

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan letak geografis yang terbentang lebar dari Barat ke Timur melintangi garis khatulistiwa. Karenanya, Indonesia kaya akan lanskap alam yang eksotis dengan iklim tropisnya. Dengan kondisi geografis yang membentang secara horizontal inilah tersebar luas juga beragam pola hidup turun temurun yang melekat di dalam masyarakat, sehingga timbul kebudayaan dan adat istiadat yang unik dan beraneka ragam yang tersebar luas di setiap wilayah Indonesia. Saat ini, sektor pariwisata di Indonesia tengah diharapkan menjadi sektor penyelamat ekonomi negara. Dalam bukunya, Nyoman S. Pendit (1990) menyatakan bahwa dalam menghadapi resesi dunia dewasa ini, pada kesempatan menyampaikan RAPBN tahun 1982 silam, mantan presiden Soeharto sempat menyinggung masalah pariwisata sebagai salah satu sektor penting penggerak devisa negara untuk berkembang.

Di Indonesia, istilah pariwisata sendiri mulai dikenal pada awal tahun 1960-an. Istilah wisata dipaparkan dalam Undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan (dalam Ismayanti, 2010:3), yang menyebutkan bahwa wisata mengacu pada perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang mengunjungi tempat tertentu untuk rekreasi, pengembangan pribadi, atau memahami keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi selama periode waktu tertentu. Selain istilah wisata, adapun definisi pariwisata yang diungkapkan oleh para ahli dari berbagai sudut pandang tanpa adanya batasan-batasan yang pasti. Seperti halnya pariwisata yang dijelaskan oleh Prof. Salah Wahab (dalam Yoeti & Oka A. 1996:114) bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas yang dilakukan secara sadar dan mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang baik dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang

beragam dan bermacam-macam dengan apa yang dialaminya pada tempat di mana pelaku aktivitas tersebut memiliki pekerjaan jangka panjang. Robert McIntosh bersama Shashikant Gupta (dalam Pendit, N.S 1990:31) mengungkapkan bahwa pariwisata adalah sebuah gabungan dari gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah daerah tuan rumah dan masyarakat lokal dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan dalam suatu tempat yang didatangi. Melalui definisi pariwisata dari berbagai ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam aktivitas yang dilakukan oleh para wisatawan dalam waktu yang sementara dan bukan bertujuan untuk menetap dengan adanya dukungan berupa fasilitas serta layanan publik yang disediakan oleh masyarakat lokal, bisnis yang bergerak dalam lingkup daerah wisata, dan pemerintah daerah.

Perkembangan pariwisata di Indonesia mulai nampak sejak dibangunnya hotel-hotel serta fasilitas layanan publik yang seiring berjalannya waktu semakin banyak bermunculan. *Traveling* atau berwisata dalam ruang lingkup negara Indonesia kini bukan hanya sebatas kegiatan melancong, melainkan telah menjadi suatu minat tersendiri bagi khalayak ramai terutama bagi kalangan remaja dewasa untuk mencapai suatu kesenangan batin. Adapun pengertian minat menurut kamus lengkap psikologi (dalam Chaplin, 2008:255) adalah (1) suatu sikap yang berlangsung secara terus menerus yang melibatkan perhatian seseorang, sehingga membuat diri seseorang tersebut menjadi selektif terhadap obyek yang diminati; (2) perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan, atau obyek itu berharga atau berarti bagi individu; (3) satu keadaan motivasi, atau satu set motivasi, yang menuntun tingkah laku menuju satu arah tertentu yang disasar.

Di dunia modern ini, teknologi semakin berkembang dan dapat mendukung berbagai kebutuhan yang cakupannya dapat berasal berbagai macam bidang keilmuan. Dengan pemanfaatan teknologi, salah satu keilmuan, yaitu bidang industri kreatif kini dapat mendorong perkembangan

dalam sektor pariwisata sehingga menjadi salah satu bagian dari ekonomi kreatif yang dapat meningkatkan devisa negara melalui daya tarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang mendatangi suatu tempat dengan berbagai macam tujuan dan kepentingan. Melalui dukungan teknologi yang semakin berkembang, industri kreatif dapat memberikan informasi dalam sektor pariwisata guna mencapai khalayak sasar tertentu dengan adanya berbagai *platform digital* dalam menyebarkan informasi pariwisata sebagai media promosi suatu destinasi wisata tertentu. Seperti halnya media sosial yang bertindak sebagai *platform digital* dalam menyebarkan informasi, adapun Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018) memaparkan bahwa media sosial adalah media yang digunakan untuk bersosialisasi dan berinteraksi antara manusia dengan manusia lainnya, bagaimana manusia menggunakan teknologi secara efektif untuk menggapai dan terkoneksi dengan manusia lainnya, menciptakan hubungan, membangun kepercayaan, dan ada di saat seseorang dalam hubungan tersebut siap membeli produk yang kita tawarkan.

Dengan memadukan antara teknologi informasi yang tersedia dengan bidang kreatif, maka berkembanglah sebuah konsep kreatif yang disebut *e-Tourism* dalam menyebarkan informasi pariwisata pada suatu daerah. Konsep *e-Tourism* ini sendiri adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengembangkan efisiensi dalam bidang pariwisata, memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada wisatawan dalam bentuk telematika, dan membuat implementasi pemasaran pariwisata agar lebih mudah diakses (Ismayanti, 2010, h.166). Selain itu, menurut Menteri Pariwisata, *e-Tourism* merupakan suatu *platform digital* untuk menghubungkan *stakeholder* pariwisata, menyederhanakan dalam melakukan perizinan, mengintegrasikan seluruh kegiatan pariwisata serta memberikan kemudahan bagi seluruh wisatawan dalam menjelajahi pesona Indonesia melalui media yang mudah diakses, kapan dan di mana saja. Pengertian *stakeholder* pariwisata sendiri adalah pihak, lintas pelaku yang terkait dengan suatu isu atau rencana. Ada pula argumen yang menyatakan

bahwa *stakeholder* merupakan individu maupun kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh suatu pencapaian tujuan tertentu (*Mengenal Stakeholders Pariwisata*. N.p. Web. 5 Desember 2019).

1.2. Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya gambaran mengenai citra dan karakteristik pariwisata yang berada di Situ Cileunca bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.
2. Kurangnya informasi pariwisata yang terkandung dalam *travel film tourism* Situ Cileunca yang dapat ditonton pada situs *platform* berbagi video.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik pariwisata di Situ Cileunca?
2. Bagaimana penerapan penyutradaraan dalam bentuk *travel film tourism* sehingga dapat memberikan informasi pariwisata di Situ Cileunca bagi khalayak sasaran?

1.3. Batasan Masalah

1.3.1 Apa

Penelitian ini dibuat sebagai dasar untuk terlaksananya pembuatan *travel film tourism* dengan memahami karakteristik Situ Cileunca sehingga khalayak sasaran mendapatkan gambaran mengenai citra pariwisata Situ Cileunca.

1.3.2 Bagaimana

Penulis berperan sebagai sutradara dengan mengangkat Situ Cileunca dan Pangalengan sebagai destinasi wisata dengan menerapkan ilmu penyutradaraan dalam pembuatan *travel film tourism*.

1.3.3 Siapa

Target audiens yang dituju berdasarkan cakupan :

1. Demografi

Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : Remaja dewasa (18 - 25 tahun)

Kelas sosial : Kelas menengah-atas (golongan B dan B+)

2. Psikografi

Kepribadian : Psikosentrik

Motivasi : *Sunlust*

Minat : Memiliki hobi untuk melakukan *flashpacking*

Opini : Peduli terhadap keseimbangan kehidupan kerja dengan aktivitas dan minat pribadi

1.3.4 Tempat

Tempat penelitian dan produksi yang dirancang untuk pembuatan *travel film tourism* berlokasi di obyek wisata Situ Cileunca dan Pangalengan yang masih dalam radius kawasan obyek wisata Situ Cileunca.

1.3.5 Waktu

Perancangan dimulai secara bertahap dari penyusunan Bab 1 yang terlaksana sejak awal perkuliahan hingga UTS semester ganjil tahun ajaran 2019/2020, kemudian dilanjutkan dengan Bab 2 pada pertemuan ke-8 dan 9. Tahap observasi dimulai sebagai dasar penyusunan Bab 3 yang dilaksanakan pada pertemuan ke-10 dan 11, dan pada pertemuan ke-12 sampai 13 adalah tahap analisis data. Bab 4 mulai dilaksanakan pada masa libur akhir tahun, yang kemudian dilanjutkan dengan tahap produksi saat awal perkuliahan semester genap tahun ajaran 2019/2020. Pada bulan Maret dan April masuk dalam tahap pasca produksi.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami bagaimana karakteristik Situ Cileunca dalam sektor pariwisata.
2. Untuk membuat rancangan *travel film tourism* yang memiliki nilai estetika visual dan narasi yang tepat guna menyampaikan citra pariwisata dengan di kawasan obyek wisata Situ Cileunca kepada khalayak sasaran.

1.5. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Teoritis

Manfaat yang didapat bagi penulis yang memiliki peran sebagai sutradara dalam pembuatan *travel film tourism* ini yaitu dapat menambah pengetahuan dan wawasan, serta pengalaman di bidang penyutradaraan baik secara konsep yang didapat melalui studi literatur, maupun praktik penyutradaraan secara langsung yang dikerjakan di lapangan baik dalam tahap produksi hingga pasca produksi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perancang

- Perancang dapat meningkatkan dan menambah pengalaman dalam menyutradarai *travel film tourism*.
- Perancang dapat belajar menganalisis suatu fenomena dengan terlibat secara langsung di lapangan.
- Perancang dapat meningkatkan kemampuan berfikir secara teoritis dalam merancang penulisan.
- Perancang dapat meningkatkan kreatifitas dalam perancangan konsep dan pengoperasian kamera di lapangan.

b. Bagi Khalayak Sasar

- Dapat memahami karakteristik wilayah Situ Cileunca dan Pangalengan.

- Memiliki bayangan terhadap jenis dan bentuk aktivitas wisata yang tersedia di obyek wisata Situ Cileunca.
- c. Bagi Masyarakat Umum
- Hasil rancangan dapat menjadi pengetahuan bagi masyarakat umum mengenai bentuk pariwisata yang ada di Situ Cileunca.
 - Meningkatkan perekonomian masyarakat lokal yang berada di kawasan obyek wisata Situ Cileunca dan Pangalengan melalui pertumbuhan wisatawan.

1.6. Metode Perancangan

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Dalam pengumpulan data melalui teknik observasi, perancang menempatkan posisi sebagai pengamat penuh yang terlibat dalam mengamati secara langsung keadaan sosial dan geografis di daerah Pangalengan dan kawasan obyek wisata Situ Cileunca. Perancang secara langsung meneliti dan mengamati kondisi lingkungan dan aktivitas penduduk lokal maupun wisatawan yang ada di Pangalengan dan kawasan obyek wisata Situ Cileunca.

Adapun perancang mengamati situs yang digunakan sebagai media atau *platform* digital dalam berbagi dan mempublikasikan video, seperti *YouTube* dan media sosial *Instagram* secara berkala untuk dapat lebih memahami fenomena yang penulis temukan mengenai sedikitnya karya film *tourism* dengan nilai estetika visual sebagai konten promosi wisata Situ Cileunca dan Pangalengan yang tersebar secara publik. Perancang melakukan observasi dengan mengamati media sosial *Instagram* terhadap beberapa akun resmi media digital yang bergerak di bidang *travel* dan pariwisata baik dalam taraf internasional maupun lokal, seperti *Beautiful Destination*, *Pesona Indonesia* dan *Wonderful Indonesia*, serta

Indonesia Travel yang mana merupakan akun resmi media sosial milik Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.

2. Studi Pustaka

Melalui studi pustaka, perancang mengumpulkan informasi melalui artikel *online*, buku dan jurnal fisik maupun elektronik terkait sejarah, sumber daya alam, dan aktivitas sosial penduduk lokal maupun wisatawan dalam ruang lingkup umum yang berada di daerah Pangalengan, Jawa Barat, yang kemudian dispesifikan ke arah objek wisata Situ Cileunca.

3. Analisis Karya Sejenis

Pengumpulan data juga dilakukan dengan melakukan analisis karya sejenis untuk dapat mengenali konsep *travel film tourism* juga sebagai referensi visual.

4. Wawancara

Perancang melakukan wawancara dengan 2 narasumber yang merupakan masyarakat lokal yang juga bekerja sebagai penyedia jasa perahu sekaligus pemandu wisata di Situ Cileunca. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk dapat secara langsung menggali informasi terkait obyek wisata Situ Cileunca terutama dari sektor pariwisata kepada masyarakat lokal yang sudah mengenal wilayah Situ Cileunca itu sendiri.

1.6.2 Metode Analisis Data

Setelah pengumpulan data melalui beberapa metode, untuk dapat memahami fenomena utama dalam penelitian ini dan untuk membuat rancangan yang tepat, maka penulis membutuhkan sumber data secara keseluruhan dan mendalam terkait objek penelitian dengan menggunakan metode kualitatif, yang mana menurut pemaparan

Sugiyono (2017:3) metode penelitian kualitatif menggunakan *focus group*, wawancara secara mendalam, dan observasi dengan peran serta pengamat secara langsung dalam mengumpulkan data.

Auerbach dan Silverstein (dalam Sugiyono, 2017:3) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan cara dalam menganalisis dan menginterpretasi sebuah teks maupun wawancara yang bertujuan untuk menemukan makna dari suatu fenomena penelitian. Adapun Cresswell (2009) yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah proses penelitian dengan membuat pertanyaan penelitian serta prosedur yang bersifat sementara, mengumpulkan data dari partisipan, analisis data secara induktif, membangun data yang bersifat terpisah ke dalam tema, dan memberikan interpretasi terhadap makna suatu data, hingga membuat laporan ke dalam struktur yang fleksibel dalam menggambarkan suatu masalah sosial.

1.6.3 Sistematika Perancangan

Peneliti melakukan analisis visual setelah melakukan pengumpulan dan analisis data sebagai pembandingan serta referensi visual. Penelitian visual dilakukan dengan mengurai dan menginterpretasi terhadap tiga karya sejenis berupa film *tourism*. Setelah itu peneliti mendapat kata kunci dan hasil analisis sebagai acuan dalam pengimplementasian konsep penyutradaraan ke dalam *travel film tourism* Situ Cileunca.

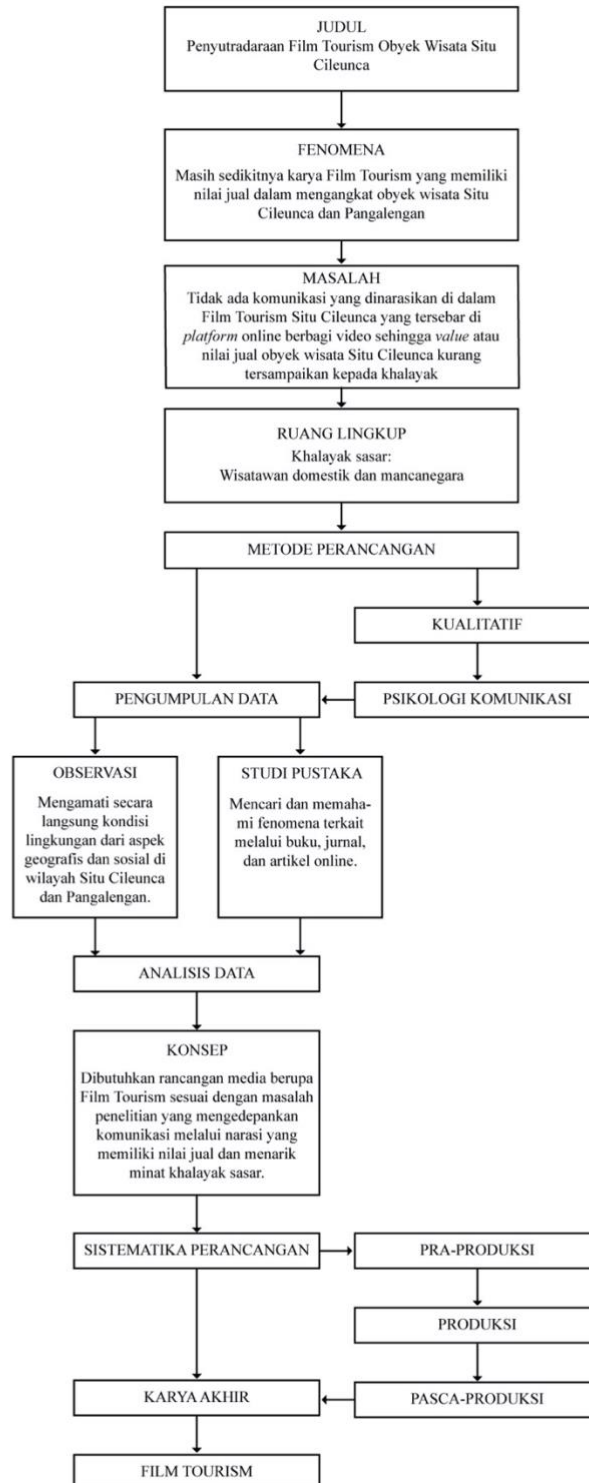
Untuk merancang sebuah film *tourism*, ada pun tahapan yang dilakukan penulis yang berperan sebagai sutradara di mulai dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Yang mana dalam tahap pra produksi, peneliti membuat rancangan serta pematangan konsep pembentukan ide cerita hingga menentukan gambaran visual seperti *color grading*, yang kemudian akan diimplementasikan ke dalam bentuk *travel film tourism*. Kemudian dalam tahap produksi, penulis mengaplikasikan konsep yang telah dirancang pada tahap pra produksi

menjadi sebuah visual dengan melakukan proses syuting, perekaman audio dan narasi. Dan terakhir adalah penyusunan klip dan audio sehingga membentuk suatu kesatuan cerita utuh yang dilakukan dalam tahap pasca produksi. Adapun tahap publikasi yang akan dilakukan setelah ketiga tahap sebelumnya selesai, dengan mempublikasikan karya melalui situs *platform* berbagi video.

1.7. Kerangka Perancangan

Tabel 1. Diagram Skema Perancangan

Sumber: Data Pribadi, 2020.



1.8. Pembabakan

a. BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini perancang menjelaskan tentang latar belakang fenomena, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode pengumpulan data, kerangka penelitian serta pembabakan untuk perancangan tugas akhir ini.

b. BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori apa saja yang digunakan perancang sebagai landasan dalam pembuatan tugas akhir ini.

c. BAB 3 ANALISIS

Bab ini berisikan tentang cara perancang dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang telah diperoleh.

d. BAB 4 KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Dalam bab ini perancang akan menjabarkan konsep dari data yang telah diperoleh, mulai dari perancangan awal hingga *output* yang dihasilkan.

e. BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran mengenai perancangan Film *Tourism* tentang eksistensi kreator lokal dalam persaingan global.