekaragaman hayati dan budaya yang merupakan elemen penting dalam *Geopark*. Kepala Bidang Kebudayaan pada saat wawancara turut menyampaikan, bahwa :

“BPGN Natuna melakukan kerjasama untuk publikasi ilmiah dan kini sudah berjalan dan juga menerima baik bagi rekan-rekan yang ingin penelitian dengan mengangkat Geopark Natuna karena ini nanti akan kami data untuk memenuhi aspek penilaian keberlanjutan Geopark, apalagi jika ingin maju menuju Unesco Global Geopark”
(Hasil wawancara Hadisun S.Ag pada tanggal 17 April 2025).

5) Media

Media berfungsi untuk menyebarluaskan informasi *Geopark* dengan membangun citra positif melalui pemberitaan, konten

visual, narasi hingga aksi sosial yang mampu menjangkau khalayak. BPGN Natuna juga menjalin kerjasama dengan jurnalis di berbagai media untuk turut menjadi jembatan informasi dan komunikasi mengenai *Geopark* Natuna yang lebih luas dan efektif.

2. Pengelolaan Pesan Dalam Pengembangan *Geopark* Natuna

a. Pesan mendeskripsikan keunikan geografis *Geopark* Natuna

Natuna bisa ditetapkan sebagai kawasan *Geopark* karena menyimpan keunikan geologi dan keindahan alam lain termasuk flora dan fauna yang menjadi potensi utama dalam pengembangan *Geopark*. Badan Pengelola *Geopark* Natuna merancang dan mendistribusikan pesan kepada khalayak mengenai keindahan geografis dengan bebatuan granit yang berusia jutaan tahun ditambah lagi dengan potensi baharinya. Kemudian keindahan geografis lainnya ialah *biodiversity*, dimana keberadaan hewan unik dan langka yang memperkaya ekosistem di kawasan *Geopark*. Dalam wawancara bersama Ketua Harian BPGN Natuna, Beliau mengatakan bahwa :

“Geopark ini merupakan konsep wisata baru yang belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat, khususnya masyarakat Natuna ini. Geopark ini bukan sekedar penghargaan saja namun ada keterkaitan alam, hayati dan budaya didalamnya. Oleh karena itu kami dari BPGN Natuna akan terus mengoptimalkan kinerja kami untuk mengenalkan Geopark lebih luas dengan menjelaskan situs-situs geosite dikawasan Geopark. Kemudian kami juga menekankan pesan-pesan tentang Geopark ini bisa tersampaikan dengan baik kepada masyarakat lokal karena ini juga merupakan kunci utama pemenuhan penilaian

Geopark” ” (Hasil Wawancara Ir. Basri,M.Si pada tanggal 20 Februari 2025).

Disisi lain Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna juga mengatakan bahwa :

“Dinas Pariwisata juga merupakan bagian dari BPGN Natuna sehingga pesan promosi pariwisata Geopark Natuna juga menjadi tugas kami. Pesan mengenai Geopark kami berikan kepada khalayak dimana keindahan Natuna bukan sekedar pasir putih dan pantai indahnnya namun ada nilai-nilai keunikan geologisnya dikawasan geosite itu, adapula wisata minat khusus seperti mantau kekah itu yang mengajak wisatawan mengeksplor hewan endemik Natuna. Dan tentunya kita juga melakukan kegiatan seperti pelatihan dan sosialisasi untuk mengenalkan keunikan geografis Natuna ini sebagai upaya meningkatkan sdm masyarakat lokal. Dinas Pariwisata melalui Bidang Ekonomi Kreatif melakukan pelatihan setiap tahunnya untuk masyarakat Natuna dan didalamnya terdapat pesan-pesan mengenai Geopark yang paling penting kita sampaikan kepada khalayak khususnya masyarakat Natuna sendiri” (Hasil wawancara H. Hardinansyah, S.E, M.Si pada tanggal 18 Maret 2025).

Badan Pengelola *Geopark* Natuna dan Dinas Pariwisata Natuna mengelola pesan baik secara langsung maupun yang disebarkan di berbagai media untuk menyampaikan pesan dibalik keunikan geologi ini terdapat nilai sejarah didalamnya. Penjelasan keunikan geografis Natuna bisa ditemukan di laman website, media sosial, buku *Geopark*, renstra *Geopark* dan penjelasan langsung oleh pihak BPGN dalam setiap kegiatan rutin *Geopark*. Berikut ini gambaran deskripsi keunikan geografis di *geosite Geopark* Natuna yang peneliti dapatkan, diantaranya :

1) *Geosite* Pulau Senua

Terletak di sebelah timur laut yang berseberangan dengan Pulau Bunguran dengan jarak sekitar 5 km dari Kota Ranai dan 30 menit menggunakan pompong dari Pelabuhan Teluk Baruk, Sepempang. Pulau ini merupakan pulau terluar NKRI Pulau Senua ditetapkan sebagai situs *Geosite Geopark* karena memiliki warisan geologi batuan sedimen laut yang berusia 163-88,5 juta tahun sekitar era Jura Akhir hingga Kapur Tengah.

Gambar 4. 4 *Geosite* Pulau Senua



Sumber : Instagram @hermandhes

2) *Geosite* Gunung Ranai

Gunung Ranai merupakan gunung tertinggi di Kabupaten Natuna terletak di dua kecamatan yaitu Kecamatan Bunguran Timur dan Kecamatan Bunguran Timur Laut memiliki ketinggian 1035 mdpl yang tersusun oleh batuan granit (kapur tengah-akhir) termasuk bagian kerak benua berumur sekitar 100-71 juta tahun lalu terdiri dari bebatuan granit yang dominan berwarna putih dan diperkirakan terbentuk dari *batolith*, terdapat air terjun di lereng Gunung Ranai dan termasuk rumah hewan endemik Natuna yaitu kekah (*presbytis natunae*).

Gambar 4. 5 *Geosite* Gunung Ranai

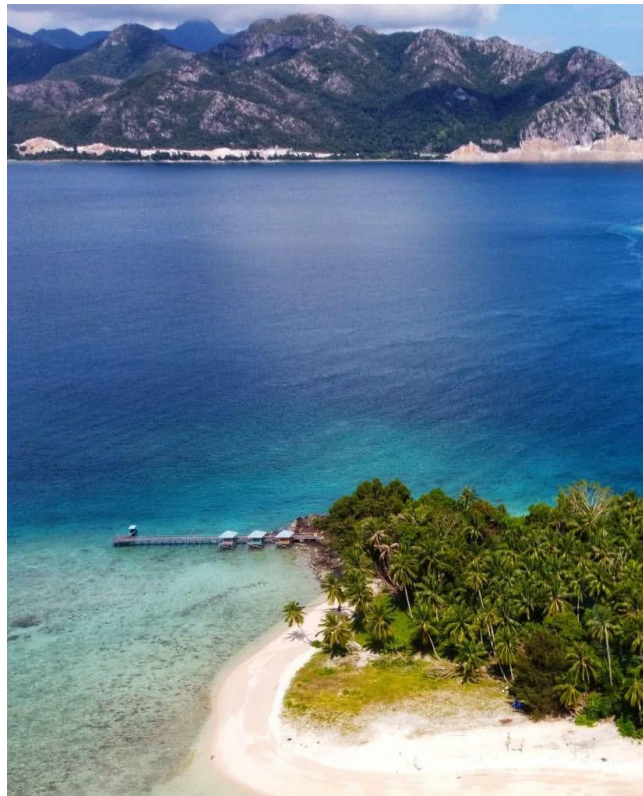


Sumber : Instagram @qqfirdaoes

3) *Geosite* Pulau Setanau

Pulau Setanau berada di Kecamatan Pulau Tiga dengan sebelah selatan Pulau Bunguran Besar. Menuju Pulau ini bisa ditempuh dalam waktu 90 menit dari Kota Ranai dan 20 menit dari Pelabuhan Selat Lampa. Bebatuan di Pulau Setanau termasuk kedalam batuan mafik atau ultramafik dan bebatuan gabro berwarna abu kehijauan.

Gambar 4. 6 *Geosite* Pulau Setanau



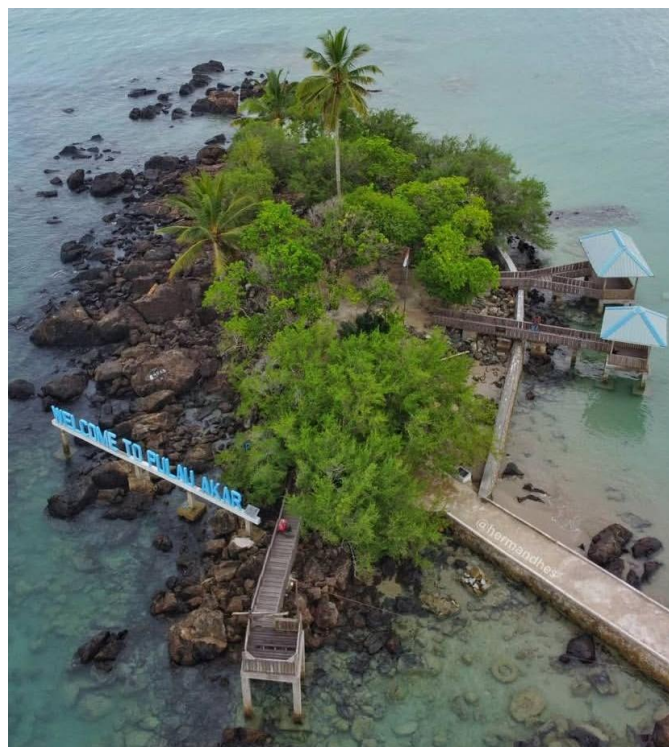
Sumber : Instagram @hermandhes

4) *Geosite* Pulau Akar

Pulau Akar terletak di Desa Cemaga Kecamatan Bunguran Selatan dengan jarak 35 km dalam waktu tempuh 45-60 menit.

Geosite berukuran sangat kecil akan tetapi merupakan batuan tertua di Natuna dengan usia mencapai 188 juta tahun yang berasal dari kerak samudera bewarna hitam keabuan dan termasuk batuan mafik atau ultramafik yang berumur jura atau kapur awal.

Gambar 4. 7 *Geosite* Pulau Akar



Sumber : Instagram @hermandhes

5) *Geosite* Batu Kasah

Lokasi Batu Kasah di Desa Cemaga Tengah, satu-satunya kawasan *Geopark* yang berhasil meraih Anugerah Desa Wisata Indonesia 2024. Memiliki keunikan geologi batuan granit berumur kapur dengan usia kurang lebih 125 juta tahun dengan bongkah batu menjulang setinggi 3-5 meter.

Gambar 4. 8 *Geosite* Batu Kasah

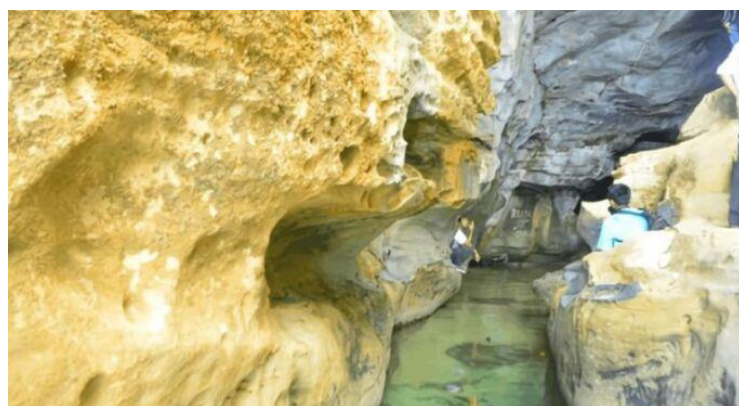


Sumber : Instagram @desawisata_cemagatengah

6) *Geosite* Goa Kamak

Geosite Goa Kamak terdiri dari batua sedimen fluvial berusia 38 juta tahun di bibir Pantai Kamak. Goa Kamak berasal dari binatang sejenis kepiting yang biasa masyarakat Natuna sebut *Keramak* atau *Keghamak*. Terletak di Desa Pengadah, Gua kamak terbentuk akibat erosi air laut yang berhadapan langsung dengan lepas pantai.

Gambar 4. 9 *Geosite* Goa Kamak



Sumber : <https://geoparknatuna.org>

7) *Geosite* Tanjung Datuk

Geosite paling ujung utara Pulau Bunguran dengan jarak 30 km dari pusat kota Ranai. Terbentuk dari batuan sedimen fluvial berusia 38-5,1 juta tahun dengan batu pasir endapan sungai bewarna kecoklatan. Bentang alam Tanjung Datuk dengan tebing tinggi menjulang puluhan meter diatas permukaan laut. Kawasa ini juga memiliki cerita rakyat dan dimanfaatkan sebagai objek penelitian dan wisata edukasi kebumian.

Gambar 4. 10 *Geosite* Tanjung Datuk



Sumber : Instagram @eggijuliant

8) *Geosite* Tanjung Senubing

Merupakan situs geologi yang paling mudah dijangkau karena

letaknya dekat dari Kota Ranai. Terbentuk dari bebatuan granit berwarna putih dan berukuran besar sekitar 5-15 meter berusia 70 juta tahun. *Geosite* Tanjung Senubing memiliki *tracking* yang cukup tinggi namun akan disuguhi dengan pemandangan indah berpadu pemandangan *Geosite* Pulau Senua membuat wisata ini gemar didatangi oleh wisatawan.

Gambar 4. 11 *Geosite* Tanjung Senubing



Sumber : Instagram @hermandhes

b. Pesan promosi mengangkat unsur visual *Geopark* Natuna

Pesan yang disebarkan kepada khalayak harus mengandung unsur yang memvisualisasikan *Geopark* Natuna. Pesan ditampilkan dan dipromosikan dengan mengangkat ciri khas *Geopark* Natuna.

1) Penyertaan logo *Geopark* Natuna

Dalam promosi *Geopark* Natuna, Bupati Natuna selaku Ketua Umum BPGN Natuna mengeluarkan intruksi untuk menyertakan

logo *Geopark* dalam setiap kegiatan dan penyebaran pesan diberbagai media. Penggunaan logo *Geopark* ini sebagai bentuk dukungan terhadap pengembangan dan sudah diimplementasikan oleh mitra BPGN Natuna dalam setiap pesan promosi baik di berbagai media yang digunakanl. Hal ini juga diperkuat dengan penyampaian Sekretaris II BPGN Natuna pada saat wawancara :

“Strategi dalam pengembangan Geopark dengan menjalankan instruksi Bupati nomor 1 tentang dukungan semua OPD terhadap pengembangan Geopark yang isinya secara garis besar adalah di setiap kegiatan-kegiatan OPD di Desa atau Kecamatan menyertakan logo Geopark atau tema kegiatannya ada Geopark nya, kemudian berpartisipasi dalam event-event yang ada Geopark” (Hasil Wawancara Ryannaldo, S.T pada tanggal 17 Maret 2025).

Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna merilis logo baru *Geopark* Natuna yang di desain oleh gembo.cg, yakni sebuah perusahaan milik putra asli Natuna.

Gambar 4. 12 Logo *Geopark* Natuna



Sumber : <https://geoparknatuna.org>

Logo yang memiliki bentuk *simple* namun tidak mengurangi esensi yang ada. Berikut adalah makna logo *Geopark Natuna* :

- a) Warna biru memberikan makna kepercayaan dan kualitas dengan melambangkan hewan endemik Natuna yaitu *kekah*. *Kekah* (*presbytis natunae*), merupakan primata langka sejenis monyet namun memiliki warna putih dan hitam kemudian dibagian mata tampak menggunakan kacamata. *Kekah* berekor panjang dengan makna menjadikan sebuah kepastian dalam memberikan yang terbaik disetiap pengalaman perjalanan. *Kekah* Natuna selalu menjadi ikon unggulan yang menjadi ciri khas Natuna.
- b) Warna magenta yang bermakna keharmonisan dengan penuh keseimbangan menjadikan bagian tangan *kekah* sebuah simbol untuk menggapai sesuatu yang memberikan ketenangan hati.
- c) Warna hijau dengan makna alam yang penuh dengan kekayaan dan menjadi sentuhan dasar dari *kekah* sebagai keunggulan atau kekuatan utama Natuna dengan seluruh keindahan didalamnya.
- d) Warna jingga menggambarkan suasana nyaman dan penuh kehangatan lewat corak yang berada di dada *kekah* menunjukkan keceriaan yang dapat dirasakan secara jasmani dan hati.
- e) Ornamen Melayu lebah bergantung dimana dalam suku

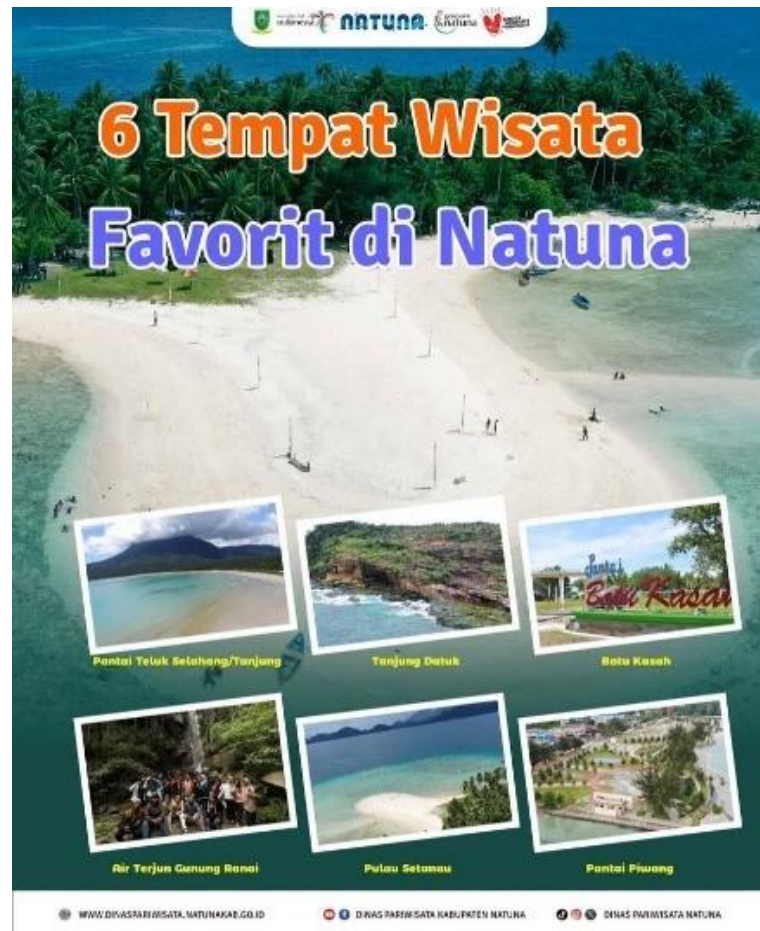
melayu memiliki berbagai ornamen khusus yang melambangkan sifat tertentu. Lebah bergantung memiliki makna kehidupan yang mendatangkan kebaikan, kerja sama dan mampu memberikan manfaat bagi manusia.

- f) *Font* yang digunakan adalah *font Athelas Regular* untuk memberikan kesan elegan dan ramah serta berarti bahwa pengelolaan *Geopark* dikelola dengan tepat dan ramah untuk semua kalangan. Karena dalam pengelolaan *Geopark* akan melibatkan peran masyarakat dan tidak bisa berdiri sendiri.

2) Menampilkan lanskap ikonik *Geopark* Natuna

Promosi pariwisata *Geopark* Natuna menggunakan lanskap ikonik akan memperkuat dan menampilkan keindahan alam di kawasan *Geopark* Natuna. Visual ini berupa foto atau video yang menarik wisatawan dengan menunjukkan kekayaan geologi, keunikan flora dan fauna dan keberagaman budaya. Tujuannya ialah memberikan gambaran kepada calon wisatawan. Dinas Pariwisata giat dalam mempromosikan wisata yang didalamnya termasuk bagian dari *Geopark* Natuna sehingga bisa turut membangun citra *Geopark* Natuna.

Gambar 4. 13 Poster Promosi Wisata



Sumber : Instagram @pariwisata_natuna

3) Menampilkan infografis *Geopark* Natuna

Infografis yang menggabungkan informasi dan desain grafis pesan yang menampilkan pengetahuan *Geopark* Natuna secara umumnya dan berfokus memvisualisasikan keunikan dan kekayaan *Geopark* Natuna secara efektif dengan tampilan yang ringkas dan informatif. Infografis *Geopark* Natuna menampilkan elemen penting baik dari segi geologi, keanekaragaman hayati dan budaya. Penggunaan warna dan teks yang diletakkan

dengan seimbang sehingga tidak terkesan penuh dan membingungkan. Bagian infografis diisi dengan menampilkan peta kecil untuk memperoleh gambaran destinasi dan terdapat informasi lengkap untuk memudahkan mendapatkan informasi yang lebih lengkap.

Gambar 4. 14 Infografis *Geopark Natuna*



Sumber : <https://diskominfo.natunakab.go.id>

c. Pesan merepresentasikan budaya Natuna

Geopark Natuna bukan hanya tentang keindahan alam dan keunikan bebatuan, namun juga tentang kearifan lokal yang tumbuh dan

berkembang di masyarakat Natuna. Masyarakat Natuna hidup berkaitan erat dengan sumber daya alam baik di laut maupun di darat sehingga budaya dalam masyarakat Natuna memiliki perpaduan harmonis antara nilai islam, melayu dan maritim. Dalam pengembangan *Geopark*, budaya merupakan aspek penting agar tercapainya tujuan dalam *Geopark* itu sendiri. Badan Pengelola *Geopark* Natuna melalui Dinas Pendidikan dan Kebudayaan dan Dinas Pariwisata bekerja sama untuk mengangkat budaya lokal kepada para khalayak dalam berbagai kegiatan yang dilakukan. Hal ini disampaikan oleh Kepala Bidang Kebudayaan pada saat wawancara, yaitu :

“Kebudayaan dalam konsep Geopark ini adalah satu kerangka besar yang memang tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Ada dua cabang besar kebudayaan, yaitu warisan budaya (tangible) yang bersifat benda dan warisan budaya (intangible) yang bersifat tak benda seperti seni, sejarah, adat istiadat, tradisi, permainan rakyat, olahraga tradisional, pengetahuan tradisional, bahasa dan tradisi lisan” (Hasil wawancara Hadisun S.Ag pada tanggal 17 April 2025).

Adapun pesan-pesan terkait warisan budaya dalam mendukung pengembangan *Geopark* Natuna yang dikenalkan kepada para wisatawan terbagi menjadi dua jenis yaitu warisan budaya benda dan warisan budaya tak benda. Berdasarkan hasil observasi peneliti terkait wisata budaya sudah terpenuhi dalam pengelolaan berkaitan dengan pariwisata. Berikut ini tabel mengenai budaya benda dan tak benda Natuna :

Tabel 4. 2 Warisan Budaya Natuna

No	Warisan budaya	Kategorisasi dan pelaksanaannya
1.	Benda (<i>tangible</i>)	Warisan budaya yang bersifat kebendaan seperti peninggalan benda dimana didalamnya bernilai sejarah, budaya, ilmu pengetahuan. Contohnya ialah cagar budaya, rumah adat, bebatuan dan situs bersejarah lainnya. Dalam pengembangan <i>Geopark</i> Natuna, BPGN Natuna mempertahankan bangunan dan benda bersejarah agar bisa dikunjungi oleh wisatawan dan diberikan pemahaman akan nilai-nilai pesan warisan budaya benda yang dimiliki Natuna. Gambar 4. 15 Warisan Budaya Benda Natuna  Sumber : Instagram @natoena_doeloe
2.	Tak benda (<i>intangible</i>)	Kesenian tradisional Merupakan seni budaya yang berkembang di masyarakat Natuna seperti teater mendu, langlang buana, tari ayam sudur, tari topeng, zapin tali, hadrah, marawis dan silat. Adapula musik dan alat musik yang berasal dari Natuna yang digunakan mengiringi kesenian lainnya seperti gendang dan lain-lain. Pesan yang terkandung dalam kesenian Natuna ini juga telah dimuat dalam karya tulis ilmiah.

Gambar 4. 16 Kesenian Tradisional Natuna

Sumber : <https://natunakab.go.id>

Adat istiadat

Adalah kebiasaan turun temurun yang memiliki pemaknaan dan nilai tertentu. Contohnya doa tepung tawar disetiap acara penting. Tepung tawar memiliki makna yang bertujuan untuk tolak bala, memberikan restu dan ungkapan syukur dimana melibatkan bahan simbolik. Dalam konteks pariwisata termasuk dalam atraksi budaya melayu Natuna yang dikenalkan kepada wisatawan.

Gambar 4. 17 Adat Istiadat Tepung Tawar

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Tradisi

Ialah pelaksanaan kegiatan oleh kelompok masyarakat Natuna seperti tradisi sedekah laut, kunjungan atau muhibbah pada bulan ramadhan, *bejungga* atau *mubung umah* ialah gotong royong menjelang pernikahan, *berarak* dan *cecah inai*, tradisi *beghembeh* dan makan

bedulang. Makan *bedulang* menjadi tradisi masyarakat Natuna yang dikenalkan saat kunjungan wisatawan menggunakan *dulang*.

Gambar 4. 18 Tradisi Makan *Bedulang*



Sumber : kemenparekraf.go.id

Permainan rakyat

Permainan yang menjadi identitas masyarakat Natuna yakni betingkah alu selesung, gasing, tuju lubang dan lainnya. Betingkah *alu selesung* merupakan salah satu warisan budaya tak benda yang diakui Indonesia. Permainan rakyat Natuna masih dipertahankan dan dilibatkan dalam setiap kegiatan pariwisata Natuna.

Gambar 4. 19 Permainan Rakyat *Alu*



Sumber: Instagram @pariwisata_natuna

Olahraga tradisional

Adalah aktivitas yang dilakukan diwariskan ke generasi berikutnya ialah *bekulek*, *silat kambong*, *gebok*, *kandong geleh*. Dalam kegiatan festival di kawasan *Geosite Geopark Natuna* setiap tahunnya dengan mengangkat lomba olahraga tradisional masyarakat Natuna.

Gambar 4. 20 Olahraga Tradisional Silat



Sumber : Instagram @pariwisata_natuna

Pengetahuan tradisional

Ialah gagasan yang berkembang di masyarakat seperti olahan makanan tradisional, obat dan lainnya yang diwariskan turun temurun. Pengetahuan ini beragam tergantung dari kebiasaan masyarakat dan terdapat perbedaan antara daerah di Pulau Bunguran. Pengetahuan ini dikembangkan menjadi geoproduk dengan menjual keterampilan dan produk olahan tradisional oleh masyarakat kepada wisatawan. Kemudian juga dipasarkan dengan memenuhi syarat dan ketentuan untuk pemenuhan aspek dalam promosi pariwisata. Natuna memiliki berbagai makanan khas yang dominan olahan ikan dan hasil laut yang sangat mudah ditemukan karena ketika berwisata.

Gambar 4. 21 Makanan Tradisional Natuna



Sumber :

<https://dinaspariwisata.natunakab.go.id>

Manuskrip

Merupakan catatan dan bukti sejarah yang bisa ditemui di Museum Natuna yang mejadi pusat informasi sejarah dan budaya Natuna bertujuan untuk melestarikan warisan budaya Natuna.

Gambar 4.22 Museum Natuna



Sumber :

<https://dinaspariwisata.natunakab.go.id>

Bahasa

Merupakan identitas budaya,dan penggunaan bahasa daerah ini dikenalkan kepada para khalayak dengan tidak merubah nama asli dan menghilangkan unsur bahasa daerah. BPGN Natuna senantiasa memberikan edukasi kepada khalayak dan penggunaan bahasa daerah baik

dalam konteks penamaan *geosite*, flora fauna dan budaya. Melalui website *Geopark Natuna* dan mitra *Geopark* seperti komunitas budaya terus mengangkat berbagai istilah daerah yang digunakan termasuk penamaan kesenian dan lainnya.

Gambar 4. 23 Bahasa Daerah Sebagai Identitas Budaya



**Mengenal Tarian
Beduluong Khas Kelarik**

Sumber : <https://geoparknatuna.org>

Teknologi tradisional

Adalah keterampilan khas masyarakat Natuna seperti tikar pandan, aksesoris, dan karya lainnya yang juga dikenal dengan geoproduct. Keterampilan khas Natuna didukung penuh sebagai bentuk promosi wisata dan terdapat di objek wisata dan pusat oleh-oleh Natuna yang mudah ditemui oleh khalayak dan dipromosikan untuk meningkatkan UMKM masyarakat Natuna.

Gambar 4. 24 Teknologi Tradisional atau Geoproduct

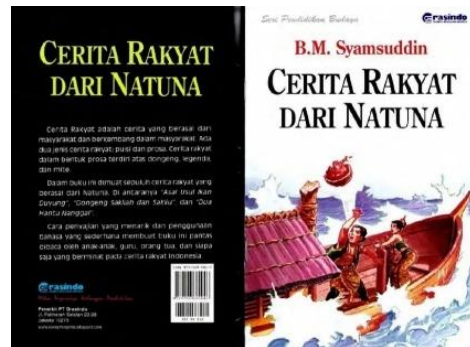


Sumber : Instagram @pariwisata_natuna

Tradisi Lisan

Adalah bentuk penyampaian pengetahuan, nilai-nilai budaya melalui ucapan atau pertunjukkan yang diwariskan secara turun temurun seperti cerita rakyat, pantun, syair, suluk dan lainnya.

Gambar 4. 25 Cerita Rakyat Natuna



Sumber : <https://id.scribd.com>

Sumber : Olahan Peneliti (2025)

Warisan budaya sampai saat ini tidak bisa dihilangkan dalam *Geopark* dan juga sudah tersedia Museum sebagai tempat pembelajaran mengenai budaya Natuna. Oleh karena itu, saat ini setiap kegiatan *Geopark* selalu mengutamakan terangkatnya kearifan lokal Natuna yang menjadi nilai tersendiri dibalik keunikan geologi dan konservasinya. Pihak BPGN Natuna melalui Bidang Kebudayaan dan mitra seperti komunitas sejarah dan budaya Natuna terus berupaya untuk melestarikan budaya Natuna dengan mengajak masyarakat untuk terlibat dan saling menjaga sehingga dengan meningkatnya kunjungan wisatawan tidak akan mengurangi aspek kebudayaan yang dimiliki. Karena sejatinya pengembangan *Geopark* itu sendiri berasal dari ciri khas Natuna dan nilai-nilai yang terkandung didalamnya dimana semua

itu diangkat dan dikembangkan untuk menarik minat wisatawan dengan merepresentasikan kearifan lokal. Pemahaman ini yang ditanamkan kepada masyarakat lokal, penggiat dan pengelola wisata, dan masyarakat Natuna pada umumnya.

Pesan dan informasi ini tersedia diberbagai media dengan menampilkan berbagai warisan budaya kebanggaan masyarakat Natuna. Pengelolaan pesan dalam merepresentasikan budaya menjadi upaya strategis dalam memperkenalkan kearifan lokal dalam bentuk kegiatan pariwisata yang memperkuat identitas budaya Natuna.

d. Pengelolaan pesan di situ geologi (*geosite*) mengintegrasikan nilai sejarah dan mitologi lokal masyarakat Natuna

Kawasan *Geopark* Natuna memiliki 8 *geosite* dan beberapa situs memiliki nilai sejarah yang melekat di masyarakat Natuna. Kemudian pesan ini disampaikan kepada wisatawan untuk menambah pengetahuan mengenai legenda yang terjadi di Natuna. Berikut ini situs *geologi* yang didalam pengelolaannya terdapat pesan bernilai sejarah dan mitologi masyarakat Natuna.

1) *Geosite* Pulau Senua

Pulau Senua termasuk dalam cerita rakyat Natuna, dimana kisah ini berawal dari sepasang suami istri yang merantau ke Pulau Bunguran untuk memperbaiki ekonomi keluarga mereka hingga akhirnya sang suami menemukan lubuk teripang yang banyak dan dikeringkan. Alhasil mereka mulai terkenal karena harga teripang

yang sangat mahal mampu menjadikan mereka kaya raya namun juga membuat mereka angkuh, pelit dan tidak peduli dengan orang sekitar yang membutuhkan pertolongan. Tiba saatnya ketika istrinya sedang hamil dan akan melahirkan, tidak ada bidan yang mau menolong dan mereka pergi ke pulau seberang untuk mencari pertolongan namun arus lautan yang kuat membuat perahu mereka tenggelam bersama peti emas yang dibawa.

Pulau Senua memiliki bentuk seperti ibu hamil yang sedang terbaring dan dinggap oleh masyarakat lokal adalah bentuk dari sang istri. Kemudian nama Senua berasal dari Sanua dengan kepanjangan satu tubuh berbadan dua. Pulau yang kaya akan nilai wisata bahari nya ini semakin unik dan kian menarik minat wisatawan dengan berlandaskan pesan bernilai sejarah.

2) *Geosite* Batu Kasah

Objek wisata Batu Kasah merupakan kawasan wisata yang paling lengkap fasilitas dan pengelolaannya juga kian meningkat khususnya dalam fasilitas. Situs ini juga memiliki nilai sejarah yang dikenalkan kepada wisatawan ketika berkunjung kesini. Dimana cerita ini diperoleh dari masyarakat sekitar dan telah dimuat dalam *e-book* Dinas Pariwisata Natuna sebagai bentuk penguatan nilai sejarah yang terkandung di kawasan *Geopark* Natuna.

Pada zaman dahulu di perkampungan Teluk, kehidupan masyarakat aman dan sejahtera dengan hasil bumi di darat dan di

laut karena merupakan daerah yang sangat subur sehingga banyak saudagar datang untuk menukarkan bahan pokok dengan barang berharga. Kapal dagang hilir mudik membawa hasil perkebunan dan hasil laut dari kampung Teluk dan menjadi daerah lalu lalang kapal niaga sehingga kejahatan dilaut luar biasa. Suatu hari segerombolan lanun atau penjahat naik ke darat dan memporak-porandakan kebun dan perkampungan warga dengan membakar rumah dan membawa perbekalan dengan girang. Masyarakat perkampungan Teluk mulai menata kembali kampungnya dan juga menyiapkan senjata sebagai bentuk antisipasi. Tok Nyong yang dikenal perkasa mulai menyiapkan strategi perang dengan pedang dan tombak yang diasah di sebuah batu besar dan tinggi, kemudian masyarakat juga bergantian mengasah perlengkapan perangnya dan lama kelamaan batu tersebut menjadi rata berbentuk hamparan. Batu ini disebut batu asah dan saat ini dikenal dengan nama Batu Kasah.

3) *Geosite* Gunung Ranai

Gunung Ranai merupakan satu-satunya gunung tertinggi di Natuna dan masyarakat disini mempercayai bahwa didalam gunung ini terdapat orang *bedung* atau bunian. Dimana pada zaman dahulu terdapat perompak yang mengancam keberadaan mereka hingga akhirnya mereka berdoa untuk berubah menjadi makhluk halus dan hidup di alam mereka sendiri. Sampai saat ini dalam

cerita masyarakat orang bedung ini kerap kali hadir turut meramaikan dalam setiap acara besar Natuna. Hal ini juga disampaikan oleh berbagai pengalaman warga sekitar dan orang rantauan yang ke Natuna dan bahkan pernah ada orang yang bisa berkomunikasi dengan mereka.

Cerita ini bukan rahasia umum lagi di kalangan masyarakat Natuna. Oleh karena itu pesan ini disampaikan kepada para wisatawan yang ingin menaiki Gunung Ranai ataupun berkunjung ke air terjun dan kegiatan lainnya agar selalu ingat untuk menjaga etika dan tutur bicara selama berada di kawasan tersebut untuk menghindari terjadinya sesuatu yang tidak diinginkan kepada para wisatawan.

4) *Geosite* Senubing dan Tanjung Datuk

Kedua situs *geosite* ini memiliki keterkaitan dengan legenda Batu Sindu yang terdapat di hamparan Tanjung Senubing. Dimana dua lokasi ini merupakan asal daerah antara dua pasangan yang gagal menikah karena ucapan yang merendahkan hingga terjadilah sumpah serapah bahwa orang yang ke Tanjung Senubing tidak boleh menyebut nama Tanjung Datuk dan begitu pula sebaliknya agar tidak terjadi petaka. Tentunya pesan mengenai hal ini juga diyakini dan diterapkan oleh masyarakat dan kepada para pengunjung untuk menghormati dan menjaga lisan di setiap langkah.

Pesan-pesan yang disampaikan kepada para wisatawan menggambarkan legenda yang terjadi di kawasan *Geopark* Natuna dan juga pantang larang ketika berwisata. Namun disisi lain juga memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi para pengunjung mengenai keterkaitan *Geopark* dan cerita rakyat Natuna. Sehingga dengan berkembangnya *Geopark* Natuna juga turut menggambarkan pula berbagai sejarah dan mitologi lokal yang berkembang dalam masyarakat Natuna dan bisa menjadi pemahaman kepada para wisatawan akan nilai moral dalam objek wisata tersebut.

e. Penggunaan bahasa daerah dalam pesan promosi *Geopark* Natuna

Bahasa daerah mencerminkan identitas sebagai bentuk kearifan lokal yang dimiliki oleh Natuna karena ini akan menjadi keunikan dan daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Bahasa daerah bukan hanya sekedar alat komunikasi dalam menyampaikan pesan namun merupakan bagian utama yang memperkaya narasi *Geopark* dan penguatan identitas lokal. Hal ini juga turut disampaikan dalam wawancara bersama Ketua Harian BPGN Natuna :

“Dalam menarik minat wisatawan ke Natuna jangan pula masyarakat mengubah ciri khas masyarakat Natuna dengan menghilangkan bahasa daerah didalamnya seperti contohnya geoproduct yang kita punya itu ada tipeng atau tabel mando, kemudian mereka ubah menjadi pizza Natuna dan itu jangan dibiasakan karena yang harus kita utamakan adalah tetap menonjolkan istilah dari daerah kita sendiri untuk dijual kepada wisatawan bukan merubahnya mengikuti trend yang ada” (Hasil Wawancara Ir. Basri, M.Si pada tanggal 20 Februari 2025).

Pihak BPGN dengan tegas menghimbau kepada para masyarakat untuk tidak menghilangkan bahasa daerah dalam mempromosikan geoproduct Natuna. Hal ini juga didukung dengan tema kegiatan *Geopark* yang menggunakan bahasa daerah untuk program *Geopark* dan geoproduct atau produk khas Natuna dengan penamaan berbahasa Natuna.

Kemudian juga ada slogan dengan slogan (Natuna *lawá*) yang berarti Natuna bagus, indah atau cantik, kemudian (*song gi natuna*) dengan makna ayo ke Natuna yang dibuat oleh Dinas Pariwisata Natuna yang diluncurkan untuk digunakan dalam mempromosikan Natuna khususnya di media sosial.

Gambar 4. 26 Slogan Promosi Menggunakan Bahasa Daerah



Sumber : Instagram @pariwisata_natuna

Promosi *Geopark* Natuna menggunakan bahasa daerah menjadi langkah penting untuk melestarikan budaya lokal dan sebagai upaya memperkuat identitas daerah. Bahasa Natuna seperti bahasa melayu namun logat nya tidak semua sama karena ada perbedaan antara Bunguran Besar, Pulau dan Bunguran lainnya. Penggunaan bahasa daerah dalam konteks pariwisata akan mudah diterima oleh masyarakat lokal dan disisi lain juga akan memberikan nuansa khas dan autentik kepada wisatawan dari luar Natuna. Oleh karena itu dalam mempromosikan wisata *Geopark* Natuna tidak hanya mengangkat keindahan alam saja namun juga meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mencerminkan perpaduan bahasa dan budaya Natuna.

f. Monitoring dan evaluasi pengelolaan pesan

Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna terus mengadakan evaluasi dengan keterlibatan pemerintah dan program kerja yang sudah dilakukan, agar meningkatkan kualitas informasi atau pesan yang disampaikan kepada khalayak. Dengan dilakukannya monitoring dan evaluasi ini akan menjadi langkah untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan strategi komunikasi yang telah dilakukan.

Tabel 4. 3

Capaian Rencana Strategis Dinas Pariwisata Natuna Tahun 2024

No	Sasaran Strategis	Indikator Kinerja Utama	Tahun 2024		
			Target	Realisasi	Capaian
1.	Meningkatnya pertumbuhan ekonomi sektor pariwisata	Jumlah kunjungan wisatawan	27.000 orang	27.044 orang	100,16%
2.	Meningkatnya pertumbuhan ekonomi sektor pariwisata	Rata-rata lama tinggal wisatawan	4 hari	2 hari	50%
3.	Meningkatnya kawasan pariwisata	Jumlah kawasan pariwisata yang dikembangkan	1 kawasan	2 kawasan	200%
4.	Meningkatnya pemasaran pariwisata daerah melalui teknologi informasi	Persentase produk pariwisata yang dipasarkan	30%	130%	432%

Sumber : LKJ Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna 2024

Rapat rutin dilakukan oleh Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna untuk memastikan bagaimana pesan dikelola dan tersampaikan kepada khalayak. Tidak hanya di dalam ruangan, akan tetapi juga turun langsung ke objek wisata *Geopark*, pengelola di kawasan *geosite*, dengan masyarakat lokal dan analisis terhadap penggunaan media dalam pengelolaan pesan.

3. Metode Penyampaian Pesan Dalam Pengembangan *Geopark* Natuna

a. Metode Interaktif (dua arah)

Pendekatan komunikasi yang melibatkan partisipasi aktif antara pelaku pariwisata dan wisatawan dengan menciptakan komunikasi dua arah kepada wisatawan untuk berinteraksi, bertanya, memberikan masukan dan penilaian atau ikut serta dalam menciptakan pengalaman wisata di *Geopark* Natuna. Pesan disampaikan dengan efektif untuk

menarik wisatawan baik dari segi atraksi wisata, fasilitas yang tersedia, aksesibilitas atau sarana prasarana, aktivitas yang bisa dilakukan selama perjalanan wisata, kemudian pelayanan yang tersedia seperti *tour guide* dan ketersediaan paket wisata sehingga memudahkan wisatawan. Metode ini tidak hanya meningkatkan pemahaman dan kepuasan wisatawan tetapi juga turut membangun hubungan emosional yang kuat antara pengunjung dan masyarakat lokal sehingga mendorong keterlibatan yang lebih dalam untuk memperkuat citra destinasi *Geopark* Natuna.

b. Metode Edukatif

Salah satu program pengembangan *Geopark* Natuna adalah kegiatan bertajuk *geoducation* atau Pendidikan kebumian yang berorientasi pada penguatan edukasi untuk mengenalkan dan memberikan wawasan mengenai *Geopark* Natuna secara umum kepada para generasi muda yang didukung oleh Dinas Pariwisata Natuna. Berikut kegiatan dalam mengimplementasikan *geoducation* :

1) *Geopark Goes to School*

Program *Geopark Goes to School* dimana merupakan bagian edukasi yang berfokus pada pengenalan dan pemahaman akan pentingnya nilai-nilai konservasi geologi, keanekaragaman hayati, budaya lokal agar dapat memberikan partisipasi aktif oleh para pelajar guna pengembangan berkelanjutan. Kegiatan yang sudah berjalan sejak tahun 2022 di Bunguran besar dan tahun 2024

diluar Pulau Bunguran dengan jumlah 15 sekolah yang sudah dikunjungi baik tingkat SMP dan SMA. Pemaparan materi mengenai *Geopark* dan pariwisata Natuna disampaikan oleh para narasumber dari Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna dan Dinas Pariwisata Natuna.

Gambar 4. 27 Program *Geoduction Geopark to School*



Sumber Gambar : www.dinaspariwisata.natunakab.go.id

Geopark Goes to School atau *Geopark Gi Kulah* merupakan kegiatan yang turut dikoordinir oleh organisasi Natuna *Geopark Youth Forum* untuk turun ke sekolah di wilayah Natuna untuk menyampaikan edukasi mengenai *Geopark*. Sesuai dengan pernyataan pada saat wawancara bersama ketua organisasi Natuna *Geopark Youth Forum* periode 2022-2024 bahwa :

“PR pengurus Geopark dan Natuna Geopark Youth Forum itu adalah memberikan pemahaman sederhana yang mengena hingga akhirnya mereka sadar. karena konsep Geopark itu dari masyarakat atau button to up, seperti hal nya kegiatan mantau kekah yang tercipta sebelum terbentuknya Geopark dan menjadi contoh bahwa untuk melindungi dan

melestarikan potensi Geopark itu bermula dari masyarakat itu sendiri”. (Hasil Wawancara Ryannaldo, S.T pada tanggal 17 Februari 2025).

Dalam perencanaannya program *Geopark Goes to School* akan menyambangi semua sekolah di Kabupaten Natuna, terutama di kecamatan yang terdapat nilai-nilai warisan geologi nya karena ini termasuk dalam penilaian penting *Geopark*.

2) *Kemah Geopark*

Kemah Geopark adalah sebuah program yang dikelola oleh *Natuna Geopark Youth Forum*, dimana program ini melibatkan para pelajar, komunitas, dan pemuda lainnya untuk mempelajari *Geopark* dengan langsung mengunjungi kawasan *Geopark* Natuna. Kegiatan ini tentu bermanfaat dari segi pendidikan, ekonomi, sosial budaya dan lingkungan. Dalam konteks pendidikan akan memberikan pemahaman tentang tiga konsep utama dalam pengembangan *Geopark*. Menjadi media pembelajaran di luar kelas sebagai wisata edukasi yang menyenangkan, interaktif dan menambah wawasan. Menurut wawancara bersama Sekretaris II *Geopark* Natuna ialah :

“Selain kegiatan didalam ruangan, BPGN Natuna juga sudah rutin melakukan kegiatan diluar dengan tema yang spesifiknya kita merangkul generasi muda dengan kegiatan menarik namun inti penyampaian akan Geopark disejalankan dan biasanya dilakukan dengan mengunjungi situs geosite. Dulu itu namanya tour the Geopark tapi kini menjadi Kemah Geopark, ini juga merupakan kolaborasi antar mitra BPGN Natuna dan sudah menjadi kegiatan wajib setiap tahunnya. Kegiatan seperti bukan sekedar rekreasi namun kita

akan memberikan pemahaman Geopark itu sebenarnya apa dengan langsung mengunjunginya untuk saling menjaga dan melestarikan potensi Geopark ini” (Hasil Wawancara Ryannaldo, S.T pada tanggal 17 Maret 2025).

3) *Geopark Gi Kampus*

Sosialisasi yang gencar dilakukan oleh Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna dan Natuna *Geopark Youth Forum* kepada mahasiswa baru di kampus STAI Natuna. Sekolah Tinggi Agama Islam Natuna merupakan satu-satunya perguruan tinggi swasta di Kabupaten Natuna yang terus berinovasi dan menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga termasuk BPGN Natuna dengan penandatanganan nota kesepahaman pada Selasa 25 Februari 2025 di Museum Daerah Natuna bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran di kalangan mahasiswa tentang pelestarian alam, kekayaan geologi dan budaya serta memperkuat potensi pengembangan *Geopark* Natuna.

Gambar 4. 28 *Geopark Gi Kampus STAI Natuna*



Sumber Gambar : <https://geoparknatuna.org>

Keselarasan program yang dirancang STAI Natuna dengan program pengembangan *Geopark* dimana pihak STAI Natuna sedang berfokus penggalian modal sosial yang termasuk dalam salah satu tiga unsur *Geopark* yaitu budaya. Sehingga dengan terjalinnya kerjasama ini mampu memberikan kolaborasi dalam pengembangan dan penelitian budaya daerah.

c. Metode Persuasif

Komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang, dimana metode ini perlu dilakukan agar kegiatan pariwisata ini bisa berkelanjutan dalam mempengaruhi khalayak baik khalayak primer maupun khalayak sekunder agar pengelolaan dan pengembangan *Geopark* juga bisa mencapai tujuan sebagaimana yang telah direncanakan dan dipersiapkan oleh pihak BPGN Natuna. Berdasarkan hasil wawancara bersama Sekretaris II *Geopark* Natuna dalam wawancara mengenai bentuk komunikasi persuasif yang dilakukan ialah :

“Dalam mempersuasi khalayak ini sudah kita lakukan seperti yang diintruksikan Bupati Natuna untuk menampilkan logo Geopark dalam template dan desain, terus ada juga dengan tagar yang dibuat yaitu ajakan ke Natuna atau #songginatuna, kemudian kami juga melakukan aksi sosial sebagai bentuk aksi menjaga dan melestarikan alam dikawasan Geopark itu seperti penanaman terumbu karang, konservasi, dan menumbuhkan kepedulian lingkungan dimanapun itu, kemudian pihak pengelola menyediakan papan plang atau peringatan untuk kenyamanan berwisata tanpa meninggalkan sampah. Tidak lupa pula BPGN Natuna mengadakan kegiatan-kegiatan menarik yang mendorong keterlibatan dan partisipasi masyarakat,

contohnya seperti mengajak para generasi muda bergabung dalam pengembangan Geopark melalui Natuna Geopark Youth Forum” (Hasil Wawancara Ryannaldo, S.T pada tanggal 17 Maret 2025).

4. Media Penyampaian Pesan Geopark Natuna

Media berperan penting dalam penyebaran pesan tentang Geopark Natuna. Informasi disampaikan untuk meningkatkan kesadaran publik, menarik minat wisatawan serta memahami nilai-nilai terkait Geopark Natuna. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Ketua Harian BPGN Natuna yakni :

“Komunikasi merupakan bagian yang sangat vital karena merupakan bagian dari propaganda dimana keberhasilan pariwisata, Geopark dan lainnya ditentukan oleh komunikasi. Oleh karena itu Diskominfo menjadi salah satu bagian yang dominan dalam pengembangan Geopark untuk mengelola komunikasi antar opd, antar masyarakat, dan antar stakeholder. Komunikasi dalam mendukung Geopark itu sangat penting karena kalau komunikasi tidak berjalan dengan baik maka kita tidak akan bisa mempertahankan status Geopark ini” (Hasil wawancara Ir. Basri, M.Si pada tanggal 20 Februari 2025).

Dalam program pemasaran pariwisata Kabupaten Natuna 2024 untuk meningkatkan pemasaran pariwisata daerah melalui teknologi informasi dianggarkan dana Rp. 3.193.862.510 yang dialokasikan untuk pemasaran pariwisata, fasilitasi kegiatan pemasaran, penyebaran data dan informasi serta penguatan promosi melalui media cetak, elektronik dan media lainnya baik dalam ataupun luar negeri. Ada berbagai media yang digunakan sebagai alternatif penyebaran pesan mengenai Geopark Natuna, yaitu :

a. Media Cetak

Media cetak menjadi salah satu media yang cukup relevan bagi masyarakat yang masih mengandalkan informasi tertulis sebagai sumber utama. Pendistribusian media cetak mengenai *Geopark* Natuna berada di tempat-tempat strategis seperti bandara, hotel, kantor, sekolah dan pusat informasi dikawasan pariwisata. Kemudian dibagikan buku pembelajaran mengenai *Geopark* Natuna yang biasanya dibagikan pada kegiatan yang bertema *Geopark*. Media cetak memiliki keunggulan untuk pelaporan, referensi atau bahan promosi jangka panjang karena bersifat fisik. Sejauh ini media cetak masih sangat diperlukan dalam penyebaran pesan mengenai *Geopark* Natuna khususnya kepada masyarakat Natuna seperti *geotrail* peta jalur wisata, buku materi *Geopark* Natuna, baleho, spanduk dan lainnya.

b. Media Elektronik

Media elektronik yang berperan aktif dalam penyebaran pesan *Geopark* Natuna adalah televisi dan radio. Pemerintah Kabupaten Natuna sangat menerima baik bagi rekan media yang ingin mengeksplor keindahan alam *Geopark* Natuna. Berbagai program dari stasiun televisi sudah hadir dan menyiarkan langsung keindahan alam Natuna seperti Metro TV, TV One, TVRI, Inews, Trans 7, Kompas Tv dan lainnya turut membantu menyebarluaskan promosi pariwisata *Geopark* Natuna. Kemudian Pemerintah Daerah juga bekerja sama dengan Pemerintah Batam mendirikan Natuna Tv pada tahun 2023.

Melalui Diskominfo Natuna juga menjalin kerjasama dengan stasiun Tv One untuk mendukung penyebaran informasi *Geopark* Natuna kepada khalayak. Media elektronik lainnya ada radio yaitu RRI Ranai yang hadir dan bekerja sama dalam setiap kegiatan dan membantu memperkuat identitas mengangkat kearifan lokal Natuna seperti cerita rakyat, penggunaan bahasa daerah, musik tradisional yang dominan mengintegrasikan budaya Natuna. Jangkauan RRI Ranai yang luas dan dekat dengan masyarakat membuat media elektronik ini menjadi media yang mampu membentuk opini publik dalam menyebar luaskan pesan sebagai informasi yang positif untuk mendukung kesuksesan *Geopark* Natuna. Media elektronik mempunyai kekuatannya tersendiri dalam menyampaikan pesan yang cepat, berulang dan mampu menyentuh berbagai kalangan masyarakat.

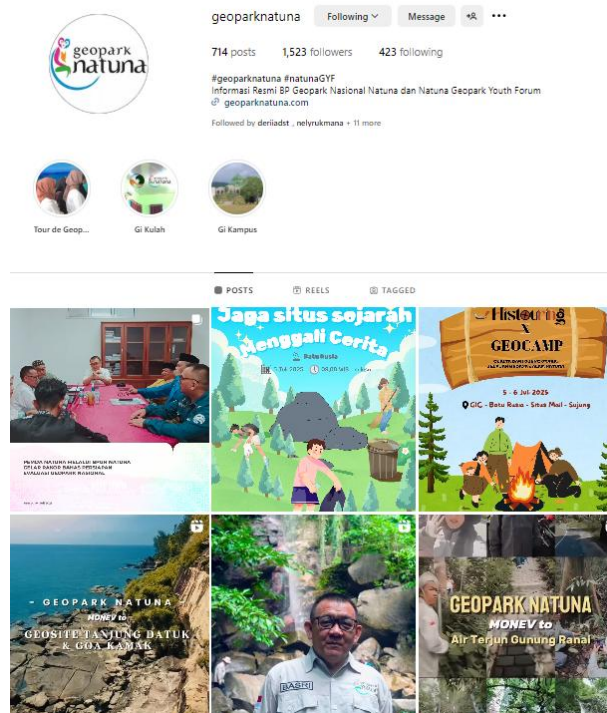
c. Media Sosial

Media sosial adalah media penting yang digunakan dalam menyampaikan pesan mengenai *Geopark*. Media yang mudah digunakan dan mampu menjangkau khalayak secara luas membuat media ini menjadi *platform* yang cepat dan efektif. Di era digital saat ini media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan akan tetapi menjadi media dalam penyebaran informasi dan promosi. Media sosial berperan penting dalam mendukung pengembangan *Geopark* Natuna. Hal ini disepakati oleh Sekretaris II *Geopark* Natuna dalam wawancara berikut :

“Kita memanfaatkan teknologi media sosial untuk komunikasi antar pengurus kemudian menekankan pada setiap kegiatan memanfaatkan moment tertentu dan selalu up date untuk diolah dan diposting agar kegiatan itu terlihat real time. Sejauh ini yang paling sering digunakan adalah media sosial Instagram” (Hasil Wawancara Ryannaldo, S.T pada tanggal 17 Maret 2025).

Media sosial menampilkan konten-konten visual seperti foto dan video destinasi wisata *Geopark Natuna* secara mudah, cepat dan luas. Berbagai fitur dalam media sosial mampu meningkatkan promosi daya tarik wisata, kemudian bisa berinteraksi dan berkomunikasi terkait destinasi wisata yang bisa dikunjungi seperti hal nya sarana dan prasarana yang dijangkau oleh para wisatawan serta membangun citra positif di mata publik terkait *Geopark Natuna*.

Gambar 4. 29 Media Sosial Instagram @geoparknatuna



Sumber : Dokumentasi Peneliti

Geopark Natuna menggunakan berbagai jenis media sosial yaitu Instagram, Facebook dan TikTok namun sejauh ini yang pengelolaannya aktif hanya di aplikasi Instagram dengan menyajikan pesan-pesan secara informatif terkait *Geopark Natuna*.

d. Media Online (Website)

Website berperan sebagai media yang menjembatani komunikasi antar khalayak mengenai informasi kegiatan *Geopark Natuna*. Pesan dikelola dan dipublikasikan secara transparan dengan data yang valid. Website *Geopark Natuna* dikemas secara menarik dengan menampilkan situs-situs *Geosite Geopark Natuna* kemudian terdapat fitur seperti profil, informasi, keragaman peta kawasan dan dokumen mengenai *Geopark Natuna*. Website ini dikelola langsung oleh pihak Badan Pengelola *Geopark Nasional Natuna* dengan turut menggunakan bahasa dua bahasa yakni bahasa Indonesia dan Inggris agar dapat dijangkau oleh lintas negara.

Gambar 4. 30 Website *Geopark Natuna*



Sumber : <https://geoparknatuna.org>

C. Pembahasan Penelitian

Pada pembahasan ini berisi mengenai pembahasan peneliti menggunakan konsep strategi komunikasi Anwar Arifin dengan penelitian Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan lokal.

1. Strategi mengidentifikasi khalayak

Khalayak sasaran dalam pariwisata *Geopark* Natuna terbagi menjadi dua jenis yaitu khalayak primer dan sekunder. Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna dan Dinas Pariwisata Natuna mengidentifikasikan dua jenis khalayak berdasarkan keterlibatannya terhadap pesan dan tujuan dalam pengembangan *Geopark* Natuna.

Khalayak primer merupakan khalayak utama yang menjadi fokus promosi dalam strategi perencanaan pesan *Geopark* Natuna. Khalayak primer diantaranya wisatawan global atau mancanegara, wisatawan domestik atau nusantara, kemudian wisatawan *Geopark* Natuna seperti geowisatawan atau wisatawan dengan minat khusus dalam bidang geologi yaitu wisatawan biodiversitas dengan minat mengeksplor kawasan *biodiversity* dan wisatawan *cultural diversity* dengan minat wisata budaya. Sedangkan khalayak sekunder adalah kelompok orang yang tidak menjadi target utama namun masih memiliki peran secara tidak langsung dalam komunikasi yang tetap diperhitungkan karena tetap bisa terpapar dan terpengaruh oleh pesan yang disampaikan kepada khalayak primer. Khalayak sekunder *Geopark* Natuna ialah khalayak berdasarkan konsep pentahelix dalam pengembangan *Geopark* yaitu pemerintah, komunitas,

pihak swasta, akademisi dan media. Pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang memberikan rencana strategis sekaligus alokasi pendanaan dalam mendukung pengembangan di kawasan *Geopark* Natuna dan program-program didalamnya. Kemudian komunitas seperti mitra BPGN Natuna baik didalam daerah maupun diluar daerah, pengelola objek wisata seperti kelompok sadar wisata (pokdarwis) yang sudah dibentuk di tiap kecamatan, komunitas konservasi seperti komunitas mantau kekah, komunitas pencinta sejarah dan budaya Natuna dan komunitas lainnya. Serta pengelola kawasan *geosite* dan objek wisata yang memberikan pelayanan dan memastikan kenyamanan wisatawan, karang taruna, lembaga organisasi baik resmi dan tidak resmi, masyarakat lokal dan sebagainya. Adapula pihak swasta yaitu pengusaha pariwisata yang mendukung pemenuhan amenities bagi para wisatawan, investor yang mengalokasikan modal dalam pariwisata *Geopark* Natuna dibidang pelayanan jasa atau tour guide, hotel, *resort* dan pelaku bisnis yang memberikan kontribusi dan dampak positif dalam mendukung pariwisata *Geopark* Natuna. Kemudian bagian akademisi berperan sebagai sumber ilmu pengetahuan dengan melakukan riset, kajian, penelitian akan potensi dari geologi, keanekaragaman hayati dan budaya dimana termasuk nilai penting dalam *Geopark*. Saat ini sudah terdapat publikasi ilmiah mengenai *Geopark* Natuna dan pihak BPGN Natuna juga melakukan kerjasama dalam bidang akademisi ini. Sementara itu, media memiliki peran sebagai jembatan komunikasi dalam menyebarluaskan pesan, membentuk persepsi

publik, dan membangun citra *Geopark* Natuna. Badan Pengelola *Geopark* Natuna menjalin kerjasama dengan berbagai media agar jangkauan informasi yang diberikan semakin luas, menarik perhatian wisatawan dan tentunya meningkatkan *branding Geopark* Natuna.

Kelima unsur ini merupakan khalayak sekunder *Geopark* Natuna, dimana konsep ini disinergikan untuk saling melengkapi dan bekerja sama dan setiap unsur memiliki kontribusinya masing-masing sehingga tidak bisa digantikan oleh yang lain sehingga menjadi langkah strategis dalam pengelolaan *Geopark* Natuna melalui kolaborasi lima sektor.

2. Strategi pengelolaan pesan

Pengelolaan pesan mengenai *Geopark* Natuna merupakan langkah strategi komunikasi yang dilakukan untuk mencapai pengembangan pariwisata *Geopark* Natuna. Pesan yang dikelola tidak hanya sebatas keindahan alam saja tetapi juga menekankan kearifan lokal Natuna. Berikut langkah strategis pengelolaan pesan berbasis kearifan lokal :

a. Pesan mendeskripsikan keunikan geografis Natuna

Pesan disampaikan kepada khalayak dengan memberikan pemahaman akan keunikan geografis dikawasan *Geopark* Natuna baik dari segi letak, bentuk alam, karakter dan jenis yang dimiliki hingga usia bebatuan dan kondisi geografisnya. Pesan dirancang untuk memberikan kesan mendalam kepada khalayak dibalik indahnya destinasi 8 *geosite* juga terdapat nilai geologis yang bukan hanya sekedar objek wisata melainkan warisan bumi yang tersimpan di pulau

paling utara Indonesia. Bagian daratan Natuna juga menyimpan kekayaan geografis yang terdiri dari berbagai jenis flora dan fauna dimana pesan ini diangkat agar bisa menjadi gambaran keistimewaan alam Natuna yang berbeda dari lainnya. Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna memberikan pesan seefektif mungkin kepada khalayak baik secara langsung maupun tidak langsung agar pesan ini bisa menjadi daya tarik bagi *Geopark* Natuna yang mudah diterima oleh khalayak. Pesan yang mendeskripsikan kondisi geografis Natuna disampaikan langsung kepada khalayak khususnya masyarakat lokal karena sejatinya pengembangan *Geopark* ini adalah agar masyarakat Natuna bisa peduli dan memahami makna *Geopark* di Natuna, dilakukan kegiatan pelatihan, sosialisasi, dan kegiatan lainnya sebagai penguatan sumber daya manusia dimana materi dan pesan ini memuat akan keunikan geografis Natuna yang harus dijaga bersama. Begitu pula dalam menarik minat wisatawan, pesan ini diberikan sebagai agar wisatawan bisa melihat perbedaan dalam konteks pariwisata terkait apa saja keunggulan kawasan *Geopark* dibandingkan dengan kawasan wisata lainnya. Pesan yang mendeskripsikan keunikan geografis Natuna menunjukkan potensi wilayah Natuna yang memiliki karakteristik geografis yang berbeda menjadikannya bernilai sebagai warisan bumi yang harus dikenali, dijaga dan dilestarikan serta mempertegas keunggulan Natuna sebagai wilayah penting dalam pengembangan *Geopark* di Indonesia.

b. Pesan promosi mengangkat unsur visual *Geopark* Natuna

Pesan yang mengandung unsur penting memvisualisasikan *Geopark* Natuna. Upaya pemasaran dapat berupa foto atau video yang menarik yang mudah diterima dan menampilkan objek visual *Geopark* Natuna. Adapun beberapa langkah yang dilakukan ialah penyertaan logo *Geopark* sebagai identitas visual dimana logo merupakan identitas visual, BPGN Natuna merilis logo *Geopark* Natuna yang mengandung unsur penting *Geopark* dan memiliki elemen warna, tulisan yang bermakna. Penyertaan logo *Geopark* Natuna ditekankan oleh Bupati Natuna selaku Ketua Umum BPGN Natuna sebagai bentuk dukungan dalam setiap kegiatan dan pesan yang disebar di berbagai media yang menandakan sebagai identitas visual *Geopark* Natuna. Kemudian memvisualisasikan lanskap ikonik *Geopark* Natuna dengan tampilan keindahan alam di kawasan *Geopark* Natuna untuk memberikan gambaran kepada para wisatawan yang ingin berkunjung. Serta menampilkan infografis *Geopark* Natuna yang merupakan gabungan informasi dan desain grafis tentang *Geopark* Natuna dengan menampilkan aspek geologi, keanekaragaman hayati dan budaya yang menjadi unsur utama *Geopark* Natuna. Infografis menjadi pesan promosi yang singkat dan jelas dan juga melakukan monitoring dan evaluasi pengelolaan pesan oleh BPGN Natuna yang rutin mengadakan evaluasi program kerja dan pesan-pesan yang dikelola dengan memperhatikan kembali rencana induk *Geopark*, rencana strategis

pariwisata yang telah terlaksana maupun yang akan dilakukan. Mengkaji dan memastikan kembali implementasi program kerja dan pengelolaan pesan dengan rapat, turun langsung ke objek wisata *Geopark* dan pengelolaannya kemudian diskusi bersama masyarakat lokal dan menganalisis penggunaan media terhadap promosi pesan untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan strategi komunikasi.

c. Pesan merepresentasikan budaya lokal Natuna

Pesan mengenai budaya yang termasuk aspek utama pengembangan *Geopark* disampaikan kepada para wisatawan untuk memberikan nilai dalam kategori wisata budaya. BPGN Natuna menegaskan bahwa budaya dan *Geopark* Natuna tidak terpisahkan, oleh karena itu budaya Natuna selalu dilibatkan dalam setiap kegiatan pariwisata.

Pesan-pesan terkait warisan budaya dibagi menjadi dua yaitu warisan budaya benda dan tak benda. Warisan budaya benda merupakan bentuk bangunan bersejarah, cagar budaya dan yang bersifat kebendaan. Warisan budaya benda sudah memiliki beberapa kajian yang tersebar di situs online sehingga memudahkan wisatawan dengan minat wisata budaya jika hendak menelusuri benda yang bernilai sejarah dan budaya. Kemudian warisan budaya yang kedua ialah warisan budaya tak benda yang terdiri dari 10 kategori yaitu kesenian tradisional, sejarah, adat istiadat, tradisi, permainan rakyat, olahraga tradisional, pengetahuan tradisional, tradisi lisan, bahasa dan

teknologi tradisional. Warisan budaya tak benda akan terus mengiringi pengembangan pariwisata *Geopark* Natuna kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengelolaan pesan ini menjadi bentuk kegiatan pariwisata dan salah satu upaya strategis oleh Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna dan pihak terkait dalam merepresentasikan budaya lokal Natuna sebagai identitas daerah.

- d. Pengelolaan pesan di situs geologi atau *geosite* *Geopark* mengintegrasikan nilai sejarah dan mitologi lokal masyarakat Natuna

Pesan membahas cerita lokal di kawasan *geosite*, dimana cerita yang diberikan bukan hanya sekedar narasi guna memperkaya narasi menarik dalam berwisata akan tetapi memiliki keterkaitan legenda yang sudah hadir sejak lama di Natuna. Pesan dilakukan melalui pendekatan yang mengintegrasikan fakta ilmiah dan narasi budaya dan diwujudkan melalui papan informasi yang berisikan dua sudut pandang cerita baik secara geologis dan budaya atau mitos yang berkembang di masyarakat. Kemudian pemandu wisata juga berperan dalam menyampaikan pesan ini kepada pengunjung, namun disisi lain Dinas Pariwisata Natuna juga sudah meluncurkan *e-book* yang lengkap membahas sejarah dan mitologi lokal di Natuna. Kawasan *geosite* *Geopark* Natuna memiliki 4 situs yang juga termasuk kedalam cerita rakyat Natuna yaitu, *geosite* Pulau Senua dengan bentuk pulau seperti ibu hamil yang sedang berbaring, *geosite* Batu Kasah dengan penamaannya berdasarkan jenis batu yang digunakan untuk mengasah persiapan perang melawan *lanun*

atau penjahat, kemudian *geosite* Gunung Ranai dimana didalamnya terdapat mitologi lokal yang dipercayai bahwa gunung tersebut dihuni orang *bedung* atau orang bunian, dan yang terakhir ialah *geosite* Tanjung Senubing dan Tanjung Datuk yang merupakan lokasi antara mempelai pengantin pria dan wanita yang gagal menikah dan mitosnya jika berkunjung ke Tanjung Senubing tidak boleh menyebut nama Tanjung Datuk begitu pula sebaliknya agar terhindar dari malapetaka.

Dengan mengintegrasikan pesan bernilai sejarah dan mitologi lokal yang terdapat dikawasan *geosite Geopark* memberikan pengalaman dan pemahaman wisata yang lebih kompleks, edukatif dan memperkuat identitas *Geopark* Natuna berbasis kearifan lokal.

e. Penggunaan bahasa daerah dalam pesan promosi *Geopark* Natuna

Bahasa daerah merupakan bagian integral yang mencerminkan kearifan lokal untuk memperkuat identitas lokal. BPGN Natuna mengajak masyarakat untuk tidak menghilangkan penggunaan bahasa daerah seiring dengan memajukan pariwisata Natuna. Sehingga setiap kegiatan, program dan khususnya geoproduct menggunakan bahasa daerah. Kemudian tagar media sosial yang diinisiasikan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna menggunakan bahasa daerah. Penggunaan bahasa lokal dalam dunia pariwisata akan mudah diterima oleh masyarakat lokal dan memberikan nilai autentik kepada wisatawan diluar Natuna. Slogan resmi yang diluncurkan yaitu Natuna *lawá* berarti Natuna indah atau cantik, kemudian ada tagar *#songginatuna* yang

berarti ayo ke Natuna. Slogan dan tagar ini akan terus dipertahankan dalam mempromosikan keindahan pariwisata di Natuna dengan mengangkat bahasa daerah sebagai pesan promosi.

3. Strategi menentukan metode

Metode strategi komunikasi yang digunakan dalam pariwisata *Geopark* Natuna terdapat 3 metode yang sesuai dengan tujuan pengembangan *Geopark* dan sebagai penguatan sumber daya manusia. Berikut ini 3 metode komunikasi yang digunakan BPGN Natuna, diantaranya :

a. Metode interaktif atau dua arah

Merupakan pendekatan komunikasi dengan melibatkan partisipasi aktif pelaku pariwisata dan wisatawan sehingga pesan bisa tersampaikan secara efektif terkait *Geopark* Natuna kepada wisatawan baik dari segi atraksi wisata, fasilitas, aksesibilitas atau sarana dan prasarana, aktivitas dan kegiatan yang bisa dilakukan dalam perjalanan wisata hingga pelayanan yang tersedia dan paket wisata yang memudahkan wisatawan.

b. Metode edukatif

Geopark memiliki konsep terpadu yang dalam pengembangannya berasal dari konservasi, pendidikan dan pengembangan ekonomi. Pendidikan menjadi hal penting dalam pengembangan *Geopark* Natuna sehingga dilakukan kegiatan yang berorientasi untuk meningkatkan edukasi mengenai *Geopark* Natuna kepada khalayak khususnya

generasi muda. Kegiatan ini dimulai pada tahun 2022 dengan target pesan adalah para generasi muda baik siswa hingga mahasiswa yang dimulai dari SMP, SMA dan Perguruan Tinggi. Metode edukatif disejalankan dengan program kerja *Geopark* yaitu *geoducation* yang berarti pendidikan kebumian melalui kegiatan *Geopark goes to school*, *Kemah Geopark* dan *Geopark Gi Kampus*.

c. Metode persuasif

Metode persuasif yang dilakukan oleh BPGN Natuna terbagi menjadi dua yaitu yang pertama dalam ruang lingkup organisasi dengan menginstruksikan peraturan Bupati Natuna nomor 1 tentang dukungan semua organisasi perangkat daerah Kabupaten Natuna dalam pengembangan *Geopark* Natuna di setiap kegiatan baik tingkat Desa maupun Kecamatan serta penyertaan logo *Geopark* Natuna. Kemudian yang kedua ialah mempersuasi khalayak melalui kampanye sosial untuk saling menjaga alam, kegiatan dan aksi nyata yang mengajak keterlibatan masyarakat di kawasan *geosite* seperti konservasi terumbu karang, membersihkan bebatuan, konservasi kekah dan kegiatan bidang kebudayaan dengan menyertakan peran aktif dari masyarakat sehingga di setiap kegiatan *Geopark* juga mendapat perhatian dari masyarakat lokal. Kemudian dalam promosi pesan menggunakan tagar yang berkaitan dengan *Geopark* Natuna untuk mempersuasi khalayak akan keindahan dan membuat pesan yang bisa menjadi magnet bagi wisatawan untuk berkunjung.

4. Strategi penggunaan media

Komunikasi merupakan bagian vital dalam keberhasilan penyebaran pesan pariwisata *Geopark* Natuna. Dalam program pemasaran pariwisata Kabupaten Natuna tahun 2024 melalui dana teknologi informasi dengan anggaran sebesar Rp. 3.193.862.510 untuk pemasaran, penyebaran data dan informasi serta penguatan promosi menggunakan media cetak, elektronik dan lainnya yang mencakup didalam negeri ataupun luar negeri. Badan Pengelola *Geopark* Natuna menggunakan empat jenis media yaitu media cetak, media elektronik, media sosial dan media online.

Berikut media yang digunakan sebagai bentuk alternatif dalam penyebaran pesan mengenai *Geopark* Natuna kepada khalayak ialah media cetak, media yang tergolong relevan bagi khalayak yang masih mengandalkan informasi tertulis sebagai media informasi utama khususnya bagi masyarakat lokal. Pendistribusian media cetak terletak di tempat lokasi strategis seperti pusat informasi, bandara, kantor, hotel, pusat oleh-oleh dan kawasan lainnya. Media cetak berbentuk spanduk, buku, peta informasi dan sebagainya yang memiliki keunggulan jangka panjang karena bersifat fisik dan memudahkan pelaporan, referensi dan promosi dan masih menjadi media yang sangat membantu dan memudahkan penyebaran pesan *Geopark* Natuna. Kemudian Media elektronik, media yang masih berperan penting dalam penyebaran pesan *Geopark* Natuna. Pemerintah Natuna menerima baik rekan-rekan media dengan tujuan untuk mempromosikan *Geopark* Natuna seperti stasiun

televisi di Indonesia yang hadir dan menyebarluaskan pesan promosi mengenai keindahan alam Natuna. Kemudian pihak BPGN Natuna melalui Diskominfo Natuna juga menjalani kerjasama dengan media elektronik seperti TvOne dan RRI Ranai untuk memperkuat pesan promosi karena media elektronik memiliki kekuatan tersendiri dalam menyampaikan pesan secara cepat, berulang dan mampu menyentuh berbagai kalangan. Adapula Media sosial yang menjadi media utama dalam pengelolaan pesan *Geopark* Natuna. Penggunaan media sosial sebagai salah satu media yang menyebarkan pesan mengenai *Geopark* memiliki peran signifikan terhadap pengembangan potensi wisata *Geopark* Natuna kepada khalayak. *Geopark* Natuna memiliki media sosial yang dikelola langsung oleh pihak BPGN Natuna untuk menyebarkan informasi dan promosi yang bisa dijangkau oleh khalayak. Media sosial yang digunakan ialah Instagram @geoparknatuna sebagai media promosi dan berkomunikasi serta membangun citra positif di mata publik. Serta Media online atau website, yang memuat informasi secara lengkap baik dari segi kegiatan, latar belakang, program kerja dan pesan mengenai *Geopark* Natuna dengan jelas dan informatif karena dipublikasikan secara transparan dengan data yang valid. Website *Geopark* Natuna dikelola dengan tampilan yang menarik dengan menggunakan dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan Inggris agar mudah dijangkau khalayak dan website ini juga sebagai identitas dan *branding* *Geopark* Natuna.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan Lokal dengan tahapan: pertama, pemetaan khalayak secara komprehensif dan terintegrasi baik khalayak primer maupun khalayak sekunder. Kedua, penyusunan pesan, menggunakan pendekatan *local wisdom* dan bersifat informatif. Ketiga, media konvensional hingga digital.

Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan Lokal dirancang secara holistik dengan mempertimbangkan karakteristik khalayak yang mengorientasikan pesan-pesan kearifan lokal melalui pendekatan komunikasi secara adaptif dan turut mengimplementasikan saluran komunikasi dalam menyampaikan pesan secara efektif dan optimal.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan mengenai Strategi Komunikasi Pariwisata *Geopark* Natuna Berbasis Kearifan Lokal dan hasil serta kesimpulan yang didapatkan. Maka peneliti memberikan saran untuk penelitian dalam konteks yang sama kedepannya membahas secara terpisah dan spesifik terkait *Geopark* Natuna seperti pemahaman mendalam dengan mengkaji kawasan *Geosite Geopark*, hayati atau keberagaman budaya Natuna yang dikaitkan dengan konteks komunikasi. Sehingga memiliki kajian yang berbeda namun masih dalam ruang lingkup yang sama terkait *Geopark* Natuna.

Karena penulis sendiri mengalami keterbatasan data dibagian *biodiversity* sehingga dengan adanya kajian yang lebih mendalam antar tiga pilar utama pengembangan *Geopark* agar bisa memperkaya dan memperkuat identitas *Geopark* Natuna.

Terdapat banyak referensi yang bisa menjadi kajian ilmiah tentang *Geopark* Natuna khususnya membahas potensi wisata geologi, wisata minat khusus keberagaman hayati dan warisan budaya. Karya ilmiah yang berkaitan dengan *Geopark* Natuna akan turut membantu Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna dalam pemenuhan penilaian *Geopark* Natuna menuju *Unesco Global Geopark*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. (2020). Permen Bappenas RI Nomor 15 Tahun 2020 Tentang Rencana Aksi Nasional Pengembangan Taman Bumi (Geopark) Indonesia Tahun 2021-2025. *Bappenas RI*, 1–97.
- Chaerunissa. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4), 159–175.
- Desandro, M. B. (2021). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak dalam Mempromosikan Event Wisata Seba Bady Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Skripsi Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata*.
- Du, Y., & Girault, Y. (2018). A Genealogy of UNESCO Global Geopark: Emergence and Evolution. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 6(2), 1–17. <https://doi.org/10.17149/ijgp.j.issn.2577.4441.2018.02.001>
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Henriques, M. H., & Brilha, J. (2017). UNESCO Global Geoparks: A strategy towards global understanding and sustainability. *Episodes*, 40(4), 349–355. <https://doi.org/10.18814/epiiugs/2017/v40i4/017036>
- Hernawan, D., & Hutagalung, S. S. (2022). Model Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung. *Repository.Lppm.Unila.Ac.Id*. <http://repository.lppm.unila.ac.id/42116/>
- Hutabarat, L. F., & Pratiwi, N. I. (2022). Pengembangan Pariwisata Natuna Menuju Unesco Global Geopark. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1, 1–19. <https://doi.org/10.38043/jids.v6i1.3388>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). Rencana Strategis Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020-2024. *Wonderful Indonesia*, 1–136. https://api2.kemendparekraf.go.id/storage/app/resources/media_1598887965_Rencana_strategis_2020-2024.pdf

- Kusuma, Y. (2021). Pentingnya Strategi Komunikasi dalam Berkomunikasi. *Journal: Sudut Pandang*, 2(1), 1–5.
- Lestari, F., & Indrayati, I. (2022). Pengembangan Kelembagaan dan Pembiayaan Geopark di Indonesia: Tantangan dan Strategi. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 6(2), 102–122. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.2.102-122>
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu Komunikasi : Suatu pengantar*. Bandung : PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nugraha, K.S.A., & dkk, (2021). Geopark Natuna. Bandung : Unpad Press
- Nugroho, W., & Sugiarti, R. (2018). Analisis Potensi Wisata Kampung Sayur Organik Ngemplak Sutan Mojosongo Berdasarkan Komponen Pariwisata 6A. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 19(2), 35–40.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95.
- Octaviany, V. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Bale Seni Barli-Kota Baru Parahyangan. *Tourism Scientific Journal*, 1(2), 184. <https://doi.org/10.32659/tsj.v1i2.11>
- Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>
- Rasyid Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2021). Pengembangan Branding Pariwisata Maluku Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 89–99. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss1.art7>
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Sitepu, E., & Sabrin,. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara. *Agustus*, 9, 28–44.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif). *Metode Penelitian Kualitatif*, 1–274. <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>

Sukmadi, S., Kasim, F., Simatupang, V., Goeltom, A. D. L., & Saftara, I. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Berbasis Kearifan Lokal pada Desa Wisata Pagerharjo Kecamatan Samigaluh Kabupaten Kulon Progo Yogyakarta. *Masyarakat Pariwisata : Journal of Community Services in Tourism*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.34013/mp.v1i1.356>

Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>

Syawal, M. F., Muslim, & Aminah, R. S. (2023). Strategi Komunikasi Anggota Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga Dalam Kegiatan Penyuluhan Penanganan Stunting di Kelurahan Baranangsiang. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7(1), 21–28. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik>

LAMPIRAN

Lampiran 1



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR : 104/FIKOM/KPTS/2025
TENTANG**

PENETAPAN SPONSOR PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA

BISMILLAHIRRAHMANIRRAHIM

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang : a. bahwa untuk membantu Mahasiswa dalam penulisan Skripsi perlu ditetapkan Sponsor yang akan memberi bimbingan sepenuhnya terhadap Mahasiswa;
- b. bahwa penetapan Dosen sebagai Sponsor perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan;
- Mengingat : 1. Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Pendidikan Nasional Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999 Tentang Pendidikan Tinggi;
2. Undang – Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Surat Keputusan Depdiknas No. 1078/D/T/2009 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Ilmu Komunikasi di UIR;
4. Peraturan Yayasan Lembaga Pendidikan Islam (YLPI) Riau Nomor 01/PER/YLPI-I/2024 tentang Statuta Universitas Islam Riau;
5. Surat Keputusan Rektor UIR Nomor: 282/UIR/KPTS/2009 tentang Kurikulum Baru Program Studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau;
6. Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor 0458/UIR/KPTS/2021 tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Periode 2020-2024;
7. Peraturan UIR No. 1 Tahun 2018 tentang Ketentuan Akademik Bidang Pendidikan Universitas Islam Riau;
8. Peraturan Rektor UIR Nomor: 9 Tahun 2022 Tentang Etika Pembimbing Skripsi;
9. Surat Penunjukan Pembimbing Tugas Akhir/ Skripsi;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI TENTANG PENETAPAN SPONSOR PENULISAN SKRIPSI MAHASISWA

1. Menunjuk dosen yang namanya tertera berikut ini:

Nama : **Assoc. Prof. Dr. Fatmawati, S.IP., MM**
NIDN/NPK : 190502807
Pangkat/Jabatan : Lektor Kepala III/d

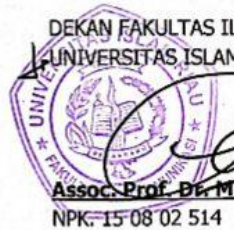
Sebagai **Sponsor** atas penulisan Skripsi Mahasiswa:

Nama : **Deri Adesti**
NPM : 219110258
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul : **Strategi Komunikasi Pariwisata Geopark Natuna Berbasis Kearifan Lokal**

2. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya di perhatikan usul dan saran dari tim Seminar Proposal.
3. Kepada yang bersangkutan diberikan honorarium sesuai dengan Peraturan yang berlaku dalam lingkungan Universitas Islam Riau
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 30 April 2025 M
2 Dzulqaidah 1446 H

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU,



Assoc. Prof. Dr. Muhd. AR Ramam Riau, M.I.Kom
NPK. 15-08 02 514

Lampiran 2

	UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI الجامعة الإسلامية الريوية
Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284 Telp. +62 761 674674 Fax +62 761 674834 Email: fikom@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id	
<u>SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI SKRIPSI</u>	
Nomor : 1341 /A-UIR/5-FIKOM/2025	
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau menerangkan bahwa :	
Nama	: Deri Adesti
Npm	: 219110258
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pariwisata <i>Geopark</i> Natuna Berbasis Kearifan Lokal.
Persentasi Plagiasi	: 12%
Status	: Lulus
Skripsi yang bersangkutan dinyatakan telah Lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan program Aplikasi Turnitin.	
Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.	
 Pekanbaru, 02 Juni 2025 Hormat Kami, Wakil Dekan Bidang Akademik, Riset dan Inovasi  Cutra Aslinda, M.I.Kom NPK : 120202538	

Lampiran 3 Surat Izin Riset



Nomor : 208/E-UIR/27-FIKOM/2025
Lampiran : -
Perihal : Izin Riset

Pekanbaru, 22 Januari 2025 M
22 Rajab 1446 H

Kepada Yth.
Badan Pengelola Geopark Nasional Kabupaten Natuna
Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna
Di -
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmutulohi Wabarokatuh

Dengan hormat, Semoga Bapak/Ibu beserta staf dalam keadaan sehat dan sukses dalam menjalankan tugas sehari-hari. Aamiin

Dengan ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa/i kami yang bernama dibawah ini, akan menyelesaikan tugas akhir penyelesaian proposal/skripsi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru. Informasi lengkap perihal di atas sebagai berikut:

No.	Nama	Objek Penelitian	Judul Skripsi
1.	Deri Adesti 219110258	Kabupaten Natuna	Strategi Komunikasi Pariwisata Geopark Natuna Berdasarkan Kearifan Lokal

Oleh karena itu kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberikan izin penelitian kepada mahasiswa/i kami tersebut sesuai dengan yang dimaksud diatas.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum



[Signature]
Assoc. Prof. Dr. Muhd. AR Irfan Riau, M.I.Kom
NPK : 150802514

Lampiran 4 Surat Balasan Izin Riset



Nomor : 016/SET-BPGN/III/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Ijin Riset

Ranai, 21 Maret 2025

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau Pekanbaru

di
Tempat

Salam Geopark!

Sehubungan dengan surat nomor 208/E-UIR/27-FIKOM/2025 tanggal 22 Januari 2025 Perihal Ijin Riset. Pada dasarnya, Badan Pengelola Geopark Nasional (BPGN) Natuna sangat terbuka dengan kegiatan riset dan penelitian sebagai pilar utama pengembangan Geopark. Oleh karena itu, kami memberikan Ijin Riset kepada mahasiswa yang dimaksud.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

a.n. KETUA UMUM BPGN NATUNA
KETUA HARIAN

H. BASRI, M.Si

BADAN PENGELOLA
GEOPARK NASIONAL NATUNA

Jln: DKWM Benteng Komplek NGU www.geoparknatuna.com
@geoparknatuna natunageopark2018@gmail.com

Lampiran 5 Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana perkembangan pariwisata Natuna setelah mendapatkan status *Geopark* Nasional?
2. Apa saja informasi tentang *Geopark* Natuna yang disampaikan kepada masyarakat dan wisatawan?
3. Bagaimana langkah yang digunakan untuk mengidentifikasi khalayak?
4. Khalayak seperti apa yang menjadi target utama dalam pengembangan *Geopark* Natuna?
5. Bagaimana pengelolaan pesan dalam mengenalkan *Geopark* Natuna?
6. Apakah ada strategi khusus yang dilakukan oleh BPGN Natuna untuk mencapai tujuan dari pesan yang dikelola?
7. Bagaimana pengelolaan pesan berbasis kearifan lokal *Geopark* Natuna?
8. Apa saja metode yang dilakukan dalam penyampaian pesan?
9. Media yang digunakan dalam mempromosikan *Geopark*?
10. Apa saja tantangan dan capaian strategis pariwisata *Geopark* Natuna?
11. Bagaimana peran komunikasi dalam pariwisata *Geopark* Natuna?
12. Bagaimana upaya BPGN Natuna mensinergikan kearifan lokal dalam pengembangan *Geopark* Natuna?
13. Apa saja yang menjadi identitas visual dalam *Geopark* Natuna?
14. Apa target BPGN Natuna kedepannnya?
15. Saran dan harapan untuk *Geopark* Natuna

Lampiran 6 Dokumentasi Informan



Dokumentasi peneliti bersama informan Ryannaldo, S.T selaku Sekretaris II Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna (Senin, 17 Februari 2025).



Dokumentasi peneliti bersama informan Ir. Basri, M.Si selaku Ketua Harian Badan Pengelola *Geopark* Nasional Natuna (Kamis, 20 Februari 2025).



Dokumentasi peneliti bersama informan H. Hardinansyah, S.E, M.Si selaku Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Natuna (Senin, 18 Maret 2025).



Dokumentasi peneliti bersama informan Hadisun, S.Ag selaku Kepala Bidang Kebudayaan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Natuna (Kamis, 17 April 2025).

Lampiran 7

BIODATA PENULIS



A. Identitas Diri

Nama : Deri Adesti

NPM : 219110258

Agama : Islam

Tempat/Tanggal Lahir : Kelarik, 02 Mei 2002

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Jl. Ali Udin, Desa Gunung Durian, Kecamatan
Bunguran Utara, Kabupaten Natuna, Kepulauan
Riau

B. Riwayat Pendidikan

TK : TK Bina Widya

SD : SDN 002 Kelarik

SMP/MTS : MTs Nur Ichsan

SMA : SMAN1 Bunguran Utara