

LAPORAN AKHIR

*“Meningkatkan Daya Tarik Wisata Geopark Natuna melalui
Kampanye Hype Geopark Ambassador”*



X



BY : WAHYUDI

HYPE GEOPARK AMBASSADOR 2024

GEOARK NATUNA

TAHUN 2024

BAB 1

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang

Geopark Natuna, yang terletak di Kab. Natuna, Kepulauan Riau, Indonesia, adalah salah satu destinasi wisata alam yang menawarkan keindahan geologis, keanekaragaman hayati, serta warisan budaya yang kaya. Sebagai bagian dari jaringan Geopark Nasional dan Internasional, Geopark Natuna memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan domestik dan mancanegara. Namun, potensi ini belum sepenuhnya di manfaatkan. Salah satu upaya untuk meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan adalah melalui kampanye Hype Geopark Ambassador.

Program Hype Geopark Ambassador bertujuan untuk menggerakkan masyarakat lokal, anak muda generasi Z, dan tokoh berpengaruh dalam mempromosikan Geopark Natuna. Kampanye ini menggunakan berbagai strategi promosi, seperti media sosial, acara lokal, kolaborasi dengan influencer dan konten kreator, serta publikasi di media massa. Dengan cara ini, diharapkan Geopark Natuna dapat dikenal lebih luas dan menarik lebih banyak wisatawan nasional maupun internasional.

1. 2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana dampak kampanye Hype Geopark Ambassador terhadap kunjungan wisatawan ke Geopark Natuna?
2. Strategi promosi apa saja yang digunakan dalam kampanye Hype Geopark Ambassador?
3. Bagaimana persepsi masyarakat dan wisatawan terhadap kampanye Hype Geopark Ambassador?

1. 3. Tujuan Penelitian

1. Menilai dampak kampanye Hype Geopark Ambassador terhadap kunjungan wisatawan ke Geopark Natuna.
2. Mengidentifikasi strategi promosi yang digunakan dalam kampanye Hype Geopark Ambassador.

3. Mengukur persepsi masyarakat dan wisatawan terhadap kampanye Hype Geopark Ambassador.

1. 4. Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi yang berguna bagi pengelola Geopark Natuna dalam merencanakan strategi promosi yang lebih efektif.
2. Menambah literatur mengenai promosi wisata melalui program duta wisata ataupun ambassador wisata.
3. Memberikan rekomendasi bagi program Hype Geopark Ambassador untuk meningkatkan efektivitas kampanye di masa mendatang.

1. 5. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode campuran (Mixed Methods) yang melibatkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif:

1. Survei kepada wisatawan yang berkunjung ke Geopark Natuna sebelum dan sesudah kampanye Hype Geopark Ambassador
2. Mempromosikan dan membuat video "*A Day In My Life Geopark Ambassador*" di beberapa tempat wisata Geopark Natuna.
3. Analisis data statistik kunjungan wisatawan ke Geopark Natuna.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2. 1. Geopark dan Pariwisata Berkelanjutan

Geopark adalah kawasan yang memiliki warisan geologi signifikan yang dimanfaatkan untuk tujuan konservasi, pendidikan, dan pengembangan ekonomi melalui pariwisata berkelanjutan. Konsep geopark diperkenalkan oleh UNESCO sebagai cara untuk melestarikan situs geologi penting sekaligus mempromosikan pariwisata berkelanjutan. Geopark berfungsi tidak hanya sebagai destinasi wisata, tetapi juga sebagai tempat untuk pendidikan dan penelitian geologi serta pemberdayaan masyarakat setempat.

Menurut Global Geopark Network dan European Geopark Network, geopark adalah area luas dimana pembangunan lokal berkelanjutan dimungkinkan dari segi sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan (Henriques & Brilha, 2017b). Sementara itu, UNESCO mendefinisikan geopark sebagai wilayah lindung nasional yang memiliki berbagai situs warisan geologi penting dengan keindahan dan kelangkaan tertentu serta dapat dikembangkan dengan konsep terpadu dari konservasi, pendidikan, dan pengembangan ekonomi masyarakat setempat (Jones, 2008). Geopark ini merupakan bentuk pemanfaatan ruang wilayah lindung guna mencapai pembangunan berkelanjutan.

Dalam pengembangan geopark, terdapat tiga perspektif utama yang harus diperhatikan, yaitu pelestarian atau konservasi, pendidikan, dan pembangunan berkelanjutan. Perspektif pelestarian atau konservasi menekankan pentingnya menjaga dan melindungi warisan geologi yang ada agar tidak rusak atau hilang. Perspektif pendidikan berfokus pada upaya meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat serta pengunjung tentang pentingnya warisan geologi tersebut. Sementara itu, perspektif pembangunan berkelanjutan menekankan pada pengembangan ekonomi lokal melalui pariwisata berkelanjutan yang dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat tanpa merusak lingkungan dan warisan geologi yang ada.

Dengan demikian, geopark bukan hanya sekadar tempat wisata, tetapi juga merupakan model pengelolaan wilayah yang holistik dan berkelanjutan yang mengintegrasikan konservasi, pendidikan, dan pembangunan ekonomi lokal. Hal ini menjadikan geopark sebagai alat yang

efektif dalam melestarikan warisan geologi sambil meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat melalui pariwisata berkelanjutan (Farsani, N.T., 2011; Newsome et al., 2012).

Konsep geopark merujuk pada pengembangan kawasan yang berdasarkan pada aktivitas konservasi, edukasi, dan pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui pengembangan destinasi pariwisata berbasis tiga keragaman (*diversity*), yaitu keragaman geologi, keragaman hayati, dan keragaman budaya, yang dapat berimplikasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat (*community welfare*) setempat.

Keragaman geologi (*geodiversity*) terdiri atas sejumlah fitur geologi yang memiliki kepentingan ilmiah khusus, kelangkaan, dan keindahan, yang dikenal dengan warisan geologi, serta juga lokasi yang mempunyai nilai-nilai arkeologi, ekologi, nilai sejarah atau budaya (Catana & Brilha, 2020a). Sementara itu, keragaman biologi atau hayati meliputi kekayaan flora dan fauna, khususnya yang memiliki status perlindungan secara nasional maupun internasional (Gray, 2019). Lebih jauh, keragaman budaya terdiri atas budaya berupa benda dan tak benda (UNESCO, 2016).

Geopark merupakan kawasan yang memiliki elemen geologi yang luar biasa dan khas, yang mencakup nilai-nilai arkeologi, ekologi, dan budaya. Bagi komunitas setempat, geopark berfungsi sebagai media atau wadah untuk berpartisipasi dalam melindungi dan meningkatkan fungsi warisan alam (*natural heritage*) secara berkelanjutan. Geopark menjadi konsep pariwisata baru yang saat ini sedang dikembangkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Konsep geopark ini mencakup pengembangan kawasan yang berfokus pada konservasi, edukasi, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam pengembangan geopark, selain tiga pilar utama yaitu keragaman geologi, biologi, dan budaya, diperlukan juga kerjasama antara berbagai pemangku kepentingan melalui konsep Pentahelix. Konsep Pentahelix ini melibatkan pemerintah (daerah dan pusat), akademisi atau institusi riset, komunitas (masyarakat yang tinggal di dalam area geopark), badan usaha/BUMN, dan media. Melalui sinergi antara pemerintah, akademisi, dunia usaha, masyarakat, dan media, geopark nasional dapat dikembangkan menuju status UNESCO Global Geopark. Pemanfaatan kawasan geopark difokuskan pada kegiatan edukasi, konservasi, dan pembangunan ekonomi berkelanjutan (Kementerian Luar Negeri, 2021b).

Pariwisata berkelanjutan dalam konteks geopark mencakup upaya untuk menjaga kelestarian alam, budaya, dan tradisi lokal, sambil memastikan bahwa manfaat ekonomi dan pariwisata dapat dirasakan oleh masyarakat setempat. Hal ini melibatkan pengelolaan sumber daya alam yang bijaksana dan pengembangan program edukatif bagi pengunjung.

2. 2. Peran Duta Wisata dan Ambassador dalam Promosi Pariwisata

Duta wisata atau ambassador adalah individu atau kelompok yang dipilih untuk mempromosikan destinasi wisata tertentu. Mereka berperan sebagai perwakilan resmi yang membantu meningkatkan kesadaran publik dan menarik wisatawan. Duta wisata biasanya melibatkan tokoh masyarakat, konten kreator, atau influencer yang memiliki pengaruh besar di kalangan publik.

Peran duta dan ambassador wisata dalam promosi pariwisata meliputi:

- Meningkatkan profil dan citra destinasi wisata.
- Mengkomunikasikan daya tarik dan keunikan destinasi.
- Mengedukasikan wisatawan tentang nilai-nilai budaya dan lingkungan setempat.
- Menggunakan platform media sosial dan media massa untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

2. 3. Hype Geopark Ambassador

Hype Geopark Ambassador adalah program yang dirancang untuk mempromosikan Geopark Indonesia melalui keterlibatan duta wisata. Program ini melibatkan tokoh-tokoh berpengaruh yang bertugas mengkampanyekan keindahan dan nilai-nilai Geopark Indonesia dan terutama Geopark Natuna melalui berbagai saluran, terutama di media sosial Hype dan lainnya. Melalui kegiatan ini, diharapkan Geopark Natuna dapat dikenal lebih luas dan menarik perhatian lebih banyak wisatawan.

Strategi yang digunakan dalam program Hype Geopark Ambassador meliputi:

- **Media Sosial** : menggunakan platform Hype dan media sosial lainnya seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok untuk mempublikasikan foto, video, dan cerita tentang Geopark Natuna.
- **Acara Lokal** : Menyelenggarakan acara di lokasi Geopark Natuna untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat setempat.

- **Kolaborasi dengan Konten Kreator/Influencer** : Mengajak para konten kreator dan influencer yang memiliki banyak pengikut untuk berkunjung dan membagikan pengalaman mereka di Geopark Natuna.
- **Publikasi di Media Massa** : Menyebarkan informasi tentang Geopark Natuna melalui Jurnal, Artikel, Berita, dan Liputan di media cetak dan elektronik.

2. 4. Studi Kasus Geopark Lainnya

Untuk memahami efektivitas kampanye Hype Geopark Ambbassador, penting untuk membandingkan dengan studi kasus geopark lainnya yang telah berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan melalui program serupa. Beberapa geopark yang dapat dijadikan referensi adalah:

- **Geopark Gunung Sewu** : Menggunakan program duta wisata lokal untuk mempromosikan keunikan geologi dan budaya.
- **Geopark Batur** : Mengedukasi masyarakat lokal dan wisatawan tentang pentingnya konservasi melalui program-program edukatif.
- **Geopark Rinjani** : Melibatkan komunitas lokal dalam kegiatan promosi dan konservasi, sehingga menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab.

Studi kasus ini memberikan wawasan tentang strategi yang berhasil dan tantangan yang dihadapi dalam mempromosikan geopark, dan serta mengaplikasikan dalam konteks Geopark Natuna.

2. 5. Kontribusi Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa program duta wisata dapat berdampak signifikan terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya konservasi. Beberapa penelitian yang relevan sebagai berikut:

1. Studi tentang Efektivitas Duta Wisata dalam promosi Destinasi Pariwisata, ini menunjukkan bahwa keterlibatan duta wisata dapat meningkatkan citra destinasi dan menarik lebih banyak wisatawan.
2. Penelitian tentang Dampak Media Sosial terhadap Pariwisata, mengungkapkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan perjalanan wisatawan.

3. Analisis Keberhasilan Geopark dalam Pariwisata Berkelanjutan, menyimpulkan sedikit bahwa pengelolaan yang baik dan promosi yang efektif dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan mendukung konservasi.

Dengan memahami tinjauan pustaka ini, penelitian ini dapat mengembangkan kerangka kerja yang lebih komprehensif untuk mengevaluasi efektivitas kampanye Hype Geopark Ambassador di Geopark Natuna.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3. 1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) yang melibatkan metode kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dampak kampanye Hyppe Geopark Ambassador terhadap peningkatan daya tarik wisata Geopark Natuna.

3. 2 Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui beberapa metode untuk memastikan keakuratan dan keandalan hasil penelitian. Metode yang digunakan ialah:

3.2.1 Survei

Survei dilakukan terhadap wisatawan yang berkunjung ke Geopark Natuna sebelum dan sesudah kampanye Hyppe Geopark Ambassador. Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan data mengenai:

- Profil demografi wisatawan (nama, usia, asal sekolah/kampus/instansi, asal daerah.)
- Motivasi dan alasan kunjungan ke Geopark Natuna
- Sumber informasi mengenai Geopark Natuna
- Persepsi terhadap kampanye Hyppe Geopark Ambassador
- Tingkat kepuasan dan niat untuk merekomendasikan Geopark Natuna kepada orang lain

3.2.2 Wawancara/Kuesioner

Wawancara dan Kuesioner mendalam dilakukan dengan beberapa pihak, termasuk:

- Masyarakat lokal disekitar Geopark Natuna terutama yang berada di area Geopark maupun Geosite
- Anak muda yang berkunjung ke wisata Geopark Natuna
- Pengelola Geopark Natuna, karena bertujuan untuk mendapatkan perspektif yang lebih mendalam tentang dampak kampanye, strategi yang digunakan, dan tantangan yang dihadapi

3.2.3 Analisis dan Statistik

Data statistik kunjungan wisatawan ke Geopark Natuna sebelum dan sesudah kampanye Hype Geopark Ambassador dianalisis untuk melihat tren perubahan jumlah kunjungan. Data ini diperoleh dari catatan resmi pengelola Geopark Natuna dan badan pariwisata setempat.

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Dampak Kampanye Hype Geopark Ambassador

4.1.1 Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan

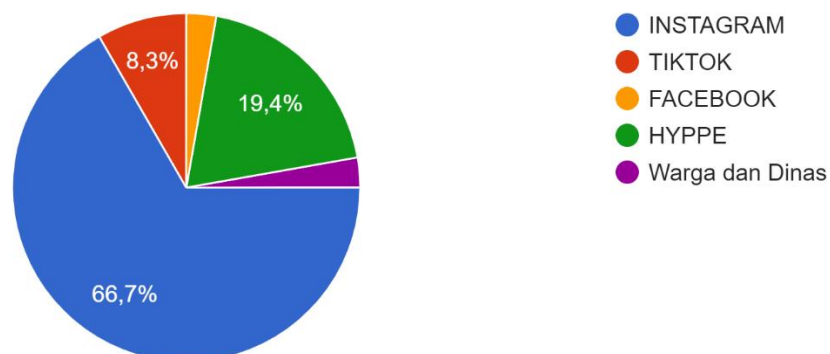
Data statistik menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan ke Geopark Natuna setelah kampanye Hype Geopark Natuna Ambassador diluncurkan. Pada tahun sebelum kampanye ini diluncurkan (2023), jumlah kunjungan wisatawan tercatat 31.064 orang. Setelah kampanye berlangsung selama satu tahun (2024), jumlah kunjungan meningkat menjadi 35.000 orang, menunjukkan peningkatan sebesar 5%. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa kampanye Hype Geopark Ambassador berhasil menarik minat lebih banyak wisatawan untuk mengunjungi Geopark Natuna.

4.1.2 Sumber Informasi Wisatawan

Survei menunjukkan bahwa 66,7% wisatawan mengetahui tentang Geopark Natuna melalui media sosial yaitu Instagram sedangkan 19,4% wisatawan mengetahui tentang Geopark Natuna melalui aplikasi Hype, 2% melalui rekomendasi warga ataupun dinas kantoran serta media sosial Facebook, dan 8,3% melalui TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa strategi media sosial yang digunakan dalam kampanye Hype Geopark Ambassador sangatlah efektif dalam menjangkau calon para wisatawan.

Dimanakah teman-teman mengetahui informasi tentang Geopark Natuna?

36 jawaban

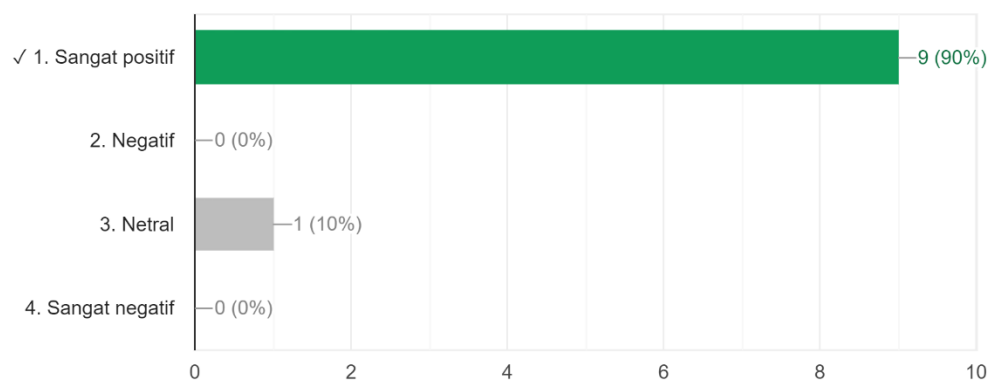


4.1.3 Persepsi Wisatawan terhadap Kampanye

Sebagian besar responden 90% menyatakan bahwa mereka menemukan kampanye Hype Geopark Ambassador menarik dan informatif. Mereka menyebutkan bahwa konten yang dibagikan melalui media sosial dan acara lokal memberikan gambaran yang jelas tentang keindahan dan nilai-nilai Geopark Natuna. Wisatawan juga merasa lebih termotivasi untuk berkunjung setelah melihat promosi yang dilakukan oleh duta/ambassador wisata.

Bagaimana persepsi wisatawan terhadap Kampanye Hype?

9 / 10 jawaban yang benar



4.2 Strategi Promosi yang digunakan

4.2.1 Media Sosial

Kampanye Hype Geopark Ambassador memanfaatkan platform media sosial seperti aplikasi Hype tentunya dan alternatif Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok untuk mempromosikan Geopark Natuna. Konten yang dipublikasikan mencakup foto-foto pemandangan, video perjalanan, camping/mendaki, belajar tentang geologi, *A day In My Life*, duduk dan bersantai serta jalan jalan saja. Strategi ini berhasil menarik perhatian dan keterlibatan pengguna media sosial, yang terbukti dari peningkatan jumlah pengikut akun resmi Geopark Natuna

Ada beberapa para aktivitas wisatawan lokal mengunjungi tempat situs geopark maupun geosite yang ada di Natuna ;

Aktivitas apa yang paling Anda nikmati di Geopark Natuna?

36 jawaban



BAB 5

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5. 1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan melalui pengisian kuesioner G-Form, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

5. 1. 1 Dampak Positif Kampanye Hype Geopark Ambassador

Kampanye Hype Geopark Ambassador telah berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Geopark Natuna secara signifikan. Data menunjukkan adanya peningkatan sebesar 90% dalam jumlah kunjungan wisatawan setelah kampanye diluncurkan dikarenakan informasi yang diberikan oleh aplikasi Hype dan Hype Geopark Ambassador bisa meningkatkan pengalaman wisatawan.

5. 1. 2 Efektivitas Strategi Promosi

Strategi promosi yang digunakan dalam kampanye Hype Geopark Ambassador, terutama melalui media sosial dan kolaborasi dengan influencer maupun konten kreator, terbukti sangatlah efektif. Media sosial menjadi sumber informasi utama bagi wisatawan, sementara kolaborasi dengan influencer dan konten kreator membantu memperluas jangkauan kampanye.

5. 1. 3 Persepsi Positif dari Masyarakat dan Wisatawan

Masyarakat lokal dan wisatawan memiliki persepsi yang positif terhadap kampanye Hype Geopark Ambassador. Masyarakat lokal merasa lebih terlibat dan mendapatkan manfaat ekonomi, sementara wisatawan merasa puas dengan informasi dan pengalaman yang diperoleh dari kampanye tersebut.

5. 2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut kampanye Hype Geopark Ambassador:

5. 2. 1 Peningkatan Infrastruktur dan Aksesibilitas

Untuk melindungi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, perlu dilakukan peningkatan infrastruktur dan aksesibilitas di Geopark Natuna. Hal ini mencakup perbaikan jalan, fasilitas transportasi, dan sarana prasarana penunjang pariwisata lainnya.

5. 2. 2 Penguatan Kerjasama dengan Masyarakat Lokal

Melibatkan masyarakat lokal secara aktif dalam kegiatan promosi dan pengelolaan Geopark Natuna dapat meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab mereka terhadap konservasi dan pengembangan pariwisata. Program-program pelatihan dan pemberdayaan masyarakat perlu ditingkatkan lagi.

5. 2. 3 Diversifikasi Strategi Promosi

Selain media sosial dan kolaborasi dengan influencer maupun konten kreator, strategi promosi perlu didiversifikasi dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi lainnya. Acara promosi, publikasi di media sosial, dan pemasaran langsung dapat menjadi tambahan yang efektif.

5. 2. 4 Evaluasi Beranda

Melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas kampanye Hyype Geopark Ambassador sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan kualitas kampanye. Evaluasi dapat melibatkan survei, wawancara, dan analisis data statistik melalui kuesioner G-Form untuk mengukur dampak dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

5. 2. 5 Pengembangan Produk Wisata

Mengembangkan berbagai produk wisata yang menarik dan edukaatif di Geopark Natuna dapat meningkatkan daya tarik dan kepuasan wisatawan. Program-program seperti tur, geologi, ekowisata, dan kegiatan budaya yang dapat menjadi tambahan yang menarik bagi wisatawan lokal dan mancanegara.

5. 3 Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye Hype Geopark Ambassador memiliki dampak positif yang sangat signifikan dalam meningkatkan daya tarik wisata Geopark Natuna. Melalui strategi promosi yang efektif dan keterlibatan masyarakat lokal, Geopark Natuna dapat menjadi destinasi wisata yang lebih dikenal dan dihargai. Rekomendasi yang diberikan diharapkan dapat membantu dalam pengembangan lebih lanjut kampanye ini dan mendukung upaya konservasi dan pengembangan pariwisata berkelanjutan di Geopark Natuna.

➤ Lampiran

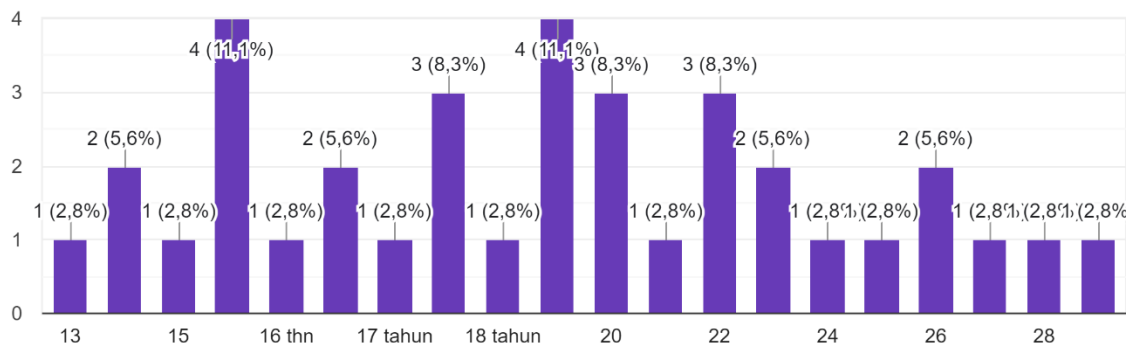
- **Lampiran 1 : Kuesioner Survei Wisatawan**
- **Bagian A : Profil Responden**

Nama	Alamat
RISKA NURFADILA	SEDARAT BARU
ABDALROBET	pian tengah
Abrar kadriansyah	Jln. Pattimura. Gg. Tokbeh
Kris Handoyo	Ranai
Al Lukman Syafni Isra	Batam
Marveldyansyah	Jln. yos sudarso
Navi Ramayadi	Silas
Muhardina Amrul	Jl Gusti mohd taib padang kurak
Billy	Air lakon, Ranai
Muhammad adicky perwira	Jln Pattimura pering
Rayakansa	Keramat intan 01
Ade Saputra	Pian tengah
chika syafitri	bandarsyah
Wan Halida Novita	Jl. Yos Sudarso
Muhamad Alaidin FB	l. Pattimura, RT 4 RW 4, desa gunung putri
Wan Dona Rapisari	Batubi Jaya
ZALDIYANTO	Jl Bangau Sakti
Nopita	Teluk Baruk, Sepempang
Muhammad Iqbal Hordani	Sepempang

Lisa	Sual
Yoan Febrian	Jln. Panglima Hujan Sedanau
Kelsen	Teluk Baruk, Sepempang
Duwi Ulis Sofiana	Batubi Jaya
Linda Astuti	Tanjung Pinang
Khairunnisa	SEPEMPANG
Indah Ayu Lestari	Padang kurak
AZZERI	Air Hijau, Sepempang
Ridoli	Pian Tengah
Mimillchan	Bandarsyah, Jln. haji Adam malik, Air batu
Tasya Amelisa	Kp. Batu licin, Bintan
Nurmida wati	Bandarsyah, Ranai
Berti	Teluk Baruk, Sepempang
RIYAN	Pulau Tiga
Saroma Nazeri	Meso
Mila	Jln. Abadi

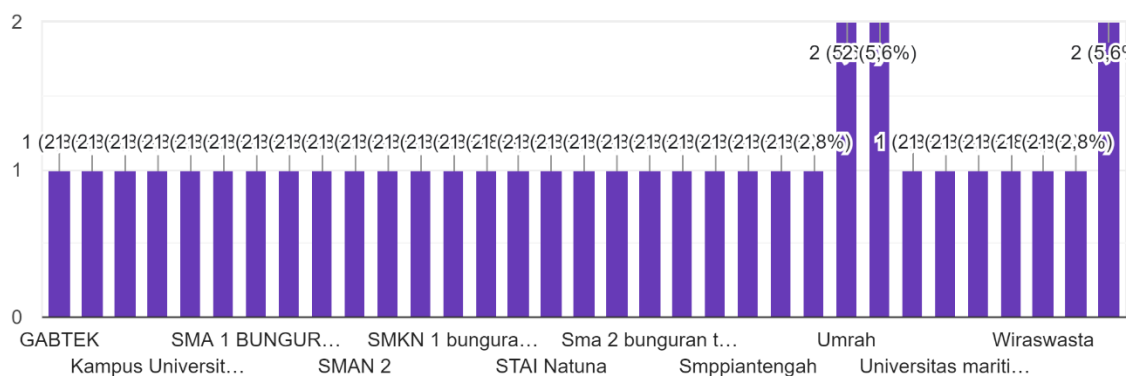
UMUR

36 jawaban



ASAL SEKOLAH/KAMPUS/INSTANSI

36 jawaban

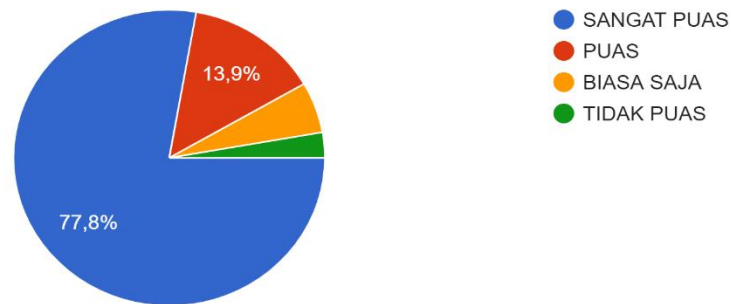


- **Bagian B : Motivasi dan Alasan Kunjungan**

1. Seberapa puas teman-teman dengan pengalaman kunjungan ke Geopark Natuna?

Seberapa puas Anda dengan pengalaman kunjungan Anda ke Geopark Natuna?

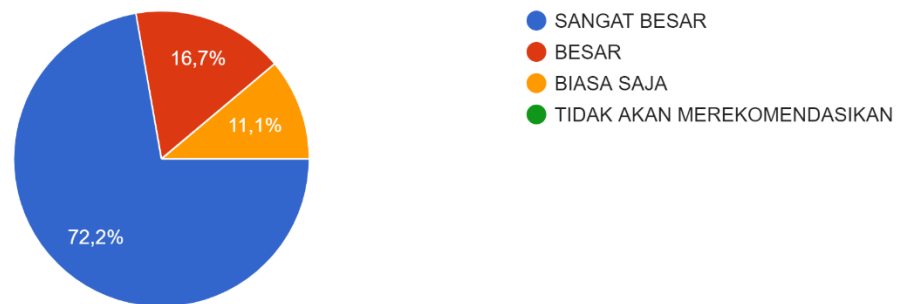
36 jawaban



2. Seberapa besar kemungkinan teman-teman akan merekomendasikan Geopark Natuna kepada orang lain?

Seberapa besar kemungkinan Anda akan merekomendasikan Geopark Natuna kepada orang lain?

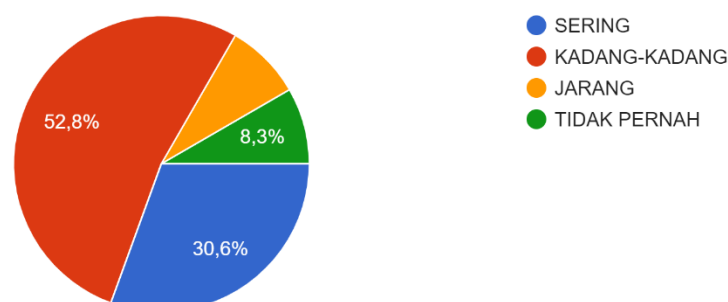
36 jawaban



3. Seberapa sering teman-teman berinteraksi (*like, comment, share*) dengan konten media sosial Geopark Natuna?

Seberapa sering Anda berinteraksi (*like, comment, share*) dengan konten media sosial Geopark Natuna?

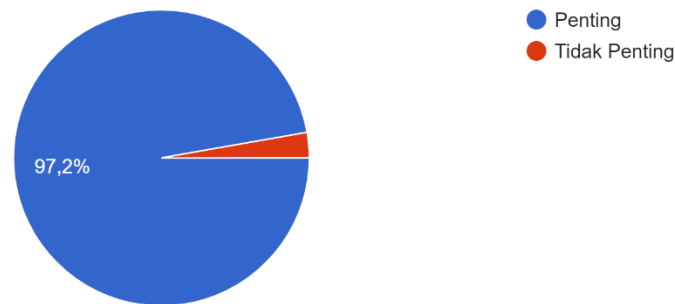
36 jawaban



4. Seberapa penting peran duta wisata dalam mempromosikan Geopark Natuna menurut teman-teman?

Seberapa penting peran duta wisata dalam mempromosikan Geopark Natuna menurut Anda?

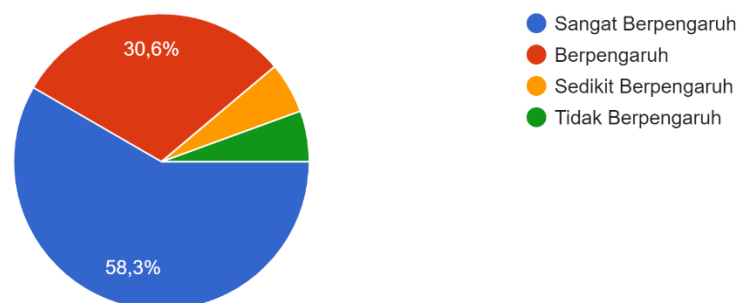
36 jawaban



5. Bagaimana pengaruh konten digital (video, foto, cerita) terhadap keputusan teman-teman untuk mengunjungi Geopark Natuna?

Bagaimana pengaruh konten digital (video, foto, cerita) terhadap keputusan Anda untuk mengunjungi Geopark Natuna?

36 jawaban



6. Apa harapan teman-teman untuk pengembangan Geopark Natuna di masa depan?

Rerata jawaban dari masyarakat dan anak muda Natuna ialah:

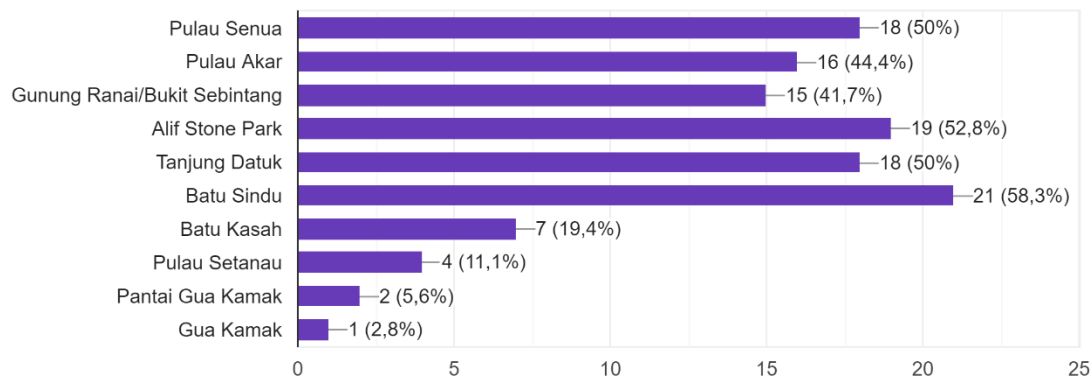
“Harapan nya smoga geopark natuna makin kreatif makin majudan makin bagus dari yg sblum” ny. Harapanya di jaga lagi kelestarian alam nya, aagar tetap indah, bersih, dan nyaman di kunjungi. lebih dilestarikan lagi. Semoga menjadi lebih baik. Semoga di goa kamak bisa diakses karena beberapa informasi terutama dari Pemda tidak mengizinkan para wisatawan lokal berkunjung disana karena ditutup dengan portal. Harapannya segera dilakukan perbaikan. Semoga Geopark Natuna bisa berkembang dengan pesat dan banyak diketahui oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Semoga Geopark Natuna bisa

berkembang dengan pesat dan banyak wisatawan lokal maupun mancanegara bisa berkunjung dengan nyaman dan aman. Harapan aku di masa depan yang akan mendatang, semoga Geopark Natuna ini bisa berkembang lebih baik lagi, dan bisa bermanfaat juga untuk anak-anak, remaja, maupun ibu-ibu bapak-bapak, and orang-orang sekitar yg berada di kota Natuna ini, terutama untuk aku ya ges ya, dan menjaga kebersihan lingkungan wisata Geopark Natuna juga guys, supaya Wisata Geopark Natuna ini kedepannya bisa lebih majuuuu lagii. okey udah segitu aja harapan aku guys hehe. Semoga ada nya pulau Natuna bisa berkembang lebih maju lagi dan bisa lebih terkenal lagi. Semoga makin trus maju harus di jaga sama2 , terus selalu di update terus di media sosial. Semoga makin berkembang. Lebih indah dan semakin jaya.”

- **Bagian C : Tempat Berkunjung yang Sering dikunjungi Para Wisatawan Lokal**

Situs Geosite/Geopark apa teman teman pernah kunjungi?

36 jawaban

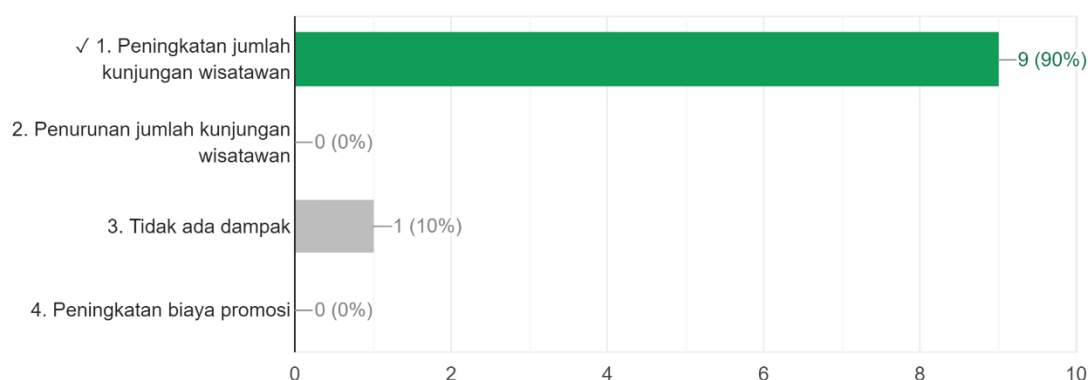


- **Lampiran 2 : Panduan Wawancara dan Kuesioner**

Tanggapan Kuesioner dengan Peserta Program Hype Geopark Ambassador 2024

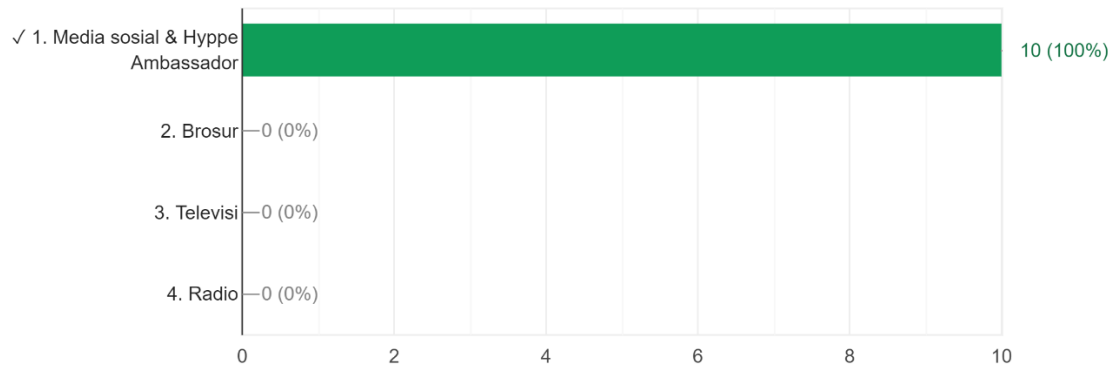
Apa dampak utama dari Kampanye Hype Geopark Ambassador?

9 / 10 jawaban yang benar



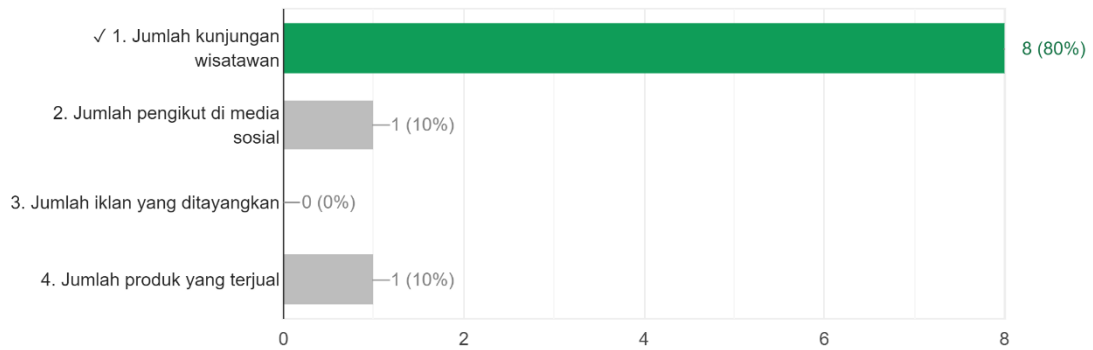
Sumber informasi apa yang paling banyak digunakan wisatawan?

10 / 10 jawaban yang benar



Apa yang menjadi indikator keberhasilan Kampanye Hyype?

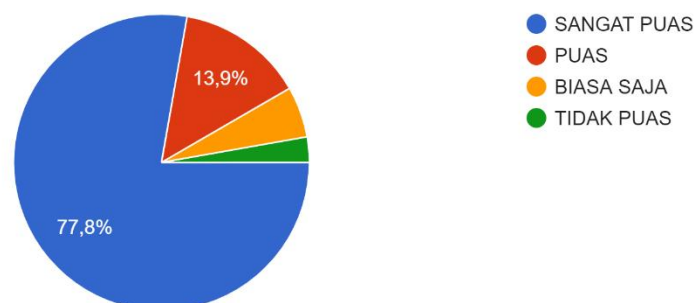
8 / 10 jawaban yang benar



• Lampiran 3 : Data Statistik Kunjungan Wisatawan

Seberapa puas Anda dengan pengalaman kunjungan Anda ke Geopark Natuna?

36 jawaban

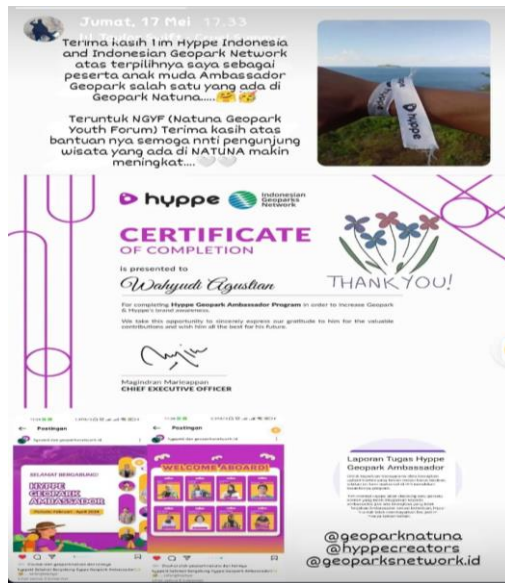


- Lampiran 4 : Contoh Publikasi Media Sosial

HYYPE & INSTAGRAM



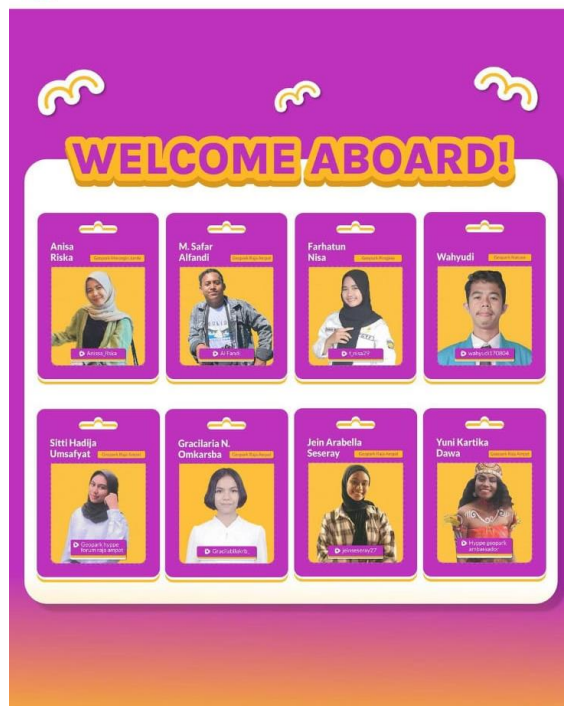
hypeid dan geoparksnetwork.id



hypeid dan geoparksnetwork.id



Instagram interaction icons: heart, comment, share, and a progress bar.



Instagram interaction icons: heart, comment, share, and a progress bar.

HASGTAGS

#HypeGeoparkAmbassador #GeoparkYouthForum #GeoparkNatuna #ExploreNatuna

DAFTAR PUSTAKA / REFERENSI

(Hutabarat & Pratiwi, 2022; Unique, 2016) Hutabarat, L. F., & Pratiwi, N. I. (2022).

Pengembangan Pariwisata Natuna Menuju Unesco Global Geopark. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 6(1), 1–19. <https://doi.org/10.38043/jids.v6i1.3388>

Unique, A. (2016). *Geopark Natuna*. 6(0), 1–23.

<https://natunakab.go.id/wujudkan-geopark-natuna-sebagai-unesco-global-geoparks-pemda-natuna-gelar-rapat-koordinasi/>