



## GHÂNCARAN: JURNAL PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA

<http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/ghancaran>

E-ISSN : 2715-9132 ; P-ISSN: 2714-8955

DOI 10.19105/ghancaran.vi.21629



### **Storynomics Bermuatan Narasi Puitik-Ekologis pada Lokapasar Zaskia Mecca**

**Elvira Damayanti\*, Ari Ambarwati\*, & Alvin Rizqy Al Qodim\*\***

\* Magister Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Islam Malang, Indonesia

\*\*SMAS Ibrahimy Wongsorejo, Indonesia

Alamat surel: [eldama29@gmail.com](mailto:eldama29@gmail.com); [ariati@unisma.ac.id](mailto:ariati@unisma.ac.id); [alvinqodim@gmail.com](mailto:alvinqodim@gmail.com)

#### **Abstrak**

**Kata Kunci:**

Ekologi Nusantara;  
Ekonomi Kreatif;  
Narasi Puitik;  
Storynomics;  
Zaskia  
Mecca.

*Storynomics*, narasi puitik, dan ekologi lokal dapat dikolaborasikan untuk mendukung sektor ekonomi kreatif dengan nilai yang berbeda dan lebih melekat. Penelitian ini bertujuan untuk membedah narasi puitik bermuatan ekologis dalam *storynomics* pada lokapasar Zaskia Mecca (ZM). Data dalam penelitian ini merupakan narasi puitik pada sumber data berupa deskripsi produk jenama ZM pada lokapasar *Shopee* Indonesia. Data dikumpulkan dengan Teknik baca catat. Temuan data dianalisis menggunakan analisis konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekologi khas Nusantara yang dimanfaatkan dalam narasi puitiknya adalah lanskap berupa Kepulauan Maluku, Labuan Bajo, Geopark Belitung, Mentawai, Kelimutu, Derawan, Palembang, dan Bogor. Flora khas Nusantara yang dimunculkan berupa cendana, sedap malam, kadupul, dan *Rafflesia Arnoldii*. Melalui penelitian ini, diharapkan jenama lain turut serta mengambil Langkah serupa untuk mendorong pergerakan ekonomi kreatif yang lebih bernilai sekaligus melestarikan wawasan ekologis.

#### **Abstract**

**Keywords:**

Archipelago  
ecology;  
Creative economy;  
Petic narrative;  
Storynomics;  
Zaskia Mecca.

Storynomics, poetic narratives, and local ecology can be collaborated to support the creative economy sector with different and more inherent values. This study aims to dissect ecologically charged poetic narratives in storynomics in the Zaskia Mecca (ZM) marketplace. The data in this study are poetic narratives in the data source in the form of product descriptions of the ZM brand on the *Shopee* Indonesia marketplace. Data were collected using reading and note-taking techniques. Data findings were analyzed using content analysis. The results show that the unique ecology of the archipelago utilized in the poetic narrative is the landscape of the Maluku Islands, Labuan Bajo, Belitung Geopark, Mentawai, Kelimutu, Derawan, Palembang, and Bogor. The typical flora of the archipelago that appears are sandalwood, tuberose, kadupul, and *Rafflesia Arnoldii*. Through this study, it is hoped that other brands will take similar steps to encourage a more valuable creative economy movement while preserving ecological insights.

Terkirim : 22 Agustus 2025; Revisi: 1 September 2025; Diterbitkan: 20 September 2025.

©Ghâncaran: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Special Edition: Lalongèt VI  
Tadris Bahasa Indonesia

Institut Agama Islam Negeri Madura, Indonesia

## PENDAHULUAN

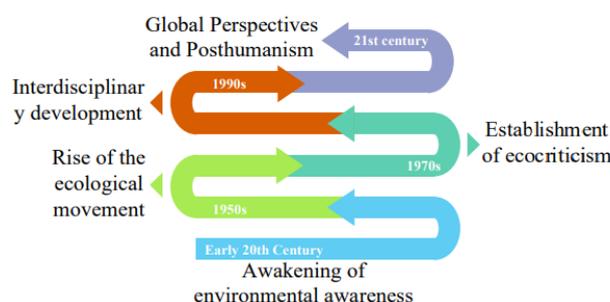
Manusia dan cerita menjadi hal yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Manusia selalu menciptakan cerita dan cerita menjadi rekam jejak pengalaman-pengalaman manusia. Pernyataan tersebut didukung oleh Lisani (2024) yang menyatakan bahwa kegiatan bercerita (*storytelling*) telah ada di sepanjang sejarah manusia, termasuk kegiatan sehari-hari, saat makan, saat bepergian, dalam lagu, saat bekerja, bahkan saat bermimpi, dan telah menjadi sebuah peradaban yang diakui secara luas.

Merespon kenyataan di atas, lambat laun lahirlah *storynomics*, yaitu pendekatan pemasaran yang melibatkan narasi dan konteks kreatif yang mengandung cerita tradisional, tradisi, dan kebudayaan tradisional suatu wilayah (Kartika & Riana, 2020; Kertamukti & Nashira, 2022). Awalnya, *storynomics* kebanyakan dimanfaatkan dalam sektor wisata, yang dikenal dengan istilah *storynomics tourism* (Edison & Kartika, 2024). Namun saat ini, *storynomics* telah diekspansi untuk dimanfaatkan juga dalam sektor pemasaran dan penjualan produk-produk, seperti aksesoris, makanan, minuman, dan pakaian.

*Storynomics* sebagai sebuah pendekatan pemasaran menghadirkan praktik yang secara metodologis dinilai lebih efisien. Kehadiran *storynomics* memunculkan praktik pemasaran yang tidak hanya mengedepankan target penjualan, tetapi juga nilai-nilai kearifan lokal yang ada. Hal ini mendukung aktivitas pemasaran yang lebih menarik dan bernilai. Metode pemasaran yang demikian memunculkan sebuah prinsip yang dapat melekat dalam diri manusia sebagai pembeli. *Tak hanya membeli produk, tetapi membeli nilai*. Prinsip tersebut menjadikan transaksi jual-beli tidak hanya menjadi pemenuhan secara ekonomis, tetapi juga psikologis. *Storynomics* juga hadir sebagai jawaban atas isu-isu pemasaran yang sebelumnya ada. Sebagaimana yang disebutkan oleh McKee & Gerace (2018) bahwa krisis periklanan menciptakan krisis pemasaran. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa berhasil atau gagalnya sebuah pemasaran salah satunya didukung cara mengenalkan dan mengiklankan produk.

*Storynomics* yang mengedepankan cerita dan konten kreatif lainnya menggunakan berbagai jenis narasi. Salah satu yang umum digunakan adalah narasi puitik. Narasi puitik adalah cerita atau tuturan yang diciptakan dengan elemen yang menyerupai puisi dan menimbulkan efek estetika tertentu. Narasi puitik ini tidak bersifat lebih bebas dibandingkan puisi. Narasi puitik tidak terikat aturan-aturan tertentu selayaknya puisi, namun tetap memiliki nilai sastra yang tinggi. Adapun unsur-unsur yang dapat digunakan dalam mencipta narasi puitik beragam, salah satunya ekologi.

Narasi puitik bermuatan ekologi pada akhirnya bermuara pada ekologi sastra. Kemunculan ekologi sastra dilatarbelakangi oleh adanya pemisahan mutlak antara isu lingkungan dengan kajian-kajian sastra (Zulfa, 2021). Padahal lingkungan dan sastra perlu disejajarkan, sebab keduanya memiliki hubungan timbal balik (Ali & Bahrudin, 2024). Pendapat lain menyebutkan adanya kesejajaran antara fenomena karya sastra dengan fenomena organisme dalam lingkungannya (Kaswadi, 2015). Ekologi sastra secara konseptual menguraikan posisi alam dalam karya sastra (Lubis dkk., 2024). Tahap-tahap perkembangan ekologi sastra secara dapat dilihat melalui gambar 1 di bawah ini.



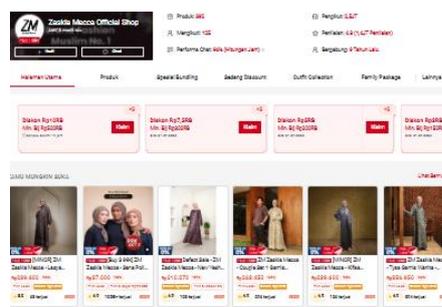
**Gambar 1. Perkembangan Ekologi Sastra** (Chen, 2024)

Gambar 1 di atas menunjukkan konsep yang dicetuskan Chen (2024) bahwa tahap pertama dari ekologi sastra adalah membangun kesadaran agar seseorang memberikan perhatian terhadap lingkungannya. Tahap kedua adalah tahap membangkitkan gerakan lingkungan yang melibatkan manusia sebagai bagian dari alam. Pada tahap ini lahirlah konsep ekologi sastra. Tahap ketiga adalah tahap yang menunjukkan kenaikan level, yang awalnya hanya membahas tema lingkungan, berubah menjadi hubungan manusia dengan alam. Tahap ketiga ini menandai munculnya ekokritik. Sejalan dengan pendapat Khomisah (2020) yang menyebutkan bahwa ekokritik berperan dalam mendeskripsikan keterkaitan atau sinergisasi manusia dan lingkungannya dalam ekspresi hasil budaya. Tahap keempat adalah perkembangan menjadi ilmu interdisiplin, yang merangkul lebih banyak disiplin ilmu lain. Tahap kelima adalah ekspansi secara global, yang ditunjukkan melalui munculnya bahasan-bahasan yang lebih mendunia dalam ekokritik.

Dalam praktiknya, narasi ekologis dapat diciptakan melalui pemanfaatan beberapa elemen ekologis. Sejalan Kembali dengan konsep yang diungkapkan Chen (2024), setidaknya terdapat beberapa elemen narasi ekologis yang dapat dimunculkan dalam sastra, yaitu mendeskripsikan (1) keindahan alam, (2) flora dan fauna, (3) kehidupan desa, (4) perubahan lingkungan, (5) filsafat dan etika ekologi, serta (6) membangkitkan kesadaran terhadap isu lingkungan. Elemen-elemen tersebut telah banyak dieksplorasi

dalam karya-karya sastra. Sejalan dengan kenyataan bahwa karya-karya sastra banyak menggunakan referensi alam, dengan fungsi untuk menghargai keindahan alam yang ada (Ismail, 2024). Misalnya dalam sebuah tulisan pendek tentang distopia fiksi hilangnya keanekaragaman hayati dan kepunahan spesies akibat racun (Christensen dkk. dalam Bilandzic & Kalch, 2021). Hal serupa juga dilakukan oleh salah satu pencetus satu produk pakaian yaitu, Zaskia Mecca (ZM) melalui lokapasarnya.

Zaskia Mecca (ZM) adalah jenama yang dirintis oleh Zaskia Adya Mecca, salah satu seniman kenamaan tanah air. ZM ini berfokus pada produk pakaian Muslimah. ZM memiliki karakter produk yang memberi kesan sederhana dan mudah diingat (R. I. F. E. Putri, 2022). Satu faktor penting yang membuat produk ZM mudah diingat adalah cara memasarkannya. Produk ZM dipasarkan melalui berbagai cara, salah satunya melalui lokapasar *Shopee* yang dilakukan secara daring. Dalam proses pemasaran secara daring, umumnya penjual memberikan deskripsi mengenai produknya secara spesifik. Namun berbeda dengan yang dilakukan oleh ZM. Tidak hanya memberikan deskripsi produk, ZM juga menghadirkan narasi puitik yang berhubungan dengan filosofi produknya, khususnya yang berkaitan dengan corak dan motif pakaian yang digunakan. Narasi puitik yang digunakan ZM kebanyakan bermuatan ekologis. Narasi yang memiliki efek puitik-estetik ini secara khusus memanfaatkan ekologi lokal yang ada di berbagai pulau di Nusantara. Tampilan lokapasar ZM dapat dilihat melalui gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Lokapasar ZM

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa kajian terhadap *storynomics* bermuatan narasi puitik-ekologis pada lokapasar ZM strategis untuk dilakukan. Penelitian ini akan membedah bentuk narasi puitik bermuatan ekologis yang digunakan sebagai alat pemasaran produk. Mengingat, narasi puitik dalam ranah lokapasar esensial untuk dimunculkan untuk membentuk opini dan keyakinan publik agar lebih mengenal produk yang dijual, serta membangun koneksi emosional dengan calon pembeli. (Binus, 2025; UWA, 2019). Penelitian ini juga akan mengkaji efek naratif yang dihasilkan dari sudut pandang kebahasaan. Sebelumnya, penelitian yang menggabungkan *storynomics*,

narasi puitik, dan ekologi sastra tidak signifikan dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan menjadi langkah awal untuk menggugah munculnya kajian-kajian serupa.

Walau demikian, penelitian tentang *storynomics*, narasi puitik, dan ekologi sastra secara terpisah telah beberapa kali dilakukan. Pertama, penelitian berjudul *Writing poetry storynomics tourism perspective of generation Z Indonesia* (Widiastuti dkk., 2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa puisi pariwisata *storynomics* berpotensi memberikan penguatan pengetahuan mengenai kekayaan Indonesia sekaligus menjadi wahana untuk memperkenalkan kekayaan Indonesia kepada dunia. Kedua, penelitian berjudul *Ekokritik dalam Sastra Indonesia: Kajian Naskah Drama "Air Mata Senja" oleh Joni Hendri* (Lestari dkk., 2024). Penelitian ketiga berjudul *Narasi puitik Jidor Sentulan di Jombang* (Darihastining, 2013) dengan fokus masalah berupa pola narasi puitik, kelengkapan unsur, dan frekuensi. Kebaruan penelitian ini adalah digunakannya tiga pendekatan dalam satu kajian untuk mengidentifikasi tiap-tiap peran dan efeknya. Selain itu, objek kajian deskripsi produk di lokapasar *Shopee* juga menghasilkan kajian yang berbeda, yang umumnya menggunakan produk karya sastra lain, seperti drama, puisi, cerpen, dan novel.

## METODE

Studi deskriptif ini mengolah data kualitatif yang diperoleh dari kolom deskripsi produk yang dicantumkan di lokapasar *Shopee* jenama Zaskia Mecca. Data tersebut dikumpulkan dengan metode baca-catat. Metode baca dilakukan dengan intensif dan cermat terhadap narasi yang mengandung elemen-elemen puitik-ekologis yang berperan sebagai *storynomics*. Kemudian, data yang telah teridentifikasi dicatat dalam sebuah table pengumpul data sebagaimana table 1 di bawah ini. Kemudian data diklasifikasikan sesuai dengan aspek-aspek ekologis yang muncul dalam narasi puitiknya.

Fokus Kajian	Aspek-aspek Ekologis	Temuan Data
Narasi puitik-ekologis	Lanskap	Maluku Labuan Bajo Geopark Belitung Mentawai Kelimutu Derawan Palembang Bogor
	Flora	Cendana Sedap Malam Kadupul Rafflesia Arnoldy

**Tabel 1. Data Narasi Puitik-Ekologis pada Deskripsi Produk Lokapasar ZM**

Data yang telah dikumpulkan dan diklasifikasikan kemudian dianalisis menggunakan analisis isi. Analisis isi digunakan untuk membedah informasi secara mendalam mengenai muatan lanskap dan flora khas Nusantara dalam narasi puitik dalam deskripsi produk jenama ZM. Data yang telah dianalisis kemudian disajikan secara deskriptif dan diidentifikasi relevansinya dengan fakta-fakta mengenai lanskap dan flora khas Nusantara tersebut. Tahap akhir dalam penelitian ini adalah memverifikasi Kembali seluruh temuan dengan triangulasi sumber, dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Promosi menjadi salah satu penentu keberhasilan sebuah pemasaran produk (A.S & Ali, 2025). Keberadaan narasi, khususnya narasi puitik dapat menjadi faktor pendukung untuk meningkatkan magnet produk terhadap calon pembeli. Terlebih lagi, jika yang ditargetkan adalah pemuda dan pemudi yang notabene menyukai hal-hal yang bernilai estetik. Dalam deskripsi produk yang digunakan oleh ZM dalam mempromosikan produknya, ditemukan narasi puitik yang memanfaatkan lanskap dan flora khas Nusantara. Bahasan lengkap dapat dilihat melalui uraian berikut ini.

### **Kota, Kepulauan, hingga Pegunungan: Potret Keindahan Lanskap Nusantara**

Lanskap Nusantara yang diangkat oleh jenama ZM memanfaatkan dua sudut pandang yang berbeda, tidak hanya dari sisi perkotaan/provinsi saja, tetapi juga *geopark*, kepulauan, dan pegunungan yang notabene sangat alami. Berbeda dengan perkotaan yang telah banyak dicampuri oleh karya-karya kebudayaan manusia.

Lanskap pertama yang teridentifikasi adalah Maluku. Maluku menjadi salah satu wilayah di Nusantara yang kental dengan jejak-jejak kolonialisme dan imperialism. Hal ini disebabkan karena kondisi Maluku yang diberkahi dengan tumbuhnya beragam rempah-rempah. Kondisi inilah yang membawa bangsa-bangsa asing Cina, Arab, dan Eropa rela menempuh perjalanan panjang dan berbahaya untuk mencapai tempat ini dan menjulukinya sebagai *The Spices Island* (Ririmasse, 2007). Kondisi geografis sebagai salah satu lanskap paling eksotis inilah yang dimanfaatkan jenama dalam mencipta narasi puitik yang digunakan untuk mempromosikan produknya. Adapun narasi yang dimaksud adalah sebagai berikut.

Indah, bukan hanya sedap di mata,  
tapi juga punya rasa yang meresap ke dalam jiwa.  
Berada di tengah Pulau Sulawesi dan Papua,  
berbatas garis pantai dengan ombak berayun lega.  
Maluku, tanah yang lekat dengan sebutan negeri raja-raja,  
begitupun kualitas rempah merajai daratan Eropa.

Cengkeh, lada, bahkan flora miliknya menjadi aset berharga.  
Anugerah seisi Maluku, bersinergi bersatu padu,  
memberi rasa pada helai kain akan indah Maluku. (Zaskia Mecca)

Narasi di atas membahas beberapa sisi dari wilayah Maluku, yaitu dari kondisi geografis dan sumber daya alam yang terkenal di Maluku. Secara geografis, narasi di atas menguraikan bahwa kepulauan ini berlokasi di antara Pulau Sulawesi dan Papua. Pada baris keempat, secara tidak langsung disebutkan bahwa Maluku merupakan sebuah wilayah yang dominan dengan wilayah perairan, khususnya laut. Hal ini didukung dengan penyebutan *garis pantai* dan *ombak* dalam narasinya. Faktanya, wilayah Maluku yang memiliki luas 850.000 km<sup>2</sup> memang didominasi oleh laut, yaitu sebesar 90% (Tapilatu & Syahailatua, 2017).

Tidak hanya itu, narasi tersebut juga membicarakan sisi historis Maluku. Pernyataan ini didukung dengan kalimat pada baris kelima. Kalimat tersebut menyebutkan bahwa Maluku merupakan tanah yang lekat dengan sebutan negeri raja-raja. Hal ini didukung dengan data faktual yang menunjukkan bahwa Nama *Maluku* pada mulanya menunjuk pada keempat pusat kerajaan atau kedaton di Maluku Utara, Ternate, Tidore, Bacan dan Jailolo (Leirissa dkk., 1999). Data tersebut juga didukung dengan sebuah pernyataan yang menyebutkan bahwa nama *Maluku* berasal dari kata *Jazirat al Muluk* yang berarti *kepulauan raja-raja* atau *The Land of the Kings* (Ramadhani, 2023; Ulaen, 2017).

Tidak hanya itu, narasi jenama ZM ini turut melibatkan sumber daya alam Maluku yang menjadi target pasar dunia pada zamannya, yaitu cengkeh dan lada. Cengkeh merupakan flora endemik Maluku yang hanya bisa tumbuh di wilayah Ternate, Tidore, Halmahera, dan sekitar Maluku Utara (Suroto, 2010). Pada abad ke-15, satu kilogram cengkeh dihargai setara dengan satu kilogram emas (Denissa, 2022). Hal inilah yang membuat bangsa Eropa, Arab, dan China berbondong-bondong menuju Maluku. Selain itu, narasi di atas juga menyebutkan lada. Lada dijuluki dengan rajanya rempah-rempah (Kemala, 2007; Putra, 2019; Spence, 2024). Julukan ini disematkan karena lada memiliki kegunaan yang sangat banyak. Sejak zaman dahulu, lada telah digunakan bangsa Eropa sebagai bumbu masakan dan hanya bisa diperoleh oleh kalangan borjuis saja (Tirta, 2016).

ZM memanfaatkan sumber daya Kepulauan Maluku sebagai narasi yang memiliki nilai estetik. Tampak pada penyusunan baris-baris kalimatnya yang memiliki rima sejajar a-a-a-a. Hal ini menimbulkan efek keindahan Ketika kalimat-kalimat tersebut dilafalkan, serupa dengan puisi. Adapun substansi kondisi geografis Maluku serta cengkeh dan pala

yang menjadi bahan narasi, menunjukkan eksotisme ekologis dalam narasi puitik yang tersaji.

Lanskap kedua adalah Labuan Bajo. Labuan Bajo adalah kota kecil yang berlokasi di ujung barat Pulau Flores, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Nama tempat ini berasal dari dua kata, yaitu *labuan* yang berarti *berlabuh* dan *bajo* yang merujuk kepada sebuah suku bernama suku Bajo (Wongge, 2022). Lokasinya yang strategis membuat Labuan Bajo menjadi salah satu destinasi wisata yang paling diburu. Keindahan dan sumber daya alam di Labuan Bajo menginspirasi ZM untuk mengkreasi sebuah produk dan mempromosikannya dengan narasi puitik berikut ini.

Sebuah gerbang menuju surga flora dan fauna,  
terbuka menyambut penjelajah habis lelah mengarungi buana.  
Tersimpan kekayaan laut yang tak terkira,  
tertata kapal-kapal pinisi berlabuh menyapa samudera.  
Tumbuh pula pohon lontar, pohon kehidupan yang serba guna,  
yang daunnya sering mengalun pelan di udara.  
Inilah representasi kain karya anak Indonesia,  
melambangkan Labuan Bajo yang melegenda. (Zaskia Mecca)

Baris pertama narasi di atas mendeskripsikan Labuan Bajo sebagai gerbang menuju surga flora dan fauna. Hal ini sejalan dengan kenyataan yang menunjukkan bahwa Labuan Bajo merupakan menjadi pintu menuju Taman Nasional Komodo (A & Selastia, Citra.Arini Fitri Shara, Yuni Novita, 2025). Sama halnya dengan Maluku, wilayah Labuan Bajo didominasi oleh laut. Hal ini dimanfaatkan ZM dalam narasinya dengan menyebutkan bahwa Labuan Bajo memiliki kekayaan laut yang terkira. Narasi di atas juga menyebutkan tentang kapal pinisi. Kapal pinisi memang menjadi salah satu transportasi yang dapat digunakan untuk menikmati keindahan Labuan Bajo (Wongge, 2022). Selain keberadaan kapal-kapal pinisi, narasi tersebut juga mendeskripsikan flora yang banyak terlihat di sekitar Labuan Bajo, yaitu pohon lontar. pohon lontar (*Borassus flabellifer Linn.*) adalah salah satu jenis palma atau Arecaceae yang tumbuh terutama di daerah kering (Tambunan, 2010). Pohon lontar sendiri merupakan salah satu tanaman khas Nusa Tenggara Timur yang cenderung memiliki karakteristik area yang kering (Upa & Tidore, 2024).

Tidak jauh berbeda dengan narasi pertama, narasi tentang Labuan Bajo ini juga memiliki efek puitis yang tampak pada penggunaan rima sejajar a-a-a-a. Selain itu, pemilihan kata juga turut mendukung efek puitis yang ada. Salah satunya ditunjukkan pada bait kedua, yaitu *terbuka menyambut penjelajah habis lelah mengarungi buana*. Bait ini berusaha untuk mendeskripsikan usaha para pelancong menuju Labuan Bajo yang akan segera terbayar sesaat setelah sampai di tempat ini karena keindahannya. Narasi yang

disisipi deskripsi ekologis ini tidak hanya menghadirkan keindahan teks semata, tetapi juga pengetahuan yang informatif tentang salah satu tempat paling indah di Indonesia.

Lanskap ketiga adalah Geopark Belitung. Geopark Belitung telah diakui secara internasional oleh UNESCO karena fitur geologisnya (Kusumah dkk., 2023). Beberapa di antaranya adalah Alluvial & Beach Deposits, Carbonaceous Sand, Batu Besi Quartz Diorite, Burung Mandi Geosite, Baginda Adamelitte, Tanjungpandan Granite, Siantu Formation, Kepulauan Mendanau Geosite, dan Open Pit Nam Salu Geosite (Ismayanti dkk., 2022). Fitur geologis itulah yang dimanfaatkan jenama ZM dalam narasi puitiknya sebagaimana berikut ini.

Belitung dengan keragaman  
budaya, flora, dan fauna  
terus memukau kancan dunia.  
Pemandangan batu granit,  
pasir putih dan laut biru adalah  
nirwana kekayaan alam Nusantara.  
Inilah keindahan Geopark Belitung  
di atas kain karya anak bangsa

Narasi di atas berfokus pada kondisi geografis Geopark Belitung, khususnya batu-batu granit sebagaimana disebutkan pada baris keempat. Di Geopark Belitung, batuan granit memang menjadi satu bentang alam spektakuler. Granit bergulung-gulung dan dihiasi singkapan batu yang berdiri sendiri, yang tercipta dari erosi dan pelapukan selama ribuan tahun (Hincks, 2021). Sebagai wilayah yang berupa kepulauan, membuat wilayah Belitung juga didominasi oleh laut. Hal ini dimanfaatkan pula dalam narasi dengan penyebutan kondisi pasir yang putih dan laut yang biru.

Aspek puitik dalam narasi di atas tidak jauh berbeda dengan dua lainnya. Berfokus pada penggunaan rima yang cenderung sejajar a-a-a-a. Pilihan kata yang digunakan turut membantu memaksimalkan efek estetika pembacaannya. Misalnya, tampak pada bagian *nirwana kekayaan alam Nusantara*. Bagian tersebut berusaha untuk menjelaskan bahwa laut Belitung menjadi salah satu sumber keindahan alam Indonesia. Namun penggunaan kata *nirwana* mampu memberikan kesan yang lebih estetik dan dramatis.

Lanskap keempat adalah Mentawai. Kepulauan Mentawai terdiri dari empat pulau utama yang berpeflghuni, yakni Siberut (4030 km<sup>2</sup>), Sipora (845 km<sup>2</sup>), dan Pagai Utara Selatan (1675 km<sup>2</sup>) (Christyawaty dkk., 2007). Mentawai menjadi salah satu kepulauan dengan kondisi alam yang indah. Keindahan tersebut juga didukung dengan kebudayaan yang magnetis. Bentuk kebudayaan tersebut salah satunya seni, yang dimanfaatkan jenama ZM dalam narasi berikut ini.

Mentawai  
Beratap langit biru dengan jejak langkah pantai  
Menyatu unik budaya dengan seru alam permai

Seni melekat pada setiap insan mentawai  
Beradu mesra keduanya mencipta damai  
Kini eloknya kami lukis dalam kain terjuntai  
Agar abadi dalam karya yang terbingkai

Seni disebutkan pada baris ketiga. Menurut Undang-Undang RI Nomor 5 Tahun 2017 tentang Objek Pemajuan Kebudayaan (KSI, 2017), seni adalah ekspresi artistik individu, kolektif, atau komunal, yang berbasis warisan budaya maupun berbasis kreativitas penciptaan baru, yang terwujud dalam berbagai bentuk kegiatan dan/atau medium. Suku Mentawai sebagai penduduk setempat memiliki berbagai seni yang telah dilestarikan sejak dahulu kala. Sayangnya, dalam narasi di atas, tidak disebutkan secara spesifik seni khas Mentawai yang dimaksud. Namun, jika ditilik melalui motif produk yang dinarasikan dengan memanfaatkan ekologi Mentawai ini, seni yang dimaksud adalah seni tato atau *titi*. Terdapat tujuh motif tato yang umum digunakan oleh suku Mentawai, tidak hanya sebagai ornament, tetapi juga sebagai identitas, simbol kepercayaan, hingga simbol struktur kemasyarakatan (Munaf dkk., 2001). Seni ini tidak hanya digunakan sebagai motif hijab, tetapi juga pernah dimanfaatkan sebelumnya sebagai rancangan interior resor hotel (Aznel & Wulandari, 2022). Representasi motif tato dalam produk ZM tampak pada gambar berikut ini.



**Gambar 3. ZM Mentawai Scarf Hijab**

Narasi di atas juga memanfaatkan rima sejajar a-a-a-a. Secara spesifik, bunyi huruf *i* menjadi akhiran tiap barisnya. Baris ketiga dan keempat menunjukkan pilihan diksi yang estetis untuk mendeskripsikan sinergi antara suku Mentawai dengan seni yang dimilikinya. Bagian *kini eloknya kami lukis dalam kain terjuntai* juga menjadi poin penting dari segi *storynomics*. Dengan cara yang puitis, ZM mengungkap bahwa keindahan Mentawai mereka memanfaatkan sebagai motif kerudung sebagaimana pada gambar 3 di atas.

Lanskap kelima adalah Kelimutu. Kelimutu berlokasi di Pulau Flores, Kabupaten Ende, Provinsi Nusa Tenggara Timur, yang terkenal dengan danau tiga warnanya, yakni *Tiwu Ata Mbupu*, *Tiwu Ata Polo*, dan *Tiwu Nua Muri* (Mudiana dkk., 2003). Ekologi Kelimutu hanya dimanfaatkan secara general dalam narasi puitik ZM ini. Narasi tersebut dapat dilihat melalui kutipan berikut.

Surga milik Nusa Tenggara siapa yang tak terpana  
Damainya Kelimutu menggoda, berselimut keagungan sang Pencipta  
Kolaborasi warna menggugah puji banyak insan  
Kemari, kuajak menikmati alam dengan syahdu  
Kain ini kubuat untukmu, melekat pada ragamu agar lebih menyatu. (Zaskia Mecca)

Kelimutu yang terkategori sebagai taman nasional tentu memiliki berbagai lanskap yang menarik untuk dikunjungi dan dijadikan sebagai bahan penciptaan narasi. Dalam narasi di atas, dimanfaatkan danau yang dapat berubah warna sebagaimana disebutkan sebelumnya. Walaupun hanya menyebutkan secara sekilas pada baris ketiga. Narasi di atas dicipta secara puitis dengan memanfaatkan rima sepasang a-a-b-b. Ditutup dengan bagian *melekat pada ragamu agar lebih menyatu*, yang bermakna bahwa produk tersebut dibuat agar keindahan alam Mentawai dapat lebih dikenal oleh penggunanya.

Lanskap keenam adalah Derawan. Nama Derawan secara toponim mengandung sebuah makna tersirat berupa harapan akan suatu keindahan dan kealamian menjadi cerminan yang khas pada pulau Derawan (Afrianto dkk., 2018). Pulau Derawan terletak di Provinsi Kalimantan Timur. Pulau Derawan memiliki berbagai macam biota laut yang khas, seperti areal mangrove, terumbu karang, ikan, rumput laut, serta cetacea dan manta (Wiryawan dkk., 2004). Keanekaragaman itulah yang dimanfaatkan ZM dalam narasinya.

“Garis pantai bak’ lukisan,  
aneka ragam wisata bahari  
dengan lebih dari 870 jenis biota laut.  
Tak ragu menjadikan Pulau Derawan sebagai salah satu  
surga menawan di timur Kalimantan.  
Seluruh mahakarya Derawan, kami abadikan dalam  
kecantikan lembaran desain motif kain.”

Biota laut tidak diuraikan secara spesifik dalam narasi di atas. Narasi hanya difokuskan pada keindahan alam Pulau Derawan yang didominasi oleh laut dengan garis pantai yang indah. Dari segi puitika, narasi di atas menggunakan diksi-diksi estetik untuk menggambarkan keindahan alam Derawan. Penyebutan *surga menawan di timur Kalimantan* misalnya, menggambarkan level keindahan alam yang adiluhung. Dalam perspektif *storynomics*, narasi tersebut ditutup dengan klaim produk yang terinspirasi dari keindahan Derawan. Narasi ini cukup magnetis untuk memikat pembeli.

Lanskap ketujuh adalah Palembang. Palembang menjadi satu-satunya kota yang menjadi inspirasi penciptaan produk dan narasi puitik jenama ZM. Akan tetapi, narasi yang dibuat mengenai kota ini tidak terlalu signifikan. Tidak dibahas secara terperinci hal-hal yang unik dan mendalam mengenai kota Palembang. Namun, narasi tersebut cukup representatif untuk menggambarkan Palembang sebagai kota yang indah.

Palembang scraf saudia voil motif ini menceritakan tentang negeri Sumatera penuh cerita,  
hulu ke hilir, kaya akan anugerah sang kuasa segala pesona sumatera

Narasi di atas membahas Palembang dari sisi historisnya. Sejalan dengan pendapat Jumhari (2010) yang menyatakan bahwa Palembang yang berlokasi di Pulau Sumatera ini dipenuhi oleh cerita penuh romantisme sekali berbau mitos. Sisi puitis narasi di atas tidak terlalu menonjol. Efek puitik dan estetik hanya tampak pada penggunaan diksinya saja.

Kota terakhir dalam narasi puitik ZM adalah Bogor. Bogor dikenal sebagai kota hujan karena memiliki intensitas curah hujan yang relatif tinggi (Rizkia dkk., 2023). Bogor dahulu kala, juga pernah menjadi lokasi sebuah kerajaan, yaitu Kerajaan Sunda. Hanya saja, saat kekuasaan Kerajaan Sunda berlangsung, Bogor masih bernama Pakwan Pajajaran (Alnoza, 2022). Tidak hanya itu, lanskap kota Bogor lainnya adalah Gunung Salak. Gunung Salak menjadi salah satu ekosistem pegunungan tropis yang terdapat di Jawa Barat dengan kisaran ketinggian antara 400 m dpl sampai dengan 2210 m dpl (Wiharto & Kusmana, 2003). Bogor juga identik dengan pohon kemang yang mempunyai buah khas berbau harum, dengan rasa yang masam manis ini (Anggraini, 2021). Berbagai bentang ala mini digunakan jenama ZM dalam narasi berikut ini.

Siapa tak kenal ketenaran namanya,  
kota hujan yang penuh mitos cinta sejak Kerajaan Sunda.  
Itu semua bukan penghalang pesonanya.  
Tanaman langka pohon hias jejak langkah kita,  
aroma tanah sehabis hujan simpan kemang memori bersama,  
disaksikan kemegahan gunung salak sebagai latar panorama.  
Terinspirasi dari kehidupan rakyat Bogor,  
hadirlah kain dambaan bangsa Indonesia.

Dalam narasi di atas, timbul efek estetik dan puitis yang disebabkan oleh penggunaan rima sejajar a-a-a-a. Tidak hanya itu, tentunya pilihan kata juga menambah efek puitik yang ada. Misalnya, pada penyebutan *mitos cinta*. Estetika ini membuat pembaca sebagai calon pembeli memiliki pengalaman berbelanja yang berbeda, sekaligus mendapat pengetahuan yang informatif mengenai lanskap kota Bogor.

### **Pohon dan Bunga: Flora Nusantara dalam Bingkai Narasi Indah**

ZM tidak hanya memanfaatkan lanskap berupa kepulauan, pegunungan, dan kota saja, tetapi juga flora. Tentunya, flora yang menjadi inspirasinya adalah flora khas Nusantara/Indonesia. Flora tidak hanya membentuk vegetasi saja. Lebih dari itu, flora dapat menjadi documenter cerita suatu wilayah.

Flora pertama dalam narasi jenama ZM adalah cendana. Cendana merupakan tanaman yang menjadi flora maskot Propinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) (Riswan, 2001). Cendana juga memiliki nilai budaya yang tinggi karena digunakan dalam upacara-

upacara keagamaan, seperti Hindhu maupun Budha (Tapatab, 2001). Nilai itulah yang diintegrasikan dalam narasi puitik ZM berikut ini.

Tumbuh rimbun di Nusa Tenggara, cendana adalah pohon kayu langka dengan aroma khas Nusantara.  
Harumnya dijadikan wewangian, rempah, atau warangka.  
Semerbaknya juga dipercaya dapat membebaskan prahara, yang membelenggu jiwa.  
Inilah kain yang menggambarkan cendana, juwita timur Indonesia.

Cendana memiliki kandungan minyak (*santalol*) dalam kayu yang beraroma wangi yang khas (M. & Asbur, 2018). Dalam konteks keagamaan, minyak cendana dapat membantu aktivitas spiritual dan menciptakan kedamaian dan kerap kali digunakan dalam upacara kematian untuk membantu menenangkan jiwa yang dilanda kesedihan (Daijo dan Oiler, 2000 dalam Agusta & Jamal, 2021). Sejalan dengan baris ketiga di atas yang menyebutkan bahwa *semerbaknya juga dipercaya dapat membebaskan prahara, yang membelenggu jiwa*.

Dari aspek puitisnya, salah satu hal yang paling menonjol adalah penggunaan diksinya, yang tampak pada penggunaan kata *juwita*. Kata *juwita* berarti *cantik* atau elok. Hal ini menggambarkan cendana sebagai tanaman primadona yang berasal dari wilayah Indonesia timur. Penggunaan diksi ini juga didukung dengan rima sejajar a-a-a-a yang mampu memberik efek estetik.

Flora kedua adalah bunga sedap malam. Nama *sedap malam* diberikan kepada bunga yang berasal dari Pasuruan, Jawa Timur ini karena aromanya yang semerbak di malam hari (Hidayati dkk., 2023). Secara fisik, bunga sedap malam memiliki warna putih bagian kelopaknya. Warna putih dalam kehidupan manusia merepresentasikan berbagai hal baik. Hal itulah yang dimanfaatkan dalam narasi puitik berikut ini.

Edisi Sedap Malam  
Flora khas Jawa Timur yang istimewa,  
Sedap malam namanya.  
Mekar semerbak kala malam menjelang,  
Harum wewangian pelembut hati yang lapang,  
Kelopak putih penuh kesederhanaan,  
Simbol kemurnian, kedamaian, serta keluguan.  
Inilah kain representasi keanggunan

Baris *kelopak putih penuh kesederhanaan*, menunjukkan makna simbolik warna putih yang memang identik dengan karakter sederhana (Tri Suswanto dkk., 2023). Di sisi lain, narasi di atas juga menunjukkan makna simbolik lain dari warna putih, yaitu sebagai kemurnian, kedamaian, dan keluguan. Sejalan dengan pendapat Syarif (2018) yang menyebutkan bahwa warna putih dalam konteks semiotika budaya menjadi penanda kemurnian, cahaya, aman, kesucian, kepolosan, kepasrahan. Lebih dari itu, warna putih juga menjadi symbol keanggunan sebagaimana disebutkan pada baris terakhir narasi di atas. Hal ini didukung oleh pendapat Pratiwi & Luthfianiza (2020) yang menyatakan

bahwa putih adalah simbol elegansi. Narasi di atas dalam perspektif *storynomics* dapat menjadi magnet untuk menarik pembeli. Ditambah lagi dengan penggunaan rima a-a-b-b yang memunculkan efek estetika dalam pembacaannya. Melalui narasi ini, seorang pembeli tidak hanya menerima produk saja, tetapi juga menerima pengetahuan mengenai bunga sedap malam, serta nilai atau *value* yang disebarkan melalui narasi tersebut.

Flora ketiga adalah kadupul. Bunga kadupul termasuk ke dalam spesies bunga langka dengan aroma semerbak yang hanya mekar di malam hari (Najah, 2022). Bunga kadupul mekar hanya dalam waktu yang singkat, yaitu sekitar dua jam saja dan hanya terjadi satu kali dalam setahun (Rohayati, 2021). Bunga kadupul menjadi bunga yang spesial di beberapa negara, yaitu (1) di India kadupul diyakini turun dari langit, (2) di Sri Lanka, kadupul disebut Brahma Kamal, dan (3) di Jepang, kadupul disebut *Gekka Bijin* atau kecantikan di bawah bulan (Widiana, 2018). Fakta-fakta ekologis mengenai keindahan kadupul inilah yang dimunculkan dalam narasi berikut ini.

Bunga Kadupul memiliki wangi yang indah sekali. Bunga ini juga menjadi salah satu bahan parfum paling langka dan paling eksotis.

Bunga Kadupul sangat sulit ditemukan dan dipanen. Bunga ini mekar hanya sekali di tengah malam dan hilang saat fajar.

Jika ingin mencari bunga Kadupul, sebaiknya menjelajahi hutan pada malam hari. Beberapa yang beruntung bisa melihat Kadupul dan terpesona oleh mekarnya yang indah dan aromanya yang memabukkan.

Tak hanya itu, peristiwa mekarnya pun hanya terjadi satu kali dalam setahun.

Perkiraan sekitar akhir Juni atau di awal bulan Juli.

Ketika mekar bunga ini memancarkan aroma wewangian yang memesona dan sulit dijabarkan dengan kata-kata.

Hal inilah yang menyebabkan banyak orang berlomba-lomba untuk menemukannya dan menanti hingga ia mekar.

Tidak hanya signifikan secara ekologis, narasi di atas juga mengandung nilai-nilai estetika yang tampak pada penggunaan kata-katanya. Salah satunya tampak pada deskripsi bunga kadupul yang *aromanya yang memabukkan*. Yang dimaksud aroma memabukkan dalam bagian di atas adalah aroma yang sangat kuat dan menyenangkan. Hal ini didukung dengan bagian *aroma wewangian yang memesona dan sulit dijabarkan dengan kata-kata*, yang memperkuat keistimewaan aroma bunga kadupul. Secara penggunaan rima, narasi di atas tidak signifikan menggunakan rima yang terdengar estetika.

Flora keempat adalah *Rafflesia Arnoldi*, yaitu spesies Bunga langka yang berasal dari Pulau Sumatera, khususnya Bengkulu (Samidjo dkk., 2022). Sebelumnya, bunga *Rafflesia Arnoldi* pernah dijadikan inspirasi desain baju pesta, sebagaimana yang dilakukan oleh Hediningsih & Tresna (2022). Di sisi lain, jenama ZM turut memanfaatkan bunga ini sebagai motif produk baju serta narasi dalam pemasarannya. Narasi tentang *Rafflesia Arnoldi* sebagai *storynomic* adalah sebagai berikut.

Rafflesia Arnoldy  
Puspa langka asal Sumatra.  
Namanya melegenda, begitu istimewa.  
Tumbuh sendiri, berdamai dengan rasa sepi,  
berteman keindahan kelopak yang menghangatkan hati.  
Baik dalam gersang dan gigit cuaca,  
keelokannya akan selalu terlihat dan terasa.  
Inilah kain cerminan keistimewaan rafflesia,  
simbol jelita khas Indonesia.

Narasi di atas memanfaatkan berbagai aspek dari *Rafflesia Arnoldi*. Dari karakter kelangkaannya, hingga tumbuhnya yang cenderung sendiri karena memang tergolong sebagai tanaman parasit (P. Putri, 2017). Narasi di atas menggunakan diksi yang memunculkan efek estetis dan puitis. Hal ini tampak pada penggunaan kata *puspa* dalam menyebut *bunga*. Ditambah lagi, bagian *berdamai dengan rasa sepi* untuk mendeskripsikan sifatnya yang tumbuh sendirian. Bagian lainnya adalah *baik dalam gersang dan gigit cuaca* yang mendeskripsikan daya perubahan cuaca panas dan hujan yang dilewati *Rafflesia Arnoldi*. Efek puitis juga ditimbulkan melalui penggunaan irama sejajar a-a-a-a.

## SIMPULAN

Pemanfaatan ekologi khas Nusantara, seperti lanskap dan flora menghadirkan citra pemasaran yang berbeda, Baik sebagai inspirasi penciptaan produk dan strategi pemasaran produk Zaskia Mecca (ZM). ZM melalui narasi puitiknya membangun ikatan emosional yang cukup persuasif untuk mengikat ketertarikan calon pembeli. Narasi puitik yang digunakan ini tidak hanya membuat seseorang membeli dan mengenakan produknya saja, tetapi juga memiliki ikatan yang lekat tentang jenama dan produk ZM. Dalam perspektif *storynomics*, hal ini dapat mendukung kelanggengan penjual dan loyalitas pembeli. Dalam perspektif ekologis, narasi puitik ZM dapat menjadi salah satu langkah strategis dalam mengenalkan kearifan lokal yang ada agar tetap eksis. Melalui penelitian ini, diharapkan jenama-jenama lainnya turut memanfaatkan ekologi lokal dalam aktivitas pemasarannya, tidak hanya untuk mendukung ekonomi kreatif, tetapi juga melestarikan dan menyebarkan pengetahuan mengenai ekologi lokal Nusantara yang mayoritas berstatus menuju langka. Melalui penelitian ini, peneliti berikutnya diharapkan dapat memvalidasi dengan melakukan penelitian lanjut dengan objek-objek dan muatan kearifan lokal serta ekologi yang berbeda.

## DAFTAR RUJUKAN

- A.S, A., & Ali, H. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Pemasaran: Analisis Produk, Tempat dan Promosi (Literature Review Manajemen Strategik). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(2), 136–148.
- A, & Selastia, Citra.Arini Fitri Shara, Yuni Novita, Y. (2025). Eksplorasi Keindahan Labuan Bajo Sebagai Surga Yang Tersembunyi Di Provinsi Nusa Tenggara Timur ( Ntt). *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 195–222.
- Afrianto, Mursalim, & Rijal, S. (2018). Asal-Usul Nama Pulau Derawan, Maratua, Kakaban, Dan Sangalaki Di Kabupaten Berau Kalimantan Timur [The Origin of the Names of Derawan, Maratua, Kakaban, and Sangalaki Islands in Berau Regency, East Kalimantan]. *Ilmu Budaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni Dan Budaya*, 2(2), 129–137.
- Agusta, A., & Jamal, Y. (2021). Fitokimia dan Farmakologi Cendana (*Santalum album* L.). *J Biologi*, 5(5), 561–564.
- Ali, M. R., & Bahruddin, B. (2024). Representasi Nilai Ekologi dalam Cerpen Muna Masyari: Analisis Ekokritik. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia, Special Edition Lalongét V*, 463–471.
- Alnoza, M. (2022). Inscriptions Of Kingdom Of Sunda In Periphery Area: A Study Of Panopticon Theory. *Pangadereng: Jurnal Hasil Penelitian Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(1).
- Anggraini, V. (2021). *Tanaman Khas Bogor : Pohon Kenari dan Pohon Kemang*. Sentul City.
- Aznel, K. M., & Wulandari, R. (2022). Mengenalkan Kebudayaan Mentawai Dengan Menjadikan Inspirasi Perancangan Interior Resort Hotel. *Jurnal PATRA*, 4(2), 125–131.
- Bilandzic, H., & Kalch, A. (2021). Fictional Narratives for Environmental Sustainability Communication. *The Sustainability Communication Reader*, 123–142.
- Binus. (2025). *Pentingnya Brand Storytelling dalam Marketing Communication*. Binus University.
- Chen, Y. (2024). Research on the impact of ecological literature on the environment and society'taking Chinese ecological literature as an example. *E3S Web of Conferences*, 560(02014).
- Christyawaty, E., ArioS, R. L., Refisrul, & Ernatip. (2007). *Sistem Perladangan Suku Bangsa Mentawai di Muntei, Siberut Selatan*. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional Padang.
- Darihastining, S. (2013). *Narasi puitik Jidor Sentulan di Jombang* [Universitas Negeri Malang].
- Denissa, L. (2022). Pala dan Cengkeh Di antara Jejak Sejarah, Batik dan Identitas. *Humanitas (Jurnal Psikologi)*, 6(1).
- Edison, E., & Kartika, T. (2024). Pengembangan Storynomic Tourism dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pengalaman Wisatawan di Desa Wisata Ciburial. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 29(2), 212.
- Hediningsih, A. F., & Tresna, P. P. (2022). Eksplorasi Bunga Rafflesia Arnoldi dalam Pembuatan Busana Pesta Malam. *Journal of Vocational and Technical Education (JVTE)*, 3(2), 40–47.
- Hidayati, N., Sukerta, P. M., Supriyanto, E., & Pamardi, S. (2023). Sundel: Reinterpretasi Bunga Sedap Malam Dalam Motif Bordir Dan Sulam. *Narada : Jurnal Desain Dan Seni*, 10(1), 67.
- Hincks, J. (2021). *Memperkenalkan Pulau Belitung: Geopark Global UNESCO Terbaru di Indonesia*. Perserikatan Bangsa-Bangsa Indonesia.
- Ismail, H. M. (2024). Ecocriticism and Children's Literature: Dr. Seuss's The Loraxas an Example. *World Journal of English Language*, 14(3), 139–147.

- Ismayanti, Dalidjo, N., Yunita, E., & Setiawan, Y. E. (2022). *Story Telling Belitong UNESCO Global Geopark*. Ministry of Tourism and Creative Economy / Tourism and Creative Economy Agency of the Republic of Indonesia.
- Jumhari. (2010). *Sejarah Sosial Orang Melayu, Keturuan Arab dan Cina di Palernbang: Dari Masa Kesultanan Palembang Hingga Reformasi*. BPSNT PadangPress.
- Kartika, T., & Riana, N. (2020). Storynomics Tourism as an Effective Marketing Strategy on Tourism Destination (Case Study on Tangkuban Parahu, West Java-Indonesia). *Tourism and Sustainable Development Review (TSDR)*, 1(1), 33–40.
- Kaswadi. (2015). Paradigma Ekologi dalam Kajian Sastra. *Paramasastra*, 2(2), 31–45.
- Kemala, S. (2007). Strategi Pengembangan Agribisnis Lada untuk Meningkatkan Pendapatan Petani. *Jurnal Perspektif : Review Penelitian Tanaman Industri*, 6(1), 45–54.
- Kertamukti, R., & Nashira, K. Z. (2022). Storynomics Tourism Strategy in Building Tourism Communications on Ex-War Sites in Yogyakarta. *Proceedings of the Annual International Conference on Social Science and Humanities (AICOSH 2022)*, 1, 39–45.
- Khomisah. (2020). Ekokritik dalam Perkembangan Kajian Sastra. *Al-Tsaqafa: Jurnal Ilmiah Peradaban Islam*, 17(1), 83–94.
- KSl. (2017). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017. In *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1990* (Issue 1).
- Kusumah, E. P., Wahyudin, N., Purbalakseto, H. V., & Utami, E. (2023). Case Studies of the Belitong Geopark as a UNESCO Global Geopark: Evaluating Geosites for Geotourism Development. *E3S Web of Conferences*, 448(03025), 1–9.
- Leirissa, R. Z., Ohorella, G. A., & Latuconsina, D. (1999). *Sejarah Kebudayaan Maluku* (G. A. Ohorella (ed.)). CV. Ilham Bangun Karya.
- Lestari, A., Hadi, S., Hermawan, A., & Sa'diyah, L. (2024). Ekokritik Dalam Naskah Drama Air Mata Senja Oleh Joni Hendri. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 13(3), 287–298.
- Lisani, N. (2024). Strategi Storynomics Dalam Pengembangan Daya Tarik Wisata Budaya Di Kepulauan Selayar. *Jurnal Ilmu Budaya Dasar*, 12(1), 59–69.
- Lubis, H. S., Studi, P., Indonesia, S., Ilmu, F., Universitas, B., & Utara, S. (2024). Kajian Ekologi sastra pada Cerpen Bumi Kita Rumah Kita Karya Ajeng Diva Kusuma Wardani. *Jurnal Sastra Indonesia (Sasindo)*, 13(1), 372–378.
- M., A., & Asbur, Y. (2018). Cendana ( Santalum album L .) sebagai tanaman penghasil minyak atsiri Sandalwood ( Santalum album L .) as essential oil producing plant. *Jurnal Kultivasi*, 17(1), 558–567.
- McKee, R., & Gerace, T. (2018). *Storynomics Story-Driven Marketing in the Post-Advertising World* (First Hard). Hachette Book Group, Inc.
- Mudiana, D., Suharmono, Pendit, I. M. R., & Mudarsa, I. W. (2003). Vegetation around Tiga Warna Lake, Kelimutu National Park, Ende, Flores, East Nusa Tenggara. *Biodiversitas Journal of Biological Diversity*, 4(1).
- Munaf, Y., Gani, E., Rosa, A., & Nura, A. (2001). *Kajian Semiotik dan Mitologis terhadap Tato Masyarakat Tradisional Kepulaun Mentawai*. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Najah, F. (2022). *5 Fakta Menarik Bunga Kadupul, Bunga yang Tak Ternilai Harganya*. Idn Times.
- Pratiwi, O., & Luthfianiza, L. (2020). Dari Kuning Langsung Menjadi Putih: Representasi Identitas Kulit Perempuan Ideal Indonesia Dalam Iklan Citra. *Jurnal Audiens*, 1(2).
- Putra, C. (2019). *Lada: Raja Rempah-rempah*. Indonesia Gastronomy Network - Google Arts & Culture.
- Putri, P. (2017). *Mengenal Rafflesia, Bunga Raksasa dari Hutan Bengkulu*. Bobo Grid.
- Putri, R. I. F. E. (2022). *Personal Branding Zaskia Mecca Melalui Sosial Media Instagram*

- ( *studi analisis di Instagram @zaskiamecca\_id* ) (Issue 2).
- Ramadhani, A. (2023). *5 Tradisi atau Kebiasaan Orang Maluku yang Unik*. Tempo.
- Ririmasse, M. N. (2007). Maluku: Sebuah Citra dalam Bingkai Sumber Daya Arkeologi. *Kapata Arkeologi, Edisi Khusus*(Mei), 101–118.
- Riswan, S. (2001). Kajian botani, ekologi dan penyebaran pohon cendana (*Santalum album L.*). *Berita Biologi LIPI*, 5(5), 571–574.
- Rizkia, A. S., Pratiwi, A. M., Widodo, E., & Wulan Maghfirotul Fauziah. (2023). Penerapan Metode Triple Exponential Smoothing Untuk Peramalan Curah Hujan Kota Bogor. *Journal Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya*, 11(1).
- Rohayati, S. (2021). *Fakta Menarik Bunga Kadupul, Tanaman Termahal di Dunia*. Zona Banten.
- Samidjo, G. S., Oktavidiati, E., & Sunaryadi. (2022). Ecophysiology Identification and Flower Morphology of *Rafflesia arnoldii* at Forest Ecosystem of Bengkulu Province. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 985(1).
- Spence, C. (2024). The king of spices: On pepper's pungent pleasure. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35(March).
- Suroto, H. (2010). Masa Surut Perdagangan Rempah-rempah Maluku. *Kapata Arkeologi*, 6(11).
- Syarif, A. R. (2018). *Bahasa Warna Konsep Warna dalam Budaya Jawa* [Universitas Hasanuddin].
- Tambunan, P. (2010). Potensi Dan Kebijakan Pengembangan Lontar Untuk Menambah Pendapatan Penduduk. *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*, 7(1), 27–45.
- Tapatab, C. (2001). Pengelolaan dan Pembudidayaan Cendana. *Berita Biologi*, 5(5), 487–490.
- Tapilatu, Y., & Syahailatua, A. (2017). *Pentingnya Eksplorasi Perairan Laut Dalam di Kepulauan Maluku*.
- Tirta, T. (2016). Jejak Globalisasi Lada Perdagangan Lada Aceh ke Massachusetts 1797-1846. *Jurnal Sejarah Jejak Nusantara*, 4(3).
- Tri Suswanto, S. E., Ahdi, D., Satriawan, H., Zahra, A. L., Sitorus, F., R, H. N. W., & Zukruf, T. (2023). *Logo Legian*. Siami IPB.
- Ulaen, A. J. (2017). Laut Yang Menyatukan: Mengungkap Ruang-Jejaring Laut Maluku. *Lensa Budaya: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Budaya*, 12(2), 9–14.
- Upa, K. A., & Tidore, M. D. (2024). Upaya Menjaga Labuan Bajo Sebagai Sustainable Tourism Melalui Prinsip Sustainability dan Blue Economy. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(7), 1–11.
- UWA. (2019). *Bercerita dalam Pemasaran: Pentingnya Narasi Merek*. University of West Alabama.
- Widiana, W. (2018). *Kadupul, Bunga yang Hanya Mekar 2 Jam*. Bobo Grid.
- Widiastuti, Y., Saryono, D., Suherjanto, I., & Ambarwati, A. (2024). Writing poetry storynomics tourism perspective of generation Z Indonesia. *Journal of Poetry Therapy*, 1–16.
- Wiharto, M., & Kusmana, C. (2003). Vegetation Association of Gunung Salak, Bogor, West Jawa). *Forum Pascasarjana*, 31(3).
- Wiryanan, B., Stanley, S. A., Yulianto, I., & Susanto, H. A. (2004). *Profil Kepulauan Derawan Kabupaten Berau, Kalimantan Timur*. The Nature Conservancy.
- Wongge, F. E. (2022). *Jejak Wisata Labuan Bajo* (I Dewa Gde Satrya (ed.)).
- Zulfa, A. N. (2021). Ecocriticism Theory: A Study of the Emergence of the Ecological Approach Proposed by Cheryl Glotfelty. *Lakon: Jurnal Kajian Sastra Dan Budaya*, 10(1), 59–63.