

PENYUNTINGAN DALAM PERANCANGAN FILM TOURISM KONSERVASI MANGROVE CEMARA

EDITING IN FILM TOURISM OF MANGROVE CEMARA CONSERVATION

Anzeli¹, Anggar Edhina Adi² dan Mario³

^{1,2,3}S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsong, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257
anzeli@student.telkomuniversity.ac.id, anggarwarok@telkomuniversity.ac.id,
dsmario@telkomuniversity.ac.id

Abstrak Ekowisata bermanfaat meningkatkan peluang ekonomi, perlindungan sumber daya alam dan budaya. Konservasi Mangrove Cemara merupakan wilayah konservasi *mangrove* yang dibuka menjadi destinasi ekowisata pada tahun 2017. Konservasi Mangrove Cemara memiliki manfaat bagi masyarakat setempat, wisatawan, dan lingkungan yaitu sebagai sumber pendapatan masyarakat setempat, wisata alam, dan edukasi bagi wisatawan, serta terjaganya kelestarian hutan *mangrove*. Namun, dengan adanya manfaat tersebut, Konservasi Mangrove Cemara kurang dikenal oleh masyarakat Banyuwangi karena promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut. Perancangan film *tourism* ini bertujuan untuk memperkenalkan Konservasi Mangrove Cemara agar lebih dikenal oleh masyarakat Banyuwangi. Dalam perancangan ini digunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menganalisis potensi dan permasalahan di Konservasi Mangrove Cemara serta sebagai landasan pemikiran dalam merancang penyuntingan gambar dalam film *tourism*. Rancangan media yang dihasilkan adalah film *tourism* untuk memperkenalkan Konservasi Mangrove Cemara agar lebih dikenal oleh masyarakat Banyuwangi dengan memberi informasi tentang potensi Konservasi Mangrove Cemara. Film *tourism* ini akan menampilkan keindahan alam dan kegiatan wisata yang ada di Konservasi Mangrove Cemara dengan fokus pada ranah penyuntingan gambar yang memadukan warna hangat dan dingin serta editing montase dalam film *tourism*.

Kata kunci : Konservasi Mangrove Cemara, Film *Tourism*, Penyuntingan gambar, Editing Montase

Abstract *Ecotourism is beneficial for increasing economic opportunities, protecting natural and cultural resources. Mangrove Cemara Conservation is a mangrove conservation area which was opened as an ecotourism destination in 2017. Mangrove Cemara Conservation has benefits for local communities, tourists, and the environment, namely as a source of income for local communities, nature tourism, education for tourists, and mangrove forests preservation. However Mangrove Cemara Conservation is less known by the people of Banyuwangi because the promotion is only done by word of mouth. The design of this film tourism aims to introduce the Mangrove Cemara Conservation to the people of Banyuwangi. In this design, qualitative research is used with a case study approach to analyze the potential and problems in the Mangrove Cemara Conservation, as well as the rationale for designing editing in film tourism. The media produced is film tourism to introduce the Mangrove Cemara Conservation to be better known by the people of Banyuwangi by providing information about the potential of Mangrove Cemara Conservation. This film tourism will be showing the beauty and tourism activities that exist in Mangrove Cemara Conservation with the focus on the realm of editing that combines warm and cold tone colors as well as montage editing in film tourism.*

Keywords: *Mangrove Cemara Conservation, Film Tourism, Editing, Montage Editing.*

Ekowisata adalah suatu bentuk perjalanan wisata yang bertanggung jawab ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan penduduk setempat. Konsep ekowisata merupakan gabungan antara konservasi dan pariwisata dengan konsep *back to nature* menjadikan ekowisata populer. Salah satu ekowisata *mangrove* adalah Konservasi Mangrove Cemara yang terletak di Banyuwangi. Ekowisata ini memiliki potensi bagi masyarakat setempat, wisatawan, dan lingkungan yaitu sebagai sumber pendapatan masyarakat setempat, wisata alam, dan edukasi bagi wisatawan. Namun dengan potensi dan manfaat yang ada, Konservasi Mangrove Cemara kurang dipromosikan oleh pengelola dan masyarakat setempat. Sehingga informasi wisata di tempat ini kurang diketahui oleh wisatawan.

Awal mula terbentuknya Konservasi Mangrove Cemara dikarenakan oleh oknum tidak bertanggung jawab membangun tambak di daerah Kawang. Sehingga masyarakat setempat yang peduli menanam *mangrove* di tahun 2000 dan penanaman cemara pada tahun 2006. Tanpa diduga, konservasi ini menjadi banyak diminati oleh kaum muda, sehingga konservasi ini dibuka dengan tujuan ekowisata pada tahun 2017. Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari pengelola, upaya pengelola dan masyarakat setempat dalam memperkenalkan Konservasi Mangrove Cemara ini hanya dilakukan dari mulut ke mulut saja. Sehingga belum banyak masyarakat khususnya masyarakat Banyuwangi yang mengetahui dan mengunjungi ekowisata ini.

Pengelola Konservasi Mangrove Cemara melakukan promosi pada tahun 2016 melalui pembuatan website. Namun dikarenakan biaya website yang mahal membuat website tersebut tidak aktif lagi. Berdasarkan penelitian Badan Perencanaan Pembangunan Kabupaten Banyuwangi, fokus promosi pariwisata Banyuwangi bertumpu pada destinasi mainstream. Sementara destinasi wisata baru kurang adanya eksistensi pengelolaan dalam mempromosikan melalui media sosial. Sehingga ini menjadi salah satu penyebab Konservasi Mangrove Cemara kurang dikenal oleh masyarakat Banyuwangi.

Konservasi Mangrove Cemara menawarkan pemandangan hutan cemara dan *mangrove* dari dekat yang indah, selain itu menyediakan *spot* untuk pengunjung berfoto. Wisatawan juga dapat melakukan kegiatan piknik, *camping*, dan edukasi penanaman *mangrove*. Pengelola mengatakan bahwa yang pernah melakukan penanaman *mangrove* saat ini hanya mahasiswa yang melakukan penelitian di ekowisata ini saja.

Dengan adanya pandemi Covid-19 di awal tahun 2020, pemerintah Kabupaten Banyuwangi menghimbau wisata Konservasi Mangrove Cemara ditutup sementara. Sehingga pada tahun 2020, kunjungan terdapat 11.556 pengunjung, ini menunjukkan penurunan sebesar 45% dari jumlah pengunjung pada tahun 2019 yang sebanyak 25.531 pengunjung, penurunan ini menyebabkan kerusakan beberapa fasilitas dikarenakan tidak adanya dana untuk merawat fasilitas. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik

tahun 2020, umur rata-rata wisatawan nusantara yang berkunjung ke destinasi wisata di Indonesia sebagian besar wisatawan muda yang berusia kurang dari 25 tahun. Rentang usia itu termasuk dalam usia generasi Z dengan rentang tahun kelahiran 1996-2010 yang akrab dengan dunia digital. Berdasarkan artikel yang diterbitkan thewanderingrv.com (2020), bahwa 90% keputusan generasi Z dalam berwisata dipengaruhi oleh media sosial.

Berdasarkan fenomena diatas, maka perlu dihadirkan sebuah promosi untuk memperkenalkan potensi Konservasi Mangrove Cemara dengan media berupa film *tourism*. Hal tersebut dikarenakan dengan film *tourism* dapat memperkenalkan destinasi wisata dan warisan lokal lainnya serta mendorong wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata yang ada di dalam film (Esther, Urtzi, & Ander, 2009). Berdasarkan penelitian penulis, media informasi yang membahas dan mengangkat tentang Konservasi Mangrove Cemara khususnya film *tourism* belum ada. Maka dari itu penulis ingin membuat sebuah promosi wisata tersebut melalui media film *tourism* dengan alur cerita yang bertujuan untuk mengekspos Konservasi Mangrove Cemara tersampaikan. Penulis memilih target audiens dari film *tourism* yang dibuat adalah dengan usia 17-25 tahun dengan letak geografis Banyuwangi.

Dalam pembuatan sebuah film, peran penyunting atau editor sangat diperlukan karena penyunting bertanggung jawab untuk merancang hasil produksi dan menyunting gambar untuk menentukan mood dan pesan yang ditampilkan dalam film *tourism*. Tidak hanya menyusun rangkaian *shot*, seorang editor harus mengerti bagaimana penggunaan warna dapat mempengaruhi penonton. Penerapan penggunaan warna yang tepat diharapkan bisa membantu menegaskan pesan dan emosi pada film *tourism*. Hal tersebut menjadi dasar dari pentingnya penyuntingan gambar dalam pembuatan film *tourism*.

Landasan Pemikiran

Kepariwisataan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009, kepariwisataan didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

Pariwisata

Menurut etimologi kata pariwisata terdiri dari kata *pari*, dan *wisata*, jika digabungkan berarti sebuah perjalanan yang dilakukan secara terus-menerus untuk berpindah tempat ke tempat yang akan dikunjungi. Menurut UU No.10/2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Menurut PP No.50 tahun 2011, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan.

Ekowisata

Menurut Joyner et al. dalam Asmoro, dkk (2021:230), ekowisata adalah subsektor industri pariwisata berkelanjutan yang menekankan keberlanjutan sosial, lingkungan, dan ekonomi. Sedangkan ekowisata menurut glosarium istilah pemerintah (Toman S.T, 2019:121) merupakan kegiatan wisata alam di daerah yang bertanggung jawab dengan memperhatikan unsur pendidikan, pemahaman, dan dukungan terhadap usaha-usaha konservasi sumber daya alam, serta peningkatan pendapatan masyarakat lokal.

Film *Tourism* sebagai Media Promosi

Menurut Tedy. H (2016), film sudah merambah ke media sosial. Film merupakan budaya visual yang banyak diminati oleh khalayak masyarakat. Film merupakan gambar bergerak dan mempunyai alur plot yang berasal dari gabungan *shot-shot* yang membentuk sebuah sekuen dan sekuen-sekuen itu digabung menjadi satu kesatuan utuh membentuk sebuah film.

Film *Tourism*

Menurut Nugraha, Adi, Haswati & Sintowoko (2022), Film *Tourism* menekankan pada identitas visual dan positioning statement sebagai tujuan promosi daerah. Film tidak hanya dapat menjadi media promosi saja, namun dapat menjadi media dan fungsi untuk membentuk citra destinasi wisata. Menurut Buchmann, Moore, & Fisher (2010), film *tourism* merupakan sebuah kunjungan ke tempat yang telah dipakai atau berkaitan dengan syuting. Sedangkan menurut Connell (2012), film *tourism* merupakan kegiatan pariwisata yang ditampilkan dalam bentuk gambar bergerak, meliputi film, serial televisi, produk rekaman, dan sekarang meluas ke media digital.

Penyuntingan Film *Tourism*

Menurut Ayuningtyas dalam Arifin (2018), penyuntingan gambar adalah proses menggerakkan dan menata *shot* dari hasil satu rekaman menjadi suatu rangkaian rekaman *shot* yang baru dan enak untuk dilihat. Dikutip dari buku Memahami Film (Pratista, 2008) terdapat beberapa bentuk umum transisi *shot* dalam editing, yaitu (1) *cut* merupakan transisi *shot* ke *shot* secara langsung, (2) *fade* merupakan transisi perpindahan secara bertahap, (3) *dissolve* merupakan transisi *shot* sebelumnya bertumpuk dengan *shot* selanjutnya. Menurut Sergei dalam en Dancyger (2010: 16-21), terdapat lima komponen montase yaitu (1) montase metrik merupakan potongan *shot* yang digabung menurut panjangnya dan disusun sesuai dengan

irama musik, (2) montase ritmis berdasarkan kecocokan action dengan pergerakan kamera, montase (3) tonal yaitu dua *shot* atau lebih yang saling mendukung dan membangun sebuah tema, (4) montase overtonal merupakan perpaduan metrik, ritmis, dan tonal, dan (5) montase intelektual membentuk sebuah definisi dengan batasan luas.

Secara histori, ada dua tahap dalam paska produksi yaitu *offline editing* dan *online editing*. *Offline editing* merupakan tahap mengedit dengan hasil rekaman yang memiliki kualitas yang lebih rendah dari aslinya, ini merupakan tahap mendongeng dimana penyunting berfokus pada *timing* pemotongan, tempo cerita, dan mengkomunikasikan emosi. Pada tahap *online editing* merupakan tahap akhir dimana penyunting mengembalikan kembali resolusi rekaman di *offline editing* ke resolusi aslinya, ini juga tahap mengkoreksi warna, pengerjaan efek, judul akhir, dan audio yang ada dalam film (Ostrove, 2018).

Warna Dalam Film

Menurut Darmaprawira (2002), warna dapat mempengaruhi jiwa manusia dengan kuat serta dapat mempengaruhi emosi manusia. Warna juga dapat menggambarkan suasana hati seseorang. Spektrum warna umumnya dihubungkan dengan dua suasana hati, yaitu warna merah dan analognya menggambarkan hangat, aktif dan menarik, sedangkan warna biru, ungu, dan hijau menggambarkan sejuk, pasif dan menenangkan (Birren, 1950)

Skema Warna

Menurut Mary Risk (studiobinder.com, 2020), terdapat beberapa skema warna yang dapat digunakan untuk menciptakan warna film yang seimbang, yaitu: (1) Skema *monochromatic*, berdasarkan satu hue dasar yang diakhiri dengan *shades* yang ditambahi hitam, *tones*, dan *tints* yang ditambahi putih. (2) Skema *complementary* berdasarkan dua warna dari sisi yang berbeda dari *color wheel*. Tujuan dari warna *complementary* adalah untuk menciptakan kesan hidup atau nyata dalam frame. (3) Skema *analogous* menggunakan warna yang bersebelahan pada *color wheel*. Warna yang bersebelahan cenderung terdapat di alam dan menciptakan perasaan harmonis yang enak di pandang. (4) Skema *triadic* adalah ketika tiga warna yang terletak merata disekitar *color wheel* yang digunakan secara bersamaan

Psikologi Warna

Menurut Wirania, S. & Utama, J. (2017), warna memiliki emosi yang dikaitkan dengan psikologis. Warna dapat mempengaruhi jiwa manusia dengan kuat atau dapat mempengaruhi emosi manusia. Dari sudut pandang psikologi, warna memiliki dampak yang kuat terhadap emosi dan mood manusia serta merupakan aspek yang mempengaruhi penampilan visual. Setiap warna memiliki karakteristik tertentu yaitu ciri-ciri khas yang dimiliki oleh suatu warna (Darmaprawira. 2002). Menurut Lenggossari (2008), lingkaran warna berpendar dan membentuk dua kelompok, yaitu warna panas memberikan kesan positif, merangsang,

energik, agresif, dan aktif. Warna panas terbentuk dari warna merah, jingga dan kuning. Dan Warna dingin memberikan kesan tenang, negative, aman, dan hening. Warna dingin terbentuk dari warna violet, biru dan hijau.

Studi Kasus sebagai Pendekatan Penelitian

Studi kasus merupakan pendekatan yang digunakan untuk menyelidiki dan memahami sebuah peristiwa atau masalah yang telah ada dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian diolah hingga mendapatkan solusi masalah. Studi kasus lazimnya menggunakan pertanyaan “bagaimana” untuk memperoleh pengetahuan eksplanatif atau menanyakan proses dan “mengapa” untuk memperoleh pengetahuan eksploratif atau mencari alasan. Studi kasus dapat digunakan untuk memenuhi minat pribadi karena ketertarikannya terhadap suatu persoalan dan tidak membangun teori (Yin dalam Rahardjo, 2017).

Wisatawan Muda sebagai Khalayak Sasar

Dalam jurnal WYSE Travel Confederation yang berjudul New Horizons IV (2018:7), wisatawan muda atau yang disebut wisatawan milenial suka bepergian untuk memperluas cakrawala, merasakan pengalaman baru, dan bertemu orang-orang baru. Klasifikasi usia yang termasuk dalam wisatawan muda adalah wisatawan yang berusia remaja dan anak muda pada usia 12 sampai 25 tahun (Sari, Kusumah, & Marhanah. 2018).

Data dan Analisis Data

Data dan Analisis Data Objek

Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur, dapat disimpulkan bahwa Konservasi Mangrove Cemara memiliki potensi sebagai tempat wisata yang mengedukasi untuk melestarikan *mangrove*, dan tempat pengunjung untuk menikmati alam dengan kegiatan menyusuri jembatan bambu yang terdapat di dalam hutan *mangrove*, berfoto, berpiknik dibawah pohon cemara, serta mencari kerang disaat air surut. Di konservasi ini juga terdapat kegiatan edukasi penanaman *mangrove*, namun hanya diketahui oleh mahasiswa saja dikarenakan belum adanya media informasi. Hal ini disayangkan dikarenakan edukasi penanaman *mangrove* memiliki daya tarik yang cukup besar bagi wisatawan. Selain itu, dengan promosi yang dilakukan melalui mulut ke mulut membuat informasi tempat wisata ini tidak maksimal.

Data dan Analisis Khalayak Sasar

Berdasarkan data yang didapatkan melalui penyebaran kuisisioner menggunakan teknik random sampling dengan kriteria domisili Banyuwangi dan dengan data pendukung hasil survey yang dilakukan

Badan Pusat Statistik terkait wisatwan nusantara, target utama dari perancangan ini adalah masyarakat Banyuwangi. Secara demografis, khalayak sasaran berusia 17-25 tahun, yang termasuk dalam golongan wisatawan muda (Sari, Kusumah, & Marhanah, 2018) dan diperkuat dengan hasil survei yang dilakukan BPS yaitu wisatawan muda yang mendominasi jumlah wisatawan nusantara. Secara psikologis, film *tourism* ini ditujukan untuk masyarakat Banyuwangi yang belum mengetahui dan mengunjungi Konservasi Mangrove Cemara, memiliki ketertarikan terhadap ekowisata, memiliki minat menonton film *tourism* yang mengangkat ekowisata *mangrove*.

Data dan Analisis Karya Sejenis

Pesona Indonesia Series – Jelajah Lebih Jauh	Goresan Jejak 2	You Have Reached Your Destination
		

Berdasarkan data-data tiga karya sejenis penulis menyimpulkan bahwa penerapan teknik editing dalam pembuatan film harus sesuai dengan konsep dan juga tujuan tematik. Penerapan teknik editing tidak hanya terbatas pada satu gaya editing namun juga dapat menggabungkan beberapa gaya editing. Serta transisi *Cuts In* akan membuat sebuah karya lebih mudah dipahami dan menarik. Penggunaan skema warna analogous biru dan hijau menciptakan kesan harmoni yang enak dipandang. Penggunaan skema warna complementary biru dan merah menciptakan kesan harmoni mengembirakan yang tampak nyata dan hidup. Jadi, penggabungan warna panas dan dingin akan membuat tampilan karya menjadi lebih nyata dan menonjol. Oleh karena itu, penerapan teknik editing dan perpaduan warna panas dan dingin dapat membuat sebuah karya menjadi lebih menarik dan sempurna.

Hasil Analisis

Dari analisis objek yaitu observasi, wawancara, dan studi pustaka, penulis menyimpulkan bahwa Konservasi Mangrove Cemara memiliki banyak potensi dan manfaat yang masih belum terekspos dan tidak ada promosi di media sosial yang dilakukan. Banyak pengunjung juga tidak mengetahui kegiatan yang diperbolehkan di Konservasi Mangrove Cemara seperti berkemah dan menanam pohon mangrove. Belum ada media yang mengekspos informasi mengenai potensi dan manfaat yang ada dikarenakan kurangnya sumber daya manusia dan pengetahuan promosi masyarakat setempat sehingga promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut.

Berdasarkan pengumpulan data kuesioner, media film *tourism* dianggap sebagai media yang efektif sebagai media yang memperkenalkan ekowisata Cemara mangrove Kawang. Dengan khalayak sasaran

wisatawan muda Banyuwangi dengan rentang usia 17 tahun – 25 tahun, belum mengetahui dan mengunjungi Konservasi Mangrove Cemara, memiliki minat berwisata dengan tujuan rekreasi dan relaksasi. Dari hasil analisis tiga karya sejenis, film *tourism* yang menggunakan perpaduan warna panas dan dingin akan membuat tampilan karya menjadi lebih nyata dan menonjol. Selain itu, berdasarkan hasil analisis karya sejenis, penerapan gaya penyuntingan *rhythmic* montase, teknik *metric* montase, tonal montase serta dengan transisi *cuts in* yang secara langsung menampilkan shot selanjutnya akan menciptakan kesan yang menarik dan juga menampilkan jalan cerita yang mudah dipahami oleh penonton.

HASIL DAN DISKUSI

Konsep Perancangan

Setelah melakukan pengumpulan dan analisis data, penulis mendapatkan tema besar yaitu perpaduan skema warna hangat untuk menampilkan pesona alam dan pesan dengan gaya *editing* montase memperkenalkan Konservasi Mangrove Cemara. Dengan tema besar yang didapat, perancang membuat konsep perancangan dengan tujuan agar informasi yang terdapat dalam film dapat tersampaikan dengan baik dan dapat dipahami oleh masyarakat.

Konsep Pesan

Konsep pesan yang diangkat adalah tentang memperkenalkan Konservasi Mangrove Cemara dengan memperlihatkan keindahannya dan potensi serta manfaat yang ada di Konservasi Mangrove Cemara yang akan dikemas dalam film *tourism*.

Konsep Kreatif

Dalam konsep kreatif, penulis menggunakan judul dan premis sebagai berikut :

1. Judul film *tourism* ini adalah "Ngaso: Konservasi Mangrove Cemara".
2. Premis. Seorang mahasiswi yang penat dengan tugas kuliah merindukan suasana liburan, namun tugas yang belum tuntas membuatnya terpaksa menikmati liburan lewat sebuah foto.

Strategi Kreatif

1. Pendekatan verbal

Penyampaian narasi dalam film *tourism* ini menggunakan VO berbahasa Jawa, karena target audiens yaitu wisatawan muda Banyuwangi dimana Bahasa Jawa digunakan untuk berkomunikasi sehari-hari. Narasi mendeskripsikan pengetahuan tokoh terhadap apa yang dilihat dan dirasakan oleh tokoh. Sehingga penonton dapat memahami visual yang ditampilkan dalam film.

2. Pendekatan Visual

Pada perancangan film *tourism* ini, visual yang ditampilkan dengan menyesuaikan emosi dan juga penyampaian pesan yang terdapat dalam film. Dalam menyesuaikan visual yang diinginkan, perancang menerapkan skema warna yang panas dan dingin untuk memberikan kesan realistis dan juga menunjukkan emosi ketenangan yang didapatkan ketika berwisata. Serta menerapkan teknik *editing* montase dan transisi *cuts in* untuk mendukung kemudahan penyampaian pesan kepada penonton.

Konsep Media

1. Durasi dan Format Video

Durasi pada film ini 5-7 menit dengan format landscape dan resolusi 4K, yaitu 3840x2160 dengan 29,97 fps, menggunakan aspek rasio 16:9. Format file film ini menggunakan mp4 agar file lebih ringan dan menampilkan kualitas yang lebih tinggi.

2. Media

Media untuk menampilkan film “Ngaso: Konservasi Mangrove Cemara” adalah *Youtube*, karena *Youtube* bisa diakses siapa saja dan sudah dikenal masyarakat sebagai tempat *streaming* video dengan berbagai pilihan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan.

Perancangan Karya

Pra Produksi

Pada tahap pra produksi, perancang memerlukan konsep perencanaan pelaksanaan yang matang. Di tahap ini, perancang melakukan riset lapangan bersama tim, menentukan kru dan talent, membuat *timeline* produksi, menentukan estimasi biaya produksi, serta perancang berdiskusi dengan sutradara dan penata kamera mengenai pembagian *jobdesc* dalam produksi.

Produksi

Pada tahap produksi, perancang selaku penyunting gambar dalam tim, ikut mengamati proses pengambilan gambar serta memberi masukan mengenai *shot-shot* yang diambil dari segi angle, pergerakan aktor, pergerakan kamera dan sebagainya. Perancang juga bertugas sebagai pemegang *clapper* dan juga *soundman* yang bertugas merekam *ambience* lokasi syuting untuk kebutuhan *sound* di dalam film yang dirancang.

Paska Produksi

Pada tahap paska produksi, perancang berdiskusi dengan sutradara dan DOP untuk menentukan

footage yang akan disusun menjadi sebuah video secara kasar dengan offline editing dan disempurnakan pada tahap online editing sesuai dengan *breakdown shot* yang telah ditentukan di pra produksi. Selain itu perancang juga berdiskusi dengan sutradara dan DOP selama proses *offline editing* dan juga *online editing*.


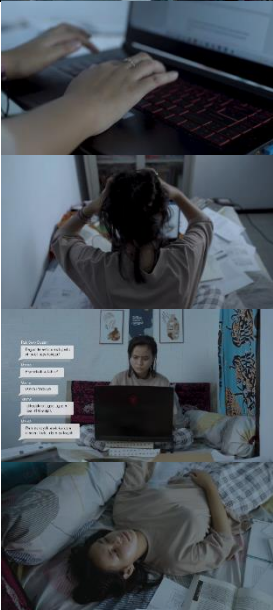
Editing Script




Scene	Visual	VFX	Audio	Timecode	Transisi
1	Visual meja belajar Ajeng	-	musik	00:00:00 – 00:00:03	Cut
2	Ajeng mengetik dan muncul chat dari dosen dan mama, membuat Ajeng tambah lelah, kemudian Ajeng merebahkan diri	Pop up notifikasi chat, subtitle	Ambience, musik, sfx notifikasi chat & VO	00:00:03 – 00:00:32	Cut
3	Ajeng membuka foto-foto liburannya dan beranjak dari Kasur dan meletakkan laptop di meja untuk beristirahat dari tugasnya	-	Ambience & musik	00:00:32 – 00:00:53	Cut
	visual meja belajar, barang-barang di meja hilang secara bertahap	Tanggal yang berjalan mundur	sfx spinning & musik	00:00:53 – 00:01:01	Dissolve
4	Ajeng bersiap-siap berangkat, mengambil tas, hp, botol minum, kain dan jaket	-	Musik & sfx swush	00:01:01 – 00:01:08	Cut
5	Ajeng berkendara menggunakan motor	-	Musik & VO	00:01:08 – 00:01:13	Cut
6	Ajeng sampai di Konservasi Mangrove Cemara, melihat keindahan area dan memotretnya	subtitle	Musik & VO	00:01:13 – 00:01:49	Cut
7	Ajeng melihat penari Gandrung di lokasi wisata	subtitle	Musik & VO	00:01:49 – 00:02:30	Cut
	Ajeng di ajari menari Gandrung	subtitle	Musik & VO		Cut
8	Ajeng duduk santai dan memfoto keindahan sekitar	subtitle	Musik & VO	00:02:30 – 00:02:49	Cut
	Ajeng memposting foto	Pop up posting foto, subtitle	Musik & VO	00:02:49 – 00:03:00	Cut
9	Ajeng berjalan di jembatan bambu	subtitle	Musik & VO	00:03:00 – 00:03:18	Cut
10	Ajeng menghampiri orang menangkap kepiting	subtitle	Musik & VO	00:03:18 – 00:03:30	Cut
	Ajeng melanjutkan perjalanan menyusuri mangrove	-	Musik	00:03:30 – 00:03:42	Cut
11	Ambience hutan mangrove	subtitle	Musik & VO	00:03:42 – 00:03:52	Cut
12	Kegiatan menanam Mangrove	subtitle	Musik & VO	00:03:52 – 00:04:13	Cut



	<i>Ambience mangrove muda</i>	<i>subtitle</i>	V.O	00:04:13 – 00:04:18	<i>Cut</i>
13	Ajeng menghampiri pencari kerrang dan mencari kerrang bersama	<i>subtitle</i>	Musik & VO	00:04:18 – 00:04:43	<i>Cut</i>
14	<i>Ambience buah mangrove</i>	-	Musik	00:04:43 – 00:04:47	<i>Cut</i>
	Ajeng berjalan menuju ikon kepala kapal	<i>subtitle</i>	Musik & VO	00:04:47 – 00:05:09	<i>Cut</i>
	Ajeng duduk di jembatan	<i>subtitle</i>	Musik & VO	00:05:09 – 00:05:14	<i>Difused Glow</i>
16	Ajeng tertidur dan dibangunkan oleh suara notifikasi chat	-	Musik & sfx notifikasi chat	00:05:14 – 00:05:32	<i>Cut</i>
17	Ajeng kegirangan sambal menari-nari, kemudian mama menelepon	-	Musik, sfx telepon masuk & VO	00:05:32 – 00:05:53	<i>Cut</i>
	Zoom in foto liburan Ajeng di KMC	-	Musik	00:05:53 – 00:06:03	<i>Cut</i>


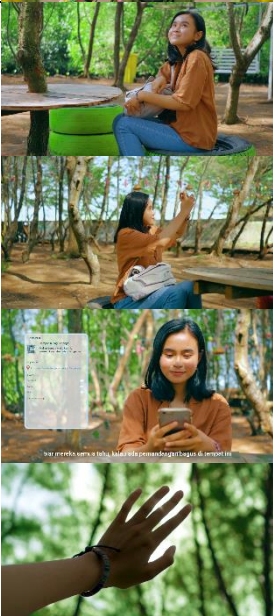

Hasil Perancangan




Berikut merupakan breakdown dari film *tourism* “Ngaso:Konservasi Mangrove Cemara”.

Scene	Visual	Teknik Editing	Deskripsi
1		Warna: teal blue Transisi: cut to Montase: rhythmic	Pada scene 1,2, dan 3 digunakan warna teal blue untuk menciptakan kesan suram. Digunakan transisi cut to dan rhythmic montase untuk mempermudah penonton mengerti alur cerita karena menciptakan kesan kesinambungan
2		Warna: teal blue Transisi: cut to Montase: rhythmic	


<p>3</p>		<p>Warna: <i>teal blue</i> Transisi: <i>cut to</i> Montase: <i>rhythmic</i></p>	
<p>4</p>		<p>Warna: <i>teal blue – teal orange</i> Transisi: <i>dissolve gambar dan warna</i> Montase: <i>metric</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal blue</i> yang perlahan berubah menjadi <i>teal orange</i> untuk menciptakan kesan transisi dan perbedaan latar waktu. Digunakan transisi <i>dissolve</i> dan <i>mentric montase</i> untuk mempermudah penonton mengerti alur cerita karena menciptakan kesan perpindahan latar waktu</p>
<p>5</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>cut to</i> Montase: <i>tonal</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal orange</i> untuk menciptakan kesan yang ceria, bersemangat dan menciptakan warna yang natural dan menonjolkan <i>point of interest</i>. Digunakan transisi <i>cut to</i> dan <i>tonal montase</i> untuk membuat perubahan irama dalam film untuk menunjukkan kegiatan bersiap-siap pergi tanpa menampilkan <i>shot</i> yang panjang sehingga penonton tidak bosan.</p>

<p>6</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>cut to</i> Montase: <i>metric</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal orange</i> untuk menciptakan kesan yang ceria, bersemangat dan menciptakan warna yang natural menampilkan keindahan alam. Digunakan transisi <i>cut to</i> dan <i>metric montase</i> untuk membuat irama film bersemangat secara visual.</p>
<p>7</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>cut to gambar dan warna</i> Montase: <i>rhythmic</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal orange</i> untuk menciptakan kesan yang ceria, bersemangat dan menciptakan warna yang natural menampilkan keindahan alam dan memberikan kesan hidup. Digunakan transisi <i>cut to</i> dan <i>rhythmic montase</i> untuk menciptakan kesinambungan sehingga mudah dimengerti.</p>

<p>8</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>cut to gambar dan warna</i> Montase: <i>metric</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal orange</i> untuk menciptakan kesan yang ceria, bersemangat dan menciptakan warna yang natural menampilkan keindahan alam dan memberikan kesan hidup. Digunakan transisi <i>cut to</i> dan <i>metric montase</i> untuk menciptakan sebuah irama yang melihatkan detail tarian sehingga berkesan berkesinambungan.</p>
<p>8</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>dissolve gambar dan warna</i> Montase: <i>rhythmic</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal orange</i> untuk menciptakan kesan yang ceria, bersemangat dan menciptakan warna yang natural menampilkan keindahan alam dan memberikan kesan hidup. Digunakan transisi <i>cut to</i> dan <i>rhythmic montase</i> untuk menciptakan kesinambungan sehingga mudah dimengerti dan pesan dapat tersampaikan dengan baik.</p>
<p>9</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>dissolve gambar dan warna</i> Montase: <i>rhythmic</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal orange</i> untuk menciptakan kesan yang ceria, bersemangat dan menciptakan warna yang natural menampilkan keindahan alam dan memberikan kesan hidup. Digunakan transisi <i>cut to</i> dan <i>rhythmic montase</i> untuk menciptakan kesinambungan antar adegan sehingga mudah dimengerti.</p>

<p>10</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>dissolve gambar dan warna</i> Montase: <i>rhythmic</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal orange</i> untuk menciptakan kesan yang ceria, bersemangat dan menciptakan warna yang natural menampilkan keindahan alam dan memberikan kesan hidup. Digunakan transisi <i>cut to</i> dan <i>rhythmic montase</i> untuk menciptakan kesinambungan adegan sehingga mudah dimengerti.</p>
<p>11</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>dissolve gambar dan warna</i> Montase: <i>metric</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal orange</i> untuk menciptakan kesan warna yang natural menampilkan keindahan alam dan memberikan kesan hidup. Digunakan transisi <i>cut to</i> dan <i>metric montase</i> untuk menciptakan visual yang menarik sekaligus untuk menunjang narasi.</p>
<p>12</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>cut to gambar dan warna</i> Montase: <i>rhythmic</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal orange</i> untuk menciptakan kesan yang ceria, bersemangat dan menciptakan warna yang natural menampilkan keindahan alam dan memberikan kesan hidup. Digunakan transisi <i>cut to</i> dan <i>rhythmic montase</i> untuk menciptakan kesinambungan sehingga mudah dimengerti.</p>

<p>13</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>cut to gambar dan warna</i> Montase: <i>rhythmic</i></p>	
<p>14</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>cut to gambar dan warna</i> Montase: <i>rhythmic</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal orange</i> untuk menciptakan kesan yang ceria, bersemangat dan menciptakan warna yang natural menampilkan keindahan alam dan memberikan kesan hidup. Digunakan transisi <i>cut to</i> dan <i>rhythmic montase</i> untuk menciptakan kesinambungan antar adegan sehingga mudah dimengerti.</p>
<p>15</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>difused glow gambar dan warna</i> Montase: <i>rhythmic</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal blue orange</i> untuk menciptakan kesan yang bahagia dan menciptakan kesan kesamaan latar waktu dengan scene awal film. Digunakan transisi <i>difused glow</i> untuk memberikan kesan perbedaan latar waktu dan tempat dari adegan sebelumnya dan <i>rhythmic montase</i> untuk menciptakan kesinambungan antar adegan sehingga mudah dimengerti.</p>
<p>16</p>		<p>Warna: <i>teal orange</i> Transisi: <i>cut to</i> Montase: <i>tonal & rhythmic</i></p>	<p>Pada scene ini digunakan warna <i>teal blue orange</i> untuk menciptakan kesan yang lebih bahagia dari warna <i>teal blue</i> di awal film dan menciptakan kesan kesamaan latar waktu dengan scene awal film. Digunakan transisi <i>cut to</i> untuk memberikan kesan</p>

			kesinambungan dan <i>tonal & rhythmic montase</i> untuk memperkuat emosi yang ditampilkan
--	---	--	---

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan data dan hasil analisis data mengenai fenomena Konservasi Mangrove Cemara kurang dikenal oleh masyarakat Banyuwangi, perancang mendapati bahwa permasalahan utama fenomena ini adalah karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh pengelola ekowisata yang disebabkan oleh kurangnya sumber daya manusia yang mengerti cara mempromosikan di media sosial. Sehingga menyebabkan ekowisata ini kurang dikenal oleh masyarakat Banyuwangi. Oleh karena itu, perancang perlu membuat sebuah media promosi berupa film *tourism* yang mengangkat tentang potensi dan keunggulan ekowisata ini. Sehingga dibuatlah sebuah film *tourism* yang berjudul "Ngaso", yang berceritakan tentang seorang mahasiswi yang penat dengan tugas kuliah merindukan suasana liburan, tetapi tugas yang menumpuk membuatnya hanya bisa mengenang masa liburannya lewat sebuah foto liburannya yang menenangkan pikiran dan memberi banyak pengalaman di Konservasi Mangrove Cemara.

Perancang berperan sebagai penyunting gambar, menerapkan konsep editing yang sesuai dengan kebutuhan film *tourism* agar menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Perancang menyusun film dengan gabungan teknik montase yaitu *rhythmic*, *metric*, dan *tonal montase* agar film lebih menarik, mudah dipahami, dan pesan dalam film tersampaikan dengan baik. Perancang juga menggunakan transisi *cut to* untuk memberi kesan kontinu dan *dissolve* serta *difused glow* untuk memberi kesan perbedaan latar waktu antara masa kini dan masa *flashback*. Dalam film *tourism* "Ngaso: Konservasi Mangrove Cemara", perancang menggunakan perpaduan tone warna *teal blue*, untuk memberikan kesan suram, dan *teal orange*, untuk memberikan kesan semangat, bahagia dan tenang. Sehingga dapat memberikan kesan bahwa ekowisata ini menyenangkan dan menenangkan.

Saran

Dalam perancangan film *tourism* "Ngaso: Konservasi Mangrove Cemara" ini perancang tentunya masih memiliki kekurangan sebagai penyunting gambar. Perancang berharap jika suatu saat nanti ada penelitian dan perancangan film berikutnya dapat mengembangan karya ini ke tahap yang lebih baik seperti eksplorasi teknik editing montase dan pemilihan penggunaan warna untuk film *tourism*. Sehingga ekowisata Konservasi Mangrove Cemara dapat dikenal oleh masyarakat Banyuwangi sehingga dapat mendorong perekonomian masyarakat setempat. Semoga dengan adanya karya ini, perancang dan peneliti berikutnya dapat mempelajari dan membahas fenomena ini lebih lanjut dari sudut pandang yang berbeda.

Daftar Pustaka

Buku

1. Dancyger, K. (2010). *The Technique of Film and Video Editing: History, Theory, and Practice*. United States of America: Focal Press.

2. Darmaprawira, Sulasmi. (2002). *Warna Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: ITB
3. Pratista, H. (2008). *Memahami Film Edisi 2*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
4. Tambunan, Toman Sony. (2019). *Glosarium Istilah Pemerintahan (Sumber Elektronik)*. Jakarta: Kencana. 121.
5. WYSE Travel Confederation. (2018). *New Horizon IV: A Global Study of The Youth and Student Traveller*. WYSE Travel Confederation.

Jurnal

1. Arifin, F. B. (2018). Editing Film Pendek dengan Teknik Montage Tentang Gaya Hidup Clubbers Siswi SMA di Kota Bandung. *E-Proceeding of Art & Design: Vol.5, No.3 Desember*.
2. Badan Perencanaan Pemerintah Daerah. 2018. Laporan Hasil Penelitian Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. *Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Banyuwangi*. 48 – 50.
3. Birren, F. (1950). *Color Psychology and Color Theraphy: A Factual Study of the Influence of Color on Human Life*. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2009.09.005>
4. Buchmann, A., Moore, K., & Fisher, D. (2010). Experiencing Film *Tourism: Authenticity & Fellowship*. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 229-248.
5. Esther, Urtzi, & Ander. (2019). Indicators of Sustainable Development for Cultural Landscape: Film Sceneries and Cultural heritage. *Structural Studies, repairs and Maintenance of Heritage Architecture*, 29.
6. Hendiawan, T. (2016). Wacana Seksualitas Poskolonial pada Teks Naratif Film Sang Penari. *Jurnal Pantun (Institut Seni Budaya Indonesia) Vol.1*.
7. Nugraha, N.D; Adi, A.E; Haswati, S.M.B; dan Sintowoko, D.A.W. (2022). Film *Tourism: A Case Study of Sumedang as Sundanese Cultural Puseur*. *CAPTURE: Jurnal Seni Media Rekam*, 13(2), 158-167.
8. Sari, D., Kusumah, & Marhanah, S. (2018). Analisis Faktor Motivasi Wistawan Muda dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 14.
9. Swasty, W., & Utama, J. (2017). Warna sebagai Identitas Merek pada Website. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia Vol.03 No.01*.

Internet

1. Anonim. 2022. Travel Statistic by Age Group (2022). <http://www.thewanderingrv.com/travel-statistic-by-age-group/>, diakses pada 19 juli 2022 pukul 20:06.
2. Mutiah, Dinny. (2020). Prediksi Masa Depan Ekowisata di Indonesia Usai Pandemi Covid-19. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4262742/prediksi-masa-depan-ekowisata-di-indonesia-usai-pandemi-covid-19>, diakses pada 10 Januari 2022 pukul 21:15.
3. Ostrove, Heather. (2018). Understanding Post Workflow: Offline vs Online Editing. <http://20questionsfilm.com/understanding-post-workflow-offline-vs-online-editing/>, diakses pada 21 Juli 2022 pukul 21:20.
4. Peraturan Pemerintah (PP) No.50 Tahun 2011. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 2025. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5183/pp-no-50-tahun-2011>, dikases pada 6 Januari 2022 pukul 10:55.
5. Risk, Mary. (2020). How to Use Color in Film: 50+ Example of Movie Color Palettes. <https://www.studiobinder.com/blog/how-to-use-color-in-film-50-examples-of-movie-color-palettes/>, diakses pada 20 Juli 2022 pukul 20:05.
6. Undang Undang RI Nomor: 10. Tahun 2009. Tentang Kepariwisata. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38598/uu-no-10-tahun-2009>, diakses pada 7 Januari 2022 pukul 19:25.