



Strategi Narasi untuk Penguatan Warisan Budaya dan Alam: Studi Perbandingan *City Branding* Cappadocia dan Grobogan

Eko Nursanty^{1*}, Wawan Destiawan², Djudjun Rusmiatmoko³

¹⁻³Prodi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, Jawa Tengah, Indonesia,

santy@untagsmg.ac.id¹, wawan-destiawan@untagsmg.ac.id², djudjun-rusmiatmoko@untagsmg.ac.id³

Korespondensi penulis : santy@untagsmg.ac.id*

Abstract. This research aims to analyze storytelling strategies for strengthening cultural and natural heritage-based city branding, through a comparative study of Cappadocia, Turkey and Grobogan Regency, Indonesia. Cappadocia is renowned for successfully leveraging geological and cultural heritage through strong visual narratives and unique tourist experiences, while Grobogan holds geoheritage potential such as the Sukolilo Karst, dolinas, and local cultural sites that remain underutilized. This study applies a qualitative method combining literature review, field observation, and key informant interviews. The findings reveal that visual narrative elements, community participation, and local myth packaging are crucial for reinforcing destination identity. This research proposes adaptive strategies to develop Grobogan's city branding through authentic and sustainable storytelling approaches.

Keywords: city branding, storytelling, heritage, Cappadocia, Grobogan, geoheritage, sustainable tourism.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi narasi (storytelling) dalam penguatan city branding berbasis warisan budaya dan alam, dengan studi perbandingan antara Cappadocia di Turki dan Kabupaten Grobogan di Indonesia. Cappadocia dikenal berhasil memanfaatkan warisan geologi dan budaya melalui narasi visual dan pengalaman wisata yang khas, sedangkan Grobogan memiliki potensi geoheritage Karst Sukolilo, dolina, dan situs budaya lokal yang belum optimal dikelola. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi literatur, observasi, dan wawancara narasumber kunci. Hasil menunjukkan bahwa elemen narasi visual, partisipasi komunitas, dan pengemasan mitos lokal menjadi kunci penguatan identitas destinasi. Penelitian ini merekomendasikan strategi adaptif untuk mengembangkan city branding Grobogan melalui pendekatan narasi yang otentik dan berkelanjutan.

Katakunci: city branding, storytelling, heritage, Cappadocia, Grobogan, geoheritage, pariwisata berkelanjutan

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan digitalisasi, identitas suatu kota atau wilayah menjadi salah satu modal penting untuk memenangkan persaingan destinasi wisata. Dalam konteks ini, *city branding* atau penjenamaan kota menjadi strategi komunikasi strategis yang bertujuan membangun citra positif, keunikan, dan daya tarik suatu kawasan di benak wisatawan, investor, maupun masyarakatnya sendiri. *City branding* tidak hanya sekadar logo, slogan, atau kampanye promosi, tetapi juga berkaitan erat dengan narasi (*storytelling*) yang dibangun dan dikomunikasikan secara konsisten.

Salah satu contoh nyata penerapan *storytelling* dalam *city branding* adalah wilayah Cappadocia di Turki. Cappadocia dikenal luas di dunia internasional sebagai destinasi dengan keunikan bentang alam geologi berupa formasi batuan vulkanik, gua-gua tempat tinggal kuno, gereja bawah tanah, dan balon udara yang ikonik. Keberhasilan Cappadocia menjadi magnet wisatawan mancanegara tidak lepas dari kemampuannya mengemas keunikan lanskap dan

sejarah panjangnya menjadi narasi destinasi yang menarik dan otentik (Cooper & Decker, 2012).

Penelitian-penelitian sebelumnya menekankan bahwa *storytelling* merupakan alat komunikasi yang sangat efektif untuk pelestarian budaya, edukasi, hingga penguatan komunitas (Hayes, 2019). Dalam konteks Cappadocia, cerita rakyat dan kisah sejarah lokal turut berperan menjaga eksistensi dialek Yunani Cappadocia yang nyaris punah. Daveloose (2021) menunjukkan bahwa cerita rakyat berfungsi sebagai media transmisi bahasa, identitas, dan nilai-nilai budaya lintas generasi (Daveloose, 2021). Melalui narasi, masyarakat Cappadocia tidak hanya mengenang masa lalu tetapi juga membangun *sentient ecology* hubungan emosional manusia dengan lanskap, ruang hidup, dan sejarahnya (Tibet, 2018).

Selain narasi tradisional, *storytelling* juga berkembang melalui medium digital. Hartley (2013) menyoroti bahwa *digital storytelling* kini menjadi sarana representasi diri, advokasi komunitas, dan bahkan membentuk narasi politik di era teknologi informasi (Hartley, 2013). Dengan memanfaatkan media digital, narasi destinasi dapat menjangkau audiens lebih luas, mendukung promosi pariwisata, serta menguatkan partisipasi masyarakat dalam memproduksi konten otentik. Hal ini sejalan dengan manfaat *storytelling* yang terbukti mendukung pengembangan keterampilan berpikir kritis, literasi, hingga kemampuan memecahkan masalah, terutama di kalangan anak-anak (Roney, 1996). Gualtieri (2001) dan Abrahamson (1998) juga menegaskan bahwa *storytelling* memainkan peran penting sebagai alat pedagogis (Gualtieri, 2001) dan media penghubung antarindividu (Abrahamson, 1998).

Keberhasilan Cappadocia dalam memadukan narasi geologi, sejarah, budaya, dan teknologi modern menjadi pembelajaran penting bagi kawasan lain dengan karakteristik serupa. Salah satunya adalah Kabupaten Grobogan di Jawa Tengah, Indonesia. Grobogan terletak di antara Pegunungan Kendeng, dengan luas wilayah sekitar 2.023 km², menjadikannya kabupaten terluas kedua di Jawa Tengah. Daerah ini memiliki potensi *geoheritage* yang diakui signifikan, antara lain Kawasan Karst Sukolilo, dolina, mata air karst, sungai bawah tanah, serta situs budaya dan mitos lokal yang hidup di tengah Masyarakat, lihat gambar 1 di bawah. Namun demikian, potensi tersebut masih belum sepenuhnya dikemas sebagai narasi destinasi yang terintegrasi dalam strategi *city branding*.



Gambar 1. Peta Lokasi Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah, Indonesia

Berbagai literatur tentang pengembangan geopark dan warisan geologi di Indonesia menunjukkan bahwa tantangan utama pengelolaan kawasan geoheritage adalah membangun sistem promosi yang mampu menjangkau publik luas tanpa mengorbankan nilai konservasi (Hutabarat, 2023). Salah satu strategi efektif yang dapat diadopsi adalah pendekatan *storytelling* yang tidak hanya menjual keunikan fisik tetapi juga menghidupkan kembali cerita, mitos, dan kearifan lokal yang menyertai bentang alam tersebut. Sebagai contoh, di Grobogan, Dolina Karst Sukolilo tidak hanya memiliki nilai geologi tetapi juga melekat dengan kisah-kisah rakyat yang dapat diangkat menjadi materi interpretasi wisata edukatif.

Dalam konteks *city branding*, *storytelling* berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara identitas lokal dan persepsi publik. Branding berbasis narasi mampu menciptakan keterhubungan emosional (*emotional bonding*) antara wisatawan dengan destinasi, sehingga membangun loyalitas kunjungan dan citra positif jangka panjang. Namun demikian, praktik pengembangan narasi di tingkat daerah sering kali menghadapi berbagai kendala, mulai dari keterbatasan kapasitas SDM, rendahnya literasi digital, hingga lemahnya sinergi antar-pemangku kepentingan. Oleh karena itu, studi komparasi dengan destinasi internasional yang telah sukses menerapkan *storytelling* menjadi langkah penting untuk merumuskan strategi adaptif bagi Grobogan.

Penelitian ini bermaksud mengkaji bagaimana Cappadocia membangun narasi berbasis warisan geologi dan budaya serta bagaimana elemen-elemen keberhasilannya dapat diadopsi dan disesuaikan dengan karakteristik lokal Grobogan. Dengan pendekatan kualitatif dan analisis literatur, observasi lapangan, serta wawancara narasumber kunci, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi praktis mengenai penguatan narasi destinasi dan model kolaborasi lintas pihak, termasuk peran masyarakat lokal sebagai produsen narasi otentik.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi pada diskursus pengembangan *city branding* berkelanjutan di Indonesia, khususnya di kawasan dengan potensi geohéritage. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong pengembangan geopark sebagai salah satu pilar pariwisata berkelanjutan. Integrasi antara konservasi geologi, pelibatan komunitas, teknologi digital, dan narasi budaya akan menjadi fondasi penting dalam membangun citra Grobogan sebagai destinasi *geohéritage* yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga kaya makna.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjawab tantangan praktis pengemasan narasi destinasi, tetapi juga memperluas wawasan teoritis tentang relevansi *storytelling* dalam *city branding*, pelestarian budaya, dan pengembangan wisata berkelanjutan. Studi perbandingan Grobogan dan Cappadocia diharapkan membuka ruang diskusi baru mengenai bagaimana strategi narasi lintas konteks dapat diadopsi secara kreatif dengan tetap menjaga otentisitas dan nilai-nilai lokal.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode utama narrative storytelling untuk memahami secara mendalam pengalaman, nilai budaya, dan strategi narasi yang digunakan dalam *city branding* di Cappadocia dan Kabupaten Grobogan. Pendekatan naratif memberikan wawasan yang unik terhadap pengalaman manusia, perilaku, serta proses sosial yang membentuk citra destinasi (Rooney et al., 2016). Metode ini relevan digunakan untuk mengeksplorasi cara komunitas lokal di Grobogan dan Cappadocia merawat pengetahuan lisan, mitos, dan memproduksi narasi destinasi secara turun-temurun (Cunsolo Willox et al., 2012).

Penelitian ini menggabungkan beberapa pendekatan storytelling dalam riset, antara lain case-based, narrative-based, dan scenario-based (Andrews et al., 2009). Teknik ini digunakan untuk membangun skenario perbandingan strategi narasi dan implementasinya pada branding destinasi. Selain itu, digital storytelling juga dipertimbangkan sebagai strategi berbasis komunitas untuk menjawab keterbatasan riset naratif konvensional, sekaligus sebagai alternatif metode promosi destinasi di era digital (Cunsolo Willox et al., 2012).

Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, observasi lapangan pada situs geohéritage Grobogan, serta wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus (focus group discussion). Dalam prosesnya, narasi digunakan sebagai pemicu dalam wawancara mendalam untuk menggali perspektif narasumber kunci, termasuk aparat pemerintah daerah, pengelola destinasi, tokoh masyarakat, dan pelaku wisata lokal (García-Huidobro Munita,

2016). Pendekatan *collective storytelling* diterapkan untuk mengonstruksi narasi fiksi kolaboratif dari data lapangan sehingga mampu merepresentasikan dinamika sosial secara lebih menyeluruh (Benjamin, 2016).

Dalam tahap analisis, data narasi yang terkumpul diolah dengan perangkat bantu seperti Atlas.ti (Annelies, 2016) untuk memetakan tema-tema kunci, pola makna, dan relasi antar narasi. Pendekatan Ubuntu storytelling juga digunakan sebagai kerangka etnografi untuk menekankan aspek relasional, regenerasi budaya, dan prinsip kearifan lokal yang terjaga dalam strategi narasi (Mucina, 2011). Proses analisis menerapkan prinsip *inductive reasoning* dengan tetap membuka ruang bagi multiperspektif dalam penafsiran data (Boje & Rosile, 2020).

Hasil temuan diolah secara deskriptif-komparatif untuk melihat persamaan, perbedaan, dan potensi adopsi elemen narasi Cappadocia ke dalam pengembangan city branding Grobogan. Seluruh hasil analisis akan dituangkan dalam bentuk matriks narasi, rekomendasi strategi narasi adaptif, dan kerangka komunikasi pemasaran destinasi berbasis geoheritage.

Prinsip dasar penelitian ini mengacu pada pendekatan *narrative storytelling* yang memadukan beragam teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. Peneliti memetakan tahapan penelitian secara bertahap mulai dari perumusan fokus, studi literatur, pengumpulan data lapangan, hingga rekonstruksi narasi dan penyusunan rekomendasi strategis. Setiap tahap dijalankan dengan prinsip *storytelling* yang menekankan pentingnya perspektif partisipatif, pelibatan komunitas, dan pemaknaan kontekstual. Rangkaian tahapan tersebut dirumuskan dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Prinsip dan Tahapan Metode Penelitian

No.	Tahap Penelitian	Prinsip Pendekatan	Kegiatan Utama
1	Perumusan Fokus Penelitian	<i>Narrative framing</i>	Merumuskan pertanyaan riset terkait <i>storytelling</i> pada city branding Grobogan & Cappadocia, menetapkan tujuan dan kerangka teori naratif (Rooney et al., 2016).
2	Studi Literatur	<i>Case-based & scenario-based</i>	Mengkaji referensi akademik terkait <i>storytelling</i> , narasi komunitas, digital <i>storytelling</i> , Ubuntu <i>storytelling</i> , serta studi banding destinasi (Andrews et al., 2009; Mucina, 2011).
3	Pengumpulan Data Lapangan	<i>Narrative elicitation</i>	Observasi geosite Grobogan, wawancara mendalam, dan FGD dengan pemangku kepentingan. Narasi digunakan sebagai pemicu wawancara (García-Huidobro Munita, 2016).
4	Rekonstruksi Narasi Kolektif	<i>Collective storytelling</i>	Mengolah hasil wawancara dan diskusi menjadi narasi fiksi-kolektif yang mewakili nilai budaya & strategi branding (Benjamin, 2016).

5	Analisis Data	<i>Narrative coding & induction</i>	Menggunakan Atlas.ti untuk pemetaan tema, pola makna, dan relasi narasi. Pendekatan induktif diterapkan untuk membuka multi-interpretasi (Kassenberg, 2016; Boje & Rosile, 2020).
6	Validasi Temuan	<i>Community cross-checking</i>	Melakukan <i>member checking</i> dengan informan kunci untuk konfirmasi hasil rekonstruksi narasi.
7	Penyusunan Rekomendasi	<i>Applied narrative</i>	Merumuskan strategi narasi adaptif untuk branding Grobogan, mengacu pada praktik baik Cappadocia.

Tabel 1 di atas menjelaskan bagaimana metode narrative storytelling diterapkan secara terstruktur pada seluruh siklus penelitian. Prinsip elicitation dan collective storytelling membantu menggali informasi mendalam melalui wawancara, sedangkan pendekatan case-based dan scenario-based mendukung perbandingan lintas konteks antara Cappadocia dan Grobogan. Tahapan analisis memanfaatkan perangkat lunak Atlas.ti untuk mempermudah pengkodean narasi dan pengembangan tema. Hasil akhirnya diharapkan dapat menjadi dasar penyusunan strategi narasi adaptif yang aplikatif, berkelanjutan, dan relevan dengan kondisi sosial-budaya masyarakat Grobogan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Narasi Cappadocia

Cappadocia adalah salah satu kawasan di Anatolia Tengah, Turki, yang terkenal dengan keunikan bentang alam geologinya, khususnya formasi cerobong peri (*fairy chimneys*) yang terbentuk dari aktivitas vulkanik dan proses erosi pada batuan ignimbrit dan tufa (Kazancı & Yaşar, 2020; Öztürk et al., 2019). Lanskap Cappadocia yang didominasi topografi *badland* dengan kerapatan drainase tinggi, berpadu dengan warisan budaya dan pemukiman desa tradisional yang mempertahankan harmoni antara topografi alami, nilai budaya, dan teknik bangunan tradisional (Dikici & Özhanç, 2024). Lihat gambar 2 di bawah Lokasi Cappadocia.



Gambar 2. Peta Lokasi Cappadocia, Turkey

Selain bentang alamnya, iklim Cappadocia juga memengaruhi struktur sosial ekonomi masyarakat, dengan pertanian dan peternakan kecil menjadi mata pencaharian utama (Atcı, 2024). Keunikan inilah yang menjadikan Cappadocia berkembang sebagai destinasi wisata kelas dunia, didukung oleh faktor pendapatan, investasi, dan pengelolaan hotel kecil yang mendukung perkembangan pariwisata berbasis komunitas (Tekiner, 2021). Lanskap dan warisan budaya kawasan ini juga membuka peluang pengembangan ekowisata, khususnya di area penyangga dan lanskap pinggiran perkotaan (Özhancı, 2021).

Daya tarik Cappadocia dalam konteks *city branding* tidak hanya terletak pada fisik bentang alam, tetapi juga pada bagaimana unsur narasi sejarah geologi, folklore, ekologi sentien, identitas visual, storytelling digital, hingga partisipasi komunitas dirangkai menjadi strategi komunikasi destinasi yang kuat dan otentik. Aspek-aspek narasi ini terangkum dalam Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Elemen Kunci Storytelling pada City Branding Cappadocia

No.	Elemen Storytelling	Deskripsi Temuan	Relevansi untuk Grobogan
1	Narasi Sejarah Geologi	Cerita tentang pembentukan lanskap unik: batuan vulkanik, cerobong peri, gua-gua kuno (Cooper & Decker, 2012)	Grobogan dapat mengangkat kisah Karst Sukolilo dan dolina sebagai jejak evolusi geologi.
2	Folktales dan Mitos Lokal	Pelestarian dialek Cappadocian Greek melalui cerita rakyat (Daveloose, 2021)	Mendorong revitalisasi mitos lokal Grobogan (contoh legenda Bledug Kuwu).
3	Sentient Ecology	Keterhubungan ekologi-sosial: gua sebagai rumah, gereja bawah tanah (Tibet, 2018)	Potensi rekam budaya masyarakat Karst Sukolilo dan gua-gua sebagai narasi kehidupan.

4	Visual Storytelling	Identitas visual kuat: balon udara, foto lanskap yang ikonik	Grobogan dapat menguatkan citra visual dolina, bukit karst, dan sendang.
5	Digital Storytelling	Narasi digital oleh komunitas, tur virtual (Hartley, 2013)	Dapat diterapkan di Grobogan untuk promosi Geopark berbasis media sosial.
6	Partisipasi Komunitas	Masyarakat terlibat sebagai pemandu, pembuat narasi tur	Warga desa Karst Sukolilo berpotensi dilatih menjadi interpreter wisata.
7	Elemen Ritual dan Wisata	Pengalaman wisata interaktif: tur balon, festival budaya	Potensi event budaya Bledug Kuwu atau Api Abadi Mrapen mendukung narasi wisata.

Secara keseluruhan, karakteristik narasi Cappadocia menjadi pembelajaran penting bagi Grobogan dalam merancang *city branding* berbasis narasi geologi, folklore, partisipasi warga, dan strategi digital yang mendukung penguatan citra destinasi geoheritage berkelanjutan.

Karakteristik Potensi Narasi Grobogan

Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah, memiliki potensi geoheritage yang signifikan untuk dikembangkan sebagai destinasi geowisata (*geotourism*). Sejumlah studi di Indonesia menunjukkan bahwa kawasan geoheritage di Jawa Tengah, seperti Karangsambung–Karangbolong, Gunung Muria, dan Kulon Progo, memiliki keragaman geologi yang tinggi dan sudah mulai diarahkan ke pengembangan pariwisata berbasis konservasi dan edukasi (Ansori et al., 2022; Ansori et al., 2021; Prastistho et al., 2018; Setyadi, 2012). Di Grobogan sendiri, potensi geoheritage terbentang pada kawasan Karst Sukolilo, Bledug Kuwu, Api Abadi Mrapen, situs fosil Banjarejo, hingga mata air dan gua-gua alam. Potensi ini dapat dioptimalkan melalui strategi narasi (*storytelling*) yang menghubungkan nilai geologi, sejarah, mitos lokal, hingga praktik budaya masyarakat setempat.

Beberapa penelitian mendukung pentingnya geowisata di kawasan karst sebagai wahana edukasi dan pelestarian lingkungan. Karst Sukolilo di Grobogan, misalnya, diidentifikasi sebagai kawasan karst yang masih aktif dan memiliki morfologi khas seperti bukit, dolina, gua, dan sungai bawah tanah (Rahma et al., 2020). Kekayaan morfologi ini mirip dengan kawasan Karangsambung–Karangbolong yang telah ditetapkan sebagai Geopark Nasional dengan basis edukasi geologi yang kuat (Ansori et al., 2022). Selain itu, studi Limbasari di Purbalingga juga menegaskan bahwa pengelolaan potensi geoheritage desa mampu mendukung pembangunan ekonomi lokal melalui model desa wisata edukasi (Sunan et al., 2020). Konsep serupa dapat diadaptasi di desa-desa sekitar Karst Sukolilo maupun Banjarejo di Grobogan.

Tabel 3 berikut merangkum objek-objek geohéritage di Kabupaten Grobogan yang menjadi modal dasar narasi destinasi. Objek-objek ini mencakup bentang alam karst, gunung lumpur, mata air, situs fosil, hingga wana wisata kombinasi hutan dan bukit.

Tabel 3. Jenis Geohéritage di Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah, Indonesia

No.	Nama Obyek Geohéritage	Catatan Penting
1	Kawasan Karst Sukolilo	Karst dengan morfologi khas: bukit, dolina, gua, sungai bawah tanah; kawasan lindung geologi nasional; penting sebagai pengatur air tanah dan konservasi.
2	Bledug Kuwu	Gunung lumpur aktif; morfologi pie, salsa, pool; mengeluarkan lumpur, gas, batuan metamorf; potensi wisata geologi unik dan riset vulkanisme lumpur.
3	Api Abadi Mrapen	Fenomena keluarnya gas alam yang terbakar membentuk api abadi; simbol warisan geologi endogen; berdekatan dengan kolam air panas dan batu bobot.
4	Fosil Gajah Purba Banjarejo	Situs temuan fosil fauna Pleistosen akhir; koleksi di Museum Gajahan Sendang Gandri; kombinasi warisan geologi dan arkeologi.
5	Goa Landak	Goa alami di zona Kendeng, ada mata air, kondisi masih alami; akses jalan setapak; potensi dikembangkan sebagai wisata minat khusus.
6	Bukit Lamping dan Bukit Salam	Bukit eksokarst di KBAK Sukolilo; Bukit Lamping untuk hiking, Bukit Salam bisa dicapai dengan jeep; sudah ada fasilitas menara pandang dan jalur pendakian.
7	Sendang Soca	Mata air terbesar di Kradenan; debit konstan meski kemarau; sumber air penting untuk 28 desa; ancaman over-pemanfaatan air.
8	Puncak Gunung Ulo	Kawasan pegunungan batu di Kendeng Utara; dikembangkan sebagai wisata atas inisiatif warga; aksesibilitas dan fasilitas masih terbatas.
9	Obyek Wisata Cindelaras	Wanawisata dengan kombinasi hutan kayu putih, bukit, waduk; spot selfie, camping ground; kolaborasi Perhutani dan swasta; akses jalan perlu perbaikan.
10	Sendang Goa Sinawah	Sendang di kawasan hutan RPH Sinawah; objek wisata baru untuk ciblon/mandi alami; berada di bawah pengelolaan Perhutani sejak 2020.

Sumber: Potensi Geohéritage Kabupaten Grobogan (Wildani et al., 2024)

Potensi geohéritage di Grobogan ini tidak hanya memiliki nilai geologi, tetapi juga sarat dengan cerita rakyat dan mitos lokal yang hidup di masyarakat. Misalnya, Bledug Kuwu dikaitkan dengan legenda Jaka Linglung yang meletuskan lumpur abadi, sedangkan Api Abadi Mrapen sering digunakan sebagai sumber api untuk obor olahraga nasional dan internasional. Nilai-nilai budaya dan mitos inilah yang menjadi modal penting untuk membangun *storytelling* destinasi agar lebih menarik, edukatif, dan memiliki daya saing.

Selain aspek geologi dan mitos, elemen lain yang tidak kalah penting adalah partisipasi komunitas lokal. Studi di Karangsambung–Karangbolong maupun Limbasari menunjukkan bahwa pelibatan masyarakat menjadi kunci keberlanjutan pengelolaan geoheritage (Setyadi, 2012; Ansori et al., 2022). Begitu pula di Grobogan, desa-desa di sekitar Karst Sukolilo, Sendang Soca, atau Banjarejo dapat diberdayakan sebagai *storyteller* sekaligus pelaku wisata melalui pelatihan pemandu, interpreter geologi, dan pengembangan homestay tematik. Untuk merumuskan strategi narasi yang tepat, perlu dipetakan elemen-elemen kunci storytelling di Grobogan yang dapat dikembangkan menjadi konten *city branding*. Tabel 4 berikut menyajikan ringkasan elemen narasi, deskripsi temuan, dan implementasi potensialnya.

Tabel 4. Elemen Kunci Storytelling pada City Branding Grobogan

No.	Elemen Storytelling	Deskripsi Temuan	Implementasi Potensial
1	Narasi Geologi Karst	Cerita pembentukan Karst Sukolilo, dolina, gua	Digunakan dalam tur edukasi geoheritage.
2	Mitos Lokal & Legenda	Cerita Bledug Kuwu, Api Abadi Mrapen, situs fosil	Dikemas dalam festival budaya & konten promosi.
3	Sumber Air & Hidrologi	Narasi Sendang Soca, Sendang Goa Sinawah	Dimanfaatkan sebagai wisata air & edukasi konservasi.
4	Identitas Visual Alam	Bukit Lamping, Bukit Salam, Gunung Ulo	Difoto sebagai ikon promosi destinasi.
5	Partisipasi Komunitas	Pelibatan warga desa, guide lokal	Pemandu cerita, interpreter wisata, homestay.
6	Storytelling Digital	Konten media sosial, vlog wisata	Mengisi website Geopark Grobogan & kampanye daring.
7	Pengalaman Wisata	Ciblon di sendang, susur goa, camping	Menjadi paket wisata tematik berbasis narasi lokal.

Berdasarkan Tabel 4, dapat disimpulkan bahwa kekuatan narasi Grobogan terletak pada kombinasi cerita geologi, mitos lokal, keterhubungan dengan sumber air, serta potensi visual alam. Untuk mendukung promosi digital, pendekatan *digital storytelling* dapat memanfaatkan platform media sosial, vlog, atau tur virtual. Hal ini relevan dengan tren penguatan promosi digital pada destinasi geopark di Indonesia dan kawasan internasional.

Keberhasilan implementasi narasi juga sangat bergantung pada kolaborasi multi pihak. Pemerintah daerah, pengelola wisata, Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH), dan masyarakat adat perlu berperan aktif merawat narasi lokal agar tetap otentik. Pembelajaran dari Karangsambung–Karangbolong dan Limbasari menunjukkan bahwa edukasi, interpretasi geologi, dan pelibatan warga terbukti meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi sekaligus kesejahteraan ekonomi masyarakat (Ansori et al., 2021)(Sunan et al., 2020).

Dengan demikian, potensi narasi Grobogan perlu dikemas secara strategis melalui pendekatan interpretasi kreatif, media digital, dan pengalaman wisata yang mendalam (*experiential geotourism*). Kombinasi narasi geologi dan budaya inilah yang diharapkan mampu membangun *city branding* Grobogan agar setara dengan destinasi internasional seperti Cappadocia.

Perbandingan Strategi Narasi

Hasil analisis sebelumnya menunjukkan bahwa strategi narasi (*storytelling*) di Cappadocia dapat menjadi rujukan inspiratif bagi Kabupaten Grobogan dalam mengembangkan *city branding* berbasis warisan budaya dan alam. Sebagaimana diuraikan oleh Kazancı dan Yaşar Suludere (2020) serta Öztürk et al. (2019), kekuatan narasi Cappadocia tidak hanya terletak pada keunikan geologi berupa cerobong peri dan formasi batuan vulkanik, tetapi juga pada bagaimana lanskap tersebut dikisahkan secara turun-temurun melalui *folktales*, dialek lokal, hingga simbol-simbol budaya yang diwariskan di ruang hidup masyarakatnya (Daveloose, 2021; Tibet, 2018).

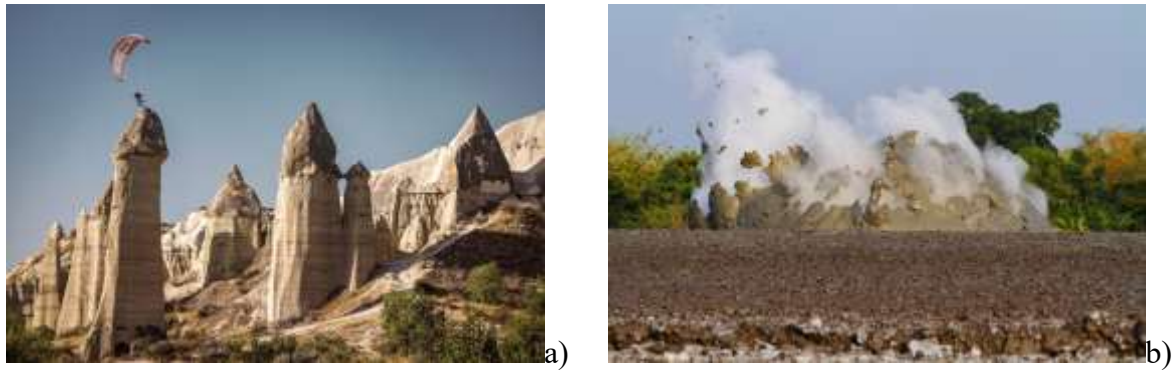
Narasi di Cappadocia juga dihidupkan melalui harmoni topografi, pola pemukiman tradisional, dan praktik ekonomi masyarakat pedesaan seperti pertanian dan peternakan kecil yang tetap lestari (Atcı, 2024; Dikici & Özhanç, 2024). Tidak hanya di ranah fisik, Cappadocia mampu membingkai daya tariknya ke ranah digital melalui strategi *digital storytelling*, tur virtual, vlog promosi komunitas, hingga festival kebudayaan yang dikemas sebagai pengalaman wisata berkesan (*experiential tourism*) (Hartley, 2013; Tekiner Kaya, 2021; Özhanç, 2021).

Sebaliknya, Grobogan juga memiliki fondasi geoheritage dan nilai budaya yang tidak kalah kaya. Sebagaimana diungkapkan oleh Reisa Rahma et al. (2020), Karst Sukolilo memiliki morfologi karst aktif yang sepadan dengan lanskap geologi di kawasan Karangsambung–Karangbolong (Ansori et al., 2021; Ansori et al., 2022). Keberadaan Bledug Kuwu sebagai gunung lumpur aktif dengan mitos Jaka Linglung, Api Abadi Mrapen yang kerap menjadi sumber api upacara olahraga nasional, hingga situs fosil Gajah Purba Banjarejo, menjadikan narasi Grobogan sangat potensial untuk digarap sebagai penopang *city branding*. Meskipun demikian, hasil komparasi memperlihatkan bahwa Grobogan memerlukan strategi penyesuaian untuk menjembatani potensi fisik dengan praktik *storytelling* modern. Tabel 5 berikut merangkum perbandingan aspek narasi antara Cappadocia dan Grobogan serta rekomendasi penyesuaian elemen kuncinya.

Tabel 5. Perbandingan Strategi Narasi Cappadocia dan Grobogan

No.	Aspek Storytelling	Cappadocia	Grobogan	Potensi Penyesuaian di Grobogan
1	Narasi Geologi	Fokus pada cerobong peri, formasi batu vulkanik, gua bawah tanah	Karst Sukolilo, dolina, gua Landak, Gua Urang	Pengemasan narasi evolusi geologi & tur interpretasi karst
2	Mitos & Folktales	Folktales menjaga dialek lokal, mitos gua dan peri	Legenda Bledug Kuwu, Api Abadi Mrapen, cerita rakyat	Revitalisasi mitos sebagai materi festival dan cerita tur
3	Sentient Ecology	Keterhubungan manusia-lanskap, rumah gua & gereja bawah tanah	Hubungan warga karst dengan sendang, gua, sumber air	Pembuatan narasi kehidupan sehari-hari berbasis lanskap
4	Visual Identity	Foto lanskap ikonik, balon udara, branding visual global	Bukit Lamping, dolina, puncak Gunung Ulo, sendang	Penguatan citra visual Grobogan dalam branding digital
5	Digital Storytelling	Tur virtual, promosi komunitas, vlog destinasi	Potensi media sosial Geopark Grobogan	Pelatihan konten digital untuk pemandu & warga lokal
6	Partisipasi Komunitas	Pemandu lokal, produsen cerita wisata, homestay	Warga desa karst, guide lokal, Lembaga Masyarakat Hutan	Penguatan peran warga sebagai storyteller dan interpreter
7	Experiential Tourism	Balon udara, tur gua, festival kebudayaan	Tur gua Landak, camping Bukit Lamping, ciblon Sendang Sinawah	Pengembangan paket wisata narasi geoheritage & budaya

Tabel 5 di atas menegaskan bahwa Grobogan memiliki potensi elemen narasi yang sepadan dengan Cappadocia. Namun, sebagaimana juga ditemukan dalam penelitian di Karangsambung–Karangbolong (Ansori et al., 2021; Setyadi, 2012) maupun Limbasari, Purbalingga (Huzaely Latief Sunan et al., 2020), tantangan terbesar terletak pada kemampuan daerah untuk membangun identitas visual yang kuat, keterhubungan narasi lintas medium, dan kolaborasi komunitas yang terstruktur. Tampak pemandangan kedua Lokasi terlihat pada gambar 3 di bawah.



Gambar 3. Tampak pemandangan a). Geoheritage Cappadocia dan b). Geoheritage Bluduk Kuwu, Gobogan

Salah satu temuan penting yang menjadi novelty riset ini adalah usulan penerapan model *hybrid storytelling* pada strategi *city branding* Grobogan. *Hybrid storytelling* menggabungkan narasi tradisional berbasis folklore dan geologi dengan teknologi digital interaktif, seperti *virtual reality* (VR) untuk interpretasi gua atau dolina, peta cerita interaktif berbasis GIS, hingga konten *augmented reality* (AR) di situs wisata. Pendekatan ini sejalan dengan tren *digital storytelling* global (Hartley, 2013) dan praktik inovasi konten wisata di beberapa kawasan geopark internasional. Model hybrid ini dapat menjadi pembeda Grobogan dengan destinasi lain di Jawa Tengah yang selama ini masih dominan mengandalkan narasi lisan dan fisik tanpa integrasi teknologi, lihat gambar 4 di bawah.



Gambar 4. Diagram Hybrid Storytelling. Konsep oleh, penulis 2025.

Penerapan *hybrid storytelling* juga mendukung strategi *experiential geotourism* (Prastistho et al., 2018), di mana wisatawan tidak hanya melihat lanskap tetapi juga mengalami interpretasi geologi dan budaya secara imersif. Hal ini akan mendorong keterlibatan komunitas lokal sebagai produsen konten digital, pemandu wisata VR, atau narator cerita virtual. Dengan demikian, *city branding* Grobogan dapat bersaing dengan destinasi internasional seperti Cappadocia yang telah lama memanfaatkan tur virtual balon udara dan peta digital interaktif.

Dari sisi narasi geologi, Grobogan dapat belajar dari Karangsambung–Karangbolong yang berhasil mengintegrasikan interpretasi geologi dengan kurikulum edukasi formal melalui program Geopark School (Ansori et al., 2022). Pengemasan tur interpretasi Karst Sukolilo, Gua Landak, atau dolina dapat diarahkan menjadi materi pembelajaran lintas jenjang pendidikan dengan narasi visual dan digital. Kombinasi ini mendukung misi edukasi, konservasi, dan ekonomi kreatif yang menjadi prinsip utama *geoheritage* (Setyadi, 2012).

Selanjutnya, aspek *sentient ecology* yang menghubungkan masyarakat dengan ruang hidup dapat ditonjolkan melalui dokumentasi cerita warga tentang hubungan mereka dengan sendang, mata air, atau gua. Kisah-kisah semacam ini dapat diolah menjadi *podcast lokal*, *video diary*, atau *micro-documentary* yang diunggah ke platform media sosial Geopark Grobogan. Pendekatan ini juga telah diterapkan di beberapa desa wisata di Limbasari dan Kulon Progo (Huzaely Latief Sunan et al., 2020; Fandika Agustiyar et al., 2022).

Dari hasil komparasi, strategi *city branding* Grobogan tidak hanya bertumpu pada promosi fisik lanskap tetapi juga harus mengutamakan narasi kehidupan masyarakat, cerita rakyat, dan pengalaman wisata yang dikemas interaktif. Dengan demikian, Grobogan dapat membangun citra destinasi *geoheritage* yang berkelanjutan, edukatif, dan relevan dengan tren wisata global.

Rekomendasi Strategi Narasi untuk City Branding Grobogan

Berdasarkan hasil analisis dan perbandingan dengan strategi narasi Cappadocia, dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Grobogan memiliki *modal geoheritage* yang luar biasa, namun pengemasannya sebagai *city branding* berbasis narasi masih belum optimal. Oleh karena itu, rekomendasi strategi dalam penelitian ini diarahkan untuk menjawab tantangan: bagaimana menjembatani kekuatan geologi, budaya lokal, teknologi digital, dan keterlibatan komunitas agar saling terhubung dalam narasi destinasi yang otentik, adaptif, dan berdaya saing global.

- *Penguatan Narasi Geologi sebagai Tulang Punggung Branding*

Narasi geologi adalah basis *storytelling* Grobogan yang membedakan dari destinasi wisata lain di Jawa Tengah. Kawasan Karst Sukolilo, dolina, gua Landak, dan sungai

bawah tanah menyimpan nilai ilmiah yang sepadan dengan Karangsambung–Karangbolong (Ansori et al., 2021). Rekomendasi pertama adalah merumuskan tur interpretasi geologi yang terstandar, mengemas jalur wisata menjadi paket edukasi mulai dari struktur batuan, morfologi karst, hingga proses evolusi alam. Tur ini dapat melibatkan peneliti, dosen geologi, dan masyarakat setempat sebagai *local guide*. Untuk memperluas akses, narasi geologi ini perlu dikemas sebagai bahan ajar digital di sekolah sekitar kawasan karst. Dengan model *Geopark School* seperti di Karangsambung–Karangbolong (Ansori et al., 2022), Grobogan dapat menanamkan kebanggaan geoheritage sejak dini.

- *Revitalisasi Mitos Lokal dan Legenda Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya*
Hasil komparasi menunjukkan bahwa folktales di Cappadocia berperan menjaga dialek dan memperkuat identitas komunitas (Daveloose, 2021). Grobogan punya kekuatan serupa, contohnya legenda Bledug Kuwu tentang Jaka Linglung, kisah Api Abadi Mrapen yang dipercaya sebagai warisan geologi endogen, dan cerita rakyat di sekitar Banjarejo yang sarat dengan temuan fosil purba. Rekomendasinya: Pemkab Grobogan dapat memfasilitasi *Festival Cerita Rakyat Geoheritage* tahunan, di mana legenda dan mitos lokal dikemas menjadi pertunjukan seni, teater rakyat, hingga video pendek yang dikonteskan oleh warga desa. Kegiatan ini sekaligus merangsang partisipasi generasi muda untuk merawat cerita warisan lisan.
- *Model Hybrid Storytelling: Integrasi Narasi Tradisional dengan Teknologi Digital*
Novelty riset ini adalah usulan *hybrid storytelling*. Konsep ini memadukan *storytelling* lisan, visual, dan digital dalam satu ekosistem promosi. Tur interpretasi Karst Sukolilo, misalnya, dapat dilengkapi dengan tur virtual gua, video 360° dolina, atau AR QR Code yang bisa di-scan wisatawan di lokasi. Ketika pengunjung berdiri di Bukit Lamping, mereka dapat membuka aplikasi yang menampilkan *timeline* evolusi geologi kawasan. Penerapan teknologi VR/AR ini mendukung riset Hartley (2013) tentang *digital storytelling* sebagai strategi komunikasi modern, dan sejalan dengan tren *experiential geotourism* (Prastistho et al., 2018). Hybrid storytelling juga mendekatkan narasi kepada generasi muda digital native. Agar relevan, warga lokal perlu didorong sebagai produsen konten: vlogger, editor video pendek, hingga pembuat peta cerita interaktif.

- *Penguatan Identitas Visual dan Citra Digital Destinasi*

Cappadocia dikenal dengan visual balon udara dan lanskap cerobong peri yang mendunia (Kazancı & Yaşar Suludere, 2020). Grobogan juga bisa meniru pendekatan ini melalui penetapan ikon visual resmi, misalnya siluet Bukit Lamping, dolina Sukolilo, atau Bledug Kuwu yang divisualkan ke dalam logo, souvenir, papan interpretasi, dan materi promosi daring.

Penting juga mengembangkan bank foto destinasi berkualitas tinggi yang dapat diakses publik. Foto-foto lanskap diambil oleh komunitas lokal untuk kemudian dipromosikan melalui media sosial resmi Geopark Grobogan. Langkah ini mendukung gagasan Boje & Rosile (2020) bahwa narasi visual memperkaya *brand storytelling* lintas platform.

- *Strategi Experiential Tourism: Membumikan Narasi Menjadi Pengalaman*

Kekuatan *storytelling* tidak cukup jika hanya dipublikasikan sebagai teks atau video; ia harus diubah menjadi pengalaman wisata nyata. Rekomendasi strategi: merancang paket wisata narasi yang menggabungkan *geo-interpretation*, budaya, dan aktivitas luar ruang. Contoh: tur gua Landak + cerita asal mula gua + praktik susur goa dengan pemandu lokal.

Sendang Soca dan Sendang Sinawah dapat dikembangkan sebagai *ciblon spot* (pemandian alami) sambil mendengar audio narasi tentang fungsi sendang bagi warga sekitar. Kegiatan ini membangun keterhubungan manusia–alam (Tibet, 2018) dan mendukung *sentient ecology* di level wisata.

- *Optimalisasi Peran Komunitas Lokal Sebagai Storyteller*

Sebagaimana dicontohkan Cappadocia (Atcı, 2024), keterlibatan warga sebagai pemandu, pemilik homestay, hingga penutur cerita menjadi tulang punggung narasi destinasi. Di Grobogan, penguatan peran Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH), Karang Taruna, dan komunitas literasi menjadi kunci keberhasilan *city branding*.

Rekomendasinya adalah membangun Sekolah Narasi Desa, program pelatihan berjenjang untuk melatih warga menjadi *interpreter* geologi, penulis konten wisata, dan narator tur. Pendekatan ini terbukti efektif di Limbasari (Huzaely Latief Sunan et al., 2020) dan dapat direplikasi dengan dukungan universitas, komunitas geologi, dan pemerintah kabupaten.

- *Kolaborasi Multi-Pihak: Pemerintah, Akademisi, Komunitas*

Kesuksesan narasi Grobogan harus bersandar pada kolaborasi lintas sektor. Pemerintah daerah memegang peran dalam regulasi, pendanaan, dan fasilitasi infrastruktur branding. Akademisi dan peneliti geologi bertugas memastikan validitas interpretasi ilmiah. Komunitas adalah aktor lapangan yang merawat cerita agar tetap hidup dan relevan.

Model *Triple Helix* ini mendukung *geoheritage governance* yang inklusif (Setyadi, 2012; Ansori et al., 2022). Penelitian ini merekomendasikan pembentukan Forum Narasi Geopark Grobogan, wadah kolaborasi lintas aktor untuk sinkronisasi program, riset, festival, dan promosi digital.

Jika strategi di atas diterapkan secara konsisten, Grobogan memiliki peluang besar untuk naik kelas dari sekadar destinasi geoheritage pasif menjadi kawasan *geotourism* aktif berbasis narasi yang kuat. Dengan *hybrid storytelling*, warga bukan hanya penonton, tetapi aktor utama yang merangkai kisah geologi, budaya, dan kearifan lokal ke dalam *city branding* yang otentik, cerdas, dan membanggakan. Dengan demikian, *city branding* Grobogan di masa depan akan berdiri sejajar dengan destinasi ikonik seperti Cappadocia, Karangsambung–Karangbolong, dan geopark internasional lainnya.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini membahas bagaimana strategi narasi atau storytelling dapat diadopsi sebagai pendekatan penguatan city branding berbasis warisan budaya dan alam di Kabupaten Grobogan, dengan merujuk pada praktik terbaik di Cappadocia, Turki. Hasil kajian menunjukkan bahwa Cappadocia sukses memadukan keunikan geologi, folklore, keterhubungan manusia dan lanskap, identitas visual yang kuat, pemanfaatan teknologi digital, hingga keterlibatan komunitas dalam rangkaian strategi branding destinasi.

Temuan kunci dari studi ini menegaskan bahwa Grobogan memiliki modal geoheritage yang sangat kaya, mulai dari Karst Sukolilo dengan morfologi bukit, dolina, sungai bawah tanah, Bledug Kuwu yang unik dengan fenomena gunung lumpur aktif, Api Abadi Mrapen sebagai simbol energi geologi, serta situs fosil Gajah Purba Banjarejo yang bernilai sejarah dan edukasi. Keseluruhan elemen ini berpotensi besar mendukung narasi destinasi apabila dikemas secara terpadu.

Di sisi lain, hasil perbandingan dengan Cappadocia memperlihatkan bahwa tantangan terbesar Grobogan terletak pada lemahnya pengemasan narasi lintas platform, keterbatasan dokumentasi mitos lokal dalam bentuk konten digital, serta belum adanya identitas visual

destinasi yang konsisten digunakan sebagai daya tarik promosi. Padahal, sebagaimana ditunjukkan oleh praktik di Cappadocia, storytelling yang kuat berkontribusi langsung pada penguatan citra destinasi, menarik wisatawan internasional, dan menciptakan keterikatan emosional dengan pengunjung.

Sebagai jawaban atas pertanyaan penelitian tentang bagaimana strategi narasi dapat diterapkan untuk memperkuat city branding Grobogan, penelitian ini menawarkan pendekatan baru berupa model **hybrid storytelling**. Pendekatan ini menggabungkan narasi geologi, mitos lokal, dan interpretasi budaya dengan pemanfaatan teknologi digital interaktif seperti tur virtual, augmented reality, dan peta cerita digital. Hybrid storytelling memungkinkan wisatawan tidak hanya mendengar cerita dari pemandu secara konvensional, tetapi juga mengalami kisah geoheritage secara mendalam melalui perangkat digital.

Selain memperkenalkan inovasi hybrid storytelling, penelitian ini juga menekankan pentingnya partisipasi masyarakat sebagai aktor utama dalam produksi, pelestarian, dan penyebaran cerita. Warga di kawasan Karst Sukolilo, Banjarejo, maupun sekitar Sendang dan Gua harus difasilitasi agar mampu menjadi pemandu wisata interpretasi, narator cerita rakyat, hingga produsen konten digital. Hal ini sejalan dengan temuan pada pengelolaan Karangsambung–Karangbolong dan Limbasari yang menegaskan bahwa pengelolaan geoheritage yang berkelanjutan hanya dapat tercapai melalui keterlibatan aktif komunitas lokal.

Strategi city branding Grobogan ke depan sebaiknya diarahkan pada lima langkah utama. Pertama, memperkuat narasi geologi melalui jalur wisata interpretasi dengan materi yang valid secara ilmiah. Kedua, merevitalisasi mitos lokal menjadi konten budaya, festival, dan materi edukasi kreatif. Ketiga, mengembangkan identitas visual Grobogan yang khas dan mudah diingat, misalnya dengan menonjolkan siluet Bukit Lamping, dolina, atau Bledug Kuwu sebagai ikon resmi. Keempat, memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung promosi melalui tur virtual, konten media sosial, vlog wisata, dan aplikasi peta cerita interaktif. Kelima, membangun kolaborasi lintas pihak melalui forum narasi geoheritage yang menghubungkan pemerintah daerah, akademisi, komunitas, dan pelaku industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrahamson, C. (1998). *Storytelling as a Pedagogical Tool in Higher Education*.
- Andrews, D. H., Hull, T. D., & Donahue, J. A. (2009). Storytelling as an Instructional Method: Definitions and Research Questions. *Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*, 3(2). Crossref. <https://doi.org/10.7771/1541-5015.1063>
- Annelies, K. (2016). *Researchdag Hanze University of Applied Sciences*.

- Ansori, C., Raharjo, P. D., & Fariji, M. A. (2021). Mapping of Karangsambung—Karangbolong Geopark, as an Effort to Manage Geoheritage in Kebumen Regency. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 887(1), 012029. Crossref. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/887/1/012029>
- Ansori, C., Setiawan, N. I., Warmada, I. W., & Yogaswara, H. (2022). Identification of geodiversity and evaluation of geosites to determine geopark themes of the Karangsambung-Karangbolong National Geopark, Kebumen, Indonesia. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 10(1), 1–15. Crossref. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2022.01.001>
- Atcı, E. (2024). KAPPADOKİA’NIN İKLİM YAPISININ BÖLGENİN SOSYO-EKONOMİK YAPISINA ETKİSİ. *Akademik Tarih ve Araştırmalar Dergisi*, 7(11), 95–108. Crossref. <https://doi.org/10.56448/ataddergi.1532049>
- Benjamin. (2016). *When Plan A Falls Through: Using a Collective Story Methodology to Construct a Narrative*.
- Boje, D., & Rosile, G. A. (2020). Storytelling paradigm method, including types of induction, narrative retrospective, antenarrative prospective, integrative qualitative-quantitative methods, narrative inquiry, and multiplicities. In *How to Use Conversational Storytelling Interviews for Your Dissertation*. Edward Elgar Publishing; Crossref. <https://doi.org/10.4337/9781839104183.00008>
- Cooper, J. E., & Decker, M. J. (2012). *Life and Society in Byzantine Cappadocia*. Palgrave Macmillan UK; Crossref. <https://doi.org/10.1057/9781137029645>
- Cunsolo Willox, A., Harper, S. L., & Edge, V. L. (2012). Storytelling in a digital age: Digital storytelling as an emerging narrative method for preserving and promoting indigenous oral wisdom. *Qualitative Research*, 13(2), 127–147. Crossref. <https://doi.org/10.1177/1468794112446105>
- Daveloose, E. (2021). Door het oog van de naald: Het Cappadocisch Grieks. *Handelingen - Koninklijke Zuid-Nederlandse Maatschappij Voor Taal- En Letterkunde En Geschiedenis*, 75(1). Crossref. <https://doi.org/10.21825/kzm.87027>
- Dikici, A. A., & Özhancı, E. (2024). Kapadokya Antik Dönem Köylerinde Kırsal Peyzaj Karakter İncelemesi. *JENAS Journal of Environmental and Natural Studies*, 6(3 (In Honour of Nesrin Algan)), 350–368. Crossref. <https://doi.org/10.53472/jenas.1572962>
- García-Huidobro Munita, R. (2016). La narrativa como método desencadenante y producción teórica en la investigación cualitativa. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 0(34), 155. Crossref. <https://doi.org/10.5944/empiria.34.2016.16526>
- Gualtieri, L. (2001). Storytelling at a distance. *eLearn*, 2001(5), 4. Crossref. <https://doi.org/10.1145/566970.566979>
- Hartley, J. (2013). A Trojan Horse in the Citadel of Stories? *Cultural Science Journal*, 6(1), 71–105. Crossref. <https://doi.org/10.5334/csci.58>
- Hayes, A. (2019). Storytelling: Global Reflections on Narrative. *Storytelling: Global Reflections on Narrative*. Crossref. <https://doi.org/10.1163/9789004396401>

- Hutabarat, L. F. (2023). Pengembangan Geopark Nasional Indonesia menuju UNESCO Global Geopark sebagai Diplomasi Geotourism Indonesia. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 19(1), 94–106. <https://doi.org/10.26593/jihi.v19i1.6000.94-106>
- Kazancı, & Yaşar, S. (2020). *Lithology and Field Boundaries in Cappadocia, Turkey*.
- Mucina, D. D. (2011). Story as Research Methodology. *AlterNative: An International Journal of Indigenous Peoples*, 7(1), 1–14. Crossref. <https://doi.org/10.1177/117718011100700101>
- Özhancı, E. (2021). Koruma Statüsüne Sahip Kentsel Periferik Peyzajın, Peyzaj Değeri ve Ekoturizm Potansiyeli Açısından Analizi. *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 18(2), 253–265. Crossref. <https://doi.org/10.25308/aduziraat.954433>
- Öztürk, M. Z., Özkan, D., & Şimşek, M. (2019). Kapadokya Bölgesinin Drenaj Özellikleri. *Journal of Geography*, 0(38), 23–34. Crossref. <https://doi.org/10.26650/jgeog2019-0002>
- Prastitho, B., Umam, Z., & Rahadian, Y. A. (2018). Inventory of geoheritage of the Muria Peninsula to develop geotourism. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 212, 012046. Crossref. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/212/1/012046>
- Rahma, R., Yusiana, L. S., & Gunadi, I. G. A. (2020). Perencanaan kawasan karst sebagai kawasan geowisata di Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah. *Jurnal Arsitektur Lansekap*, 149. Crossref. <https://doi.org/10.24843/jal.2020.v06.i02.p02>
- Roney. (1996). *Storytelling in the Classroom: Some Theoretical Thoughts*.
- Rooney, Lawlor, & Rohan, E. (2016). *Telling Tales: Storytelling as a Methodological Approach in Research*.
- Setyadi, D. A. (2012). Studi Komparasi Pengelolaan Geopark di Dunia untuk Pengembangan Pengelolaan Kawasan Cagar Alam Geologi Karangsambung. *JURNAL PEMBANGUNAN WILAYAH & KOTA*, 8(4), 392. Crossref. <https://doi.org/10.14710/pwk.v8i4.6496>
- Sunan, H. L., Purnomo, W. H., Chasanah, N., Sugiyanto, G., Adhiana, T. P., Susilawati, H., Imran, R. A., Gibran, A. K., Suroso, S., Cahyono, T., & Laksono, F. A. T. (2020). Kelayakan Geosite dan Geomorphosite Kawasan Desa Wisata Limbasari sebagai Potensi Geowisata Desa Limbasari. *Indonesian Journal of Community Services*, 2(2), 109. Crossref. <https://doi.org/10.30659/ijocs.2.2.109-117>
- Tekiner. (2021). Small Hotel Location Selection Problem: The Case of Cappadocia. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 9(2), 368–389. Crossref. <https://doi.org/10.30519/ahtr.899626>
- Tibet, E. E. (2018). The sentient ecology of Cappadocia: Dovecote paintings, pigeons, viney ards, cave dwellers and fairy chimneys. *Biodiversity*, 19(3–4), 225–236. Crossref. <https://doi.org/10.1080/14888386.2018.1546125>
- Wildani, A., Pasha, C. Y., & Caryoadi, Y. (2024). *Kajian Identifikasi Potensi Geoheritage Kabupaten Grobogan* | *Jurnal Paradigma Grobogan*. 1(2). <https://jurnal.bappeda.grobogan.go.id/index.php/jbp/article/view/10>