

PENATAAN KAMERA FILM ASMARALOKA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI TAMAN BUNGA NUSANTARA

DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY ON ASMARALOKA FILM AS A COMMUNICATION MEDIUM OF TAMAN BUNGA NUSANTARA

Elsay Vionita Radjawane¹, Anggar Erdhina Adi², Wibisono Tegar Guna Putra³
^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1,
Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257
elsayradjawane@student.telkomuniversity.ac.id, anggarwarok@telkomuniversity.ac.id,
wibisonogunaputra@telkomuniversity.ac.id*

Abstrak: Bukan hanya keindahan alam yang menarik para wisatawan untuk datang ke Kota Bandung, namun juga banyaknya tempat wisata yang unik. Minat masyarakat untuk berwisata paska pandemi terhalang oleh Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat, atau yang sering kita sebut dengan istilah PPKM. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung menyampaikan bahwa terjadi penurunan minat wisatawan sebesar 50 persen. Penelitian ini dibuat dengan latar belakang menurunnya minat wisatawan di masa paska pandemic covid-19. Penelitian ini dirancang menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan data yang penulis dapatkan melalui beberapa sumber. Selain bertujuan untuk meningkatkan kembali minat wisatawan dan mendongkrak kembali perekonomian di Kota Bandung, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat perkembangan media film sebagai salah satu media yang dapat berguna untuk mempromosikan tempat wisata.

Kata Kunci: *pariwisata, paska pandemi, ekonomi kreatif*

Abstract: *Not only the natural beauty that attracts tourists to come to the city of Bandung, but also the many unique tourist attractions. People's interest in traveling after the pandemic was hindered by the Implementation of Community Activity Restrictions, or what we often call PPKM. The Bandung City Culture and Tourism Office (Disbudpar) said that there was a decrease in tourist interest by 50 percent. This research was made against the background of declining tourist interest in the post-covid-19 pandemic. This research was designed using qualitative methods, namely by collecting data that the author got through several*

sources. In addition to aiming to increase tourist interest again and boost the economy in the city of Bandung, this study also aims to see the development of film media as one of the media that can be useful for promoting tourist attractions.

Keywords: *tourism, post pandemic, creative economy*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia pada awal tahun 2020 memberikan dampak yang signifikan. Masyarakat terus berjatuh akibat terpapar penyakit yang menyerang imun tubuh. Korban virus Covid-19 semakin bertambah setiap harinya, hal ini mengakibatkan pemerintah membuat kebijakan-kebijakan baru untuk menekan pertumbuhan kasus positif Covid-19. Kebijakan pemerintah Indonesia yang pertama adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar atau yang dikenal dengan sebutan PSBB. Pembatasan ini meliputi kegiatan sekolah, tempat kerja, kegiatan keagamaan, transportasi, hingga tempat dan fasilitas umum. Kebijakan yang kedua adalah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat atau yang sering dikenal dengan sebutan PPKM. PPKM diberlakukan secara lebih ketat daripada kebijakan yang sebelumnya.

Pandemi Covid-19 bukan saja berdampak pada kesehatan tubuh manusia, namun juga terdapat sektor-sektor yang dirugikan. Salah satu yang mengalami dampak dari Pandemi Covid-19 adalah sektor pariwisata. Selama ini, sektor pariwisata ikut berkontribusi dalam pengembangan ekonomi negara. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (kemenparekraf), sektor pariwisata mengalami penurunan pendapatan akibat pandemi mencapai sebesar 20,7 miliar pada tahun 2020 (Kemenparekraf, 2021). Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung menyampaikan bahwa penurunan jumlah wisatawan sebesar 50 persen. Penurunan yang cukup drastis ini berdampak kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pemerintah Kota Bandung. Disbudpar sedang mengerahkan segala cara untuk mengembangkan kembali destinasi wisata di Kota Bandung agar wisatawan tertarik untuk kembali berwisata di kala pandemi

Covid-19 tentunya dengan tetap memperketat protocol kesehatan yang diwajibkan.

Kebijakan PPKM serta adanya Vaksinasi Covid yang diberlakukan di Indonesia ternyata membuahkan hasil yang manis. Berdasarkan informasi terakhir yang didapat dari Pusat Informasi Covid-19 (PuspicoV), angka kesembuhan menembus angka 95,7 persen. Oded M Danial selaku Wali Kota Bandung juga mengatakan bahwa penurunan kasus di Kota Bandung sebesar 49,34 Persen. Bersamaan dengan kabar baik tersebut, pemerintah mulai menggalakkan kembali pembukaan wisata di beberapa daerah, salah satunya adalah objek-objek wisata di Jawa Barat. Pembukaan objek wisata tetap diiringi dengan kebijakan-kebijakan baru atau biasa disebut *new normal* dalam setiap kegiatannya. Kebijakan *new normal* ini mengharuskan para masyarakat untuk saling menjaga satu sama lain dengan menerapkan perilaku yang baru. Perilaku tersebut seperti menerapkan pembatasan jarak, penggunaan masker, pengecekan suhu tubuh dan vaksinasi.

Hal lain yang berubah karena dampak pandemi covid-19 adalah terbentuknya era tren pariwisata baru. Era yang baru ini mendorong penggunaan digital secara maksimal dan memberi dampak yang besar, era baru disebut dengan "*The Virtual Century*". Dimana manusia didorong untuk bekerja, belajar, dan bermain/hiburan menggunakan media digital dan *platform online* (Kemenparekraf, 2021). Pada era *new normal*, wisata alam menjadi salah satu destinasi wisata yang digemari masyarakat karena keindahan alamnya serta kebebasan menikmati udara segar dengan resiko yang rendah. Salah satu contoh wisata alam tersebut adalah Taman Bunga Nusantara yang memanjakan mata para wisatawan yang datang dengan bunga sebagai ciri khas nilai jual dari taman tersebut.

Perancangan penelitian ini berupa karya film pendek yang berfokus pada tempat wisata Taman Bunga Nusantara. Dalam pembuatan karya ini, perancang berperan sebagai *Director of Photography* (DOP) yang berperan sebagai penata

kamera dan menghidupkan emosi karakter lewat pengambilan shot gambar yang diambil untuk menunjang visual dari film.

LANDASAN TEORI

Taman Bunga Nusantara

Taman Bunga Nusantara yang berlokasi di daerah Ciajur, tepatnya di Jalan Mariwati Km, 7, Desa Kawungluwuk, Kecamatan Sukaresmi, Cipanas, Cianjur Jawa Barat merupakan salah satu ekowisata berbasis agrowisata. Taman ini merupakan taman *display* bunga pertama di Indonesia yang dilengkapi dengan berbagai jenis tanaman berbunga yang terkenal dan unik dari seluruh dunia. Ibu Suhardani Bustanil Arifin adalah seseorang yang memelopori sekaligus ketua umum Yayasan Bunga Nusantara beserta jajaran rekanya. Pembangunan taman ini dimulai pada tahun 1992, lalu beroperasi pada tahun 1993 dilanjut dengan diresmikannya taman ini oleh Presiden Republik Indonesia ke-2 yaitu bapak Soeharto pada tanggal 10 September 1995. Hingga saat ini, Taman Bunga Nusantara telah beroperasi lebih dari 20 tahun lamanya.

Taman ini dibangun dengan tujuan untuk menciptakan Taman Bunga Nusantara sebagai salah satu aset wisata yang berskala internasional. Taman Bunga Nusantara memiliki luas area sebesar 35 hektar, 23 hektar diantaranya diisi dengan bunga dan pohon berbunga dan 7 hektar diantaranya merupakan taman bermain untuk anak-anak yang dinamakan Alam Imajinasi, 2 hektar diantaranya untuk penginapan (Saung Nini dan Saung Aki), dan 3 Hektar untuk gedung serbaguna seperti ruang rapat, Saung Dahlia dan resto. Taman ini menjadi temoat dimana bunga dari seluruh dunia tumbuh. Bunga yang ditanam memiliki jangka waktu 2 sampai 3 bulan, sehingga bunga yang ditanam setiap bulannya berbeda-beda. Setiap area taman didesain oleh desainer terbaik yang berbeda-beda dari seluruh dunia. (Rosa, 2018b)

Pariwisata

Indonesia memiliki keindahan alam yang begitu luar biasa indahnya. Pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yaitu “pari” yang artinya penuh, seluruh, atau semua dan “wisata” yang artinya perjalanan. Sebagai negara yang besar, Indonesia memiliki banyak wisata, baik wisata alam, buatan hingga budaya. Pariwisata sendiri adalah kegiatan melakukan perjalanan jauh dari tempat kerja atau tempat tinggal dengan tujuan rekreasi, kesenangan, dan relaksasi. Maka dari itu Kemparekraf mengupayakan segala cara untuk mengoptimalkan destinasi wisata alam di Indonesia dengan berbagai cara, salah satunya adalah mengaitkannya dengan ekonom kreatif.

Ekonomi Kreatif di Sektor Pariwisata

Pariwisata dikenal sebagai salah satu tulang punggung dari ekonomi kreatif di Indonesia. Oleh karena itu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf RI, 2021) selalu berupaya untuk mengoptimalkan pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Indonesia memiliki potensi pembangunan pariwisata yang dapat menjadi kekuatan bangsa dalam pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif. Untuk meningkatkan daya tarik pariwisata, fasilitas dan segala prasarana adalah hal yang terpenting untuk diperhatikan.

Disamping pembangunan destinasi, pembangunan pemasaran adalah modal utama untuk mendorong pemasaran pariwisata Indonesia semakin maju. Citra positif yang sudah terbangun di tanah air turut membantu pemasaran pariwisata di Indonesia. Tidak tertinggal dengan kepemilikan brand yang dimiliki oleh tanah air, yaitu Wonderful Indonesia. Wonderful Indonesia terus mengedepankan pariwisata yang berkualitas, sehingga destinasi wisata yang dipromosikan tidak hanya untuk menarik wisatawan domestik melainkan juga wisatawan Internasional.

Pariwisata di Masa Paska Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 yang terjadi di awal tahun 2020 mengakibatkan masyarakat berjatuh terpapar virus yang menyebar. Tidak hanya berdampak bagi kesehatan manusia, pandemi Covid-19 juga berdampak bagi sektor-sektor pariwisata di Indonesia. Demi mengurangi penyebaran virus, pemerintah Indonesia menerapkan peraturan-peraturan berupa pembatasan beraktivitas. Hal tersebut mempengaruhi menurunnya tingkat pariwisata baik domestic maupun mancanegara.

New Normal adalah masa dimana manusia berusaha untuk beradaptasi dengan kehidupan yang berbeda dari yang sebelumnya. Pemerintah Indonesia juga turut memperbaharui peraturan-peraturan yang ada supaya perekonomian kreatif Indonesia juga turut membaik. Tempat-tempat wisata yang tadinya ditutup paksa karena adanya pandemi, mulai dibuka kembali namun tetap dengan menjalankan protokol yang ketat.

Karakteristik Wisatawan

Karakter wisatawan dari berbagai pengelompokan memiliki sifat yang unik. Karakter tersebut dapat dilihat dari berbagai pendekatan, salah satunya adalah pendekatan psikografi (Kotler dan Cooper, 2019). Wisatawan dapat dikelompokkan lagi menurut pendekatan psikografi sesuai dengan kepribadian individu, gaya hidup dan kelas sosialnya. Wisatawan dapat dibagi menjadi lima klasifikasi berdasarkan kepribadiannya, yaitu *psikosentrik*, *allosentrik*, *midsentrik*, mendekati *allosentrik*, dan mendekati *psikosentrik*. (Herindiyah, 2019).

Dari lima klasifikasi yang disebutkan, berikut merupakan penjelasannya. Yang pertama adalah *Psikosentrik* atau sebutan bagi karakter wisatawan yang terpusat hanya pada satu tema, topik, dan tujuan perjalanan. Yang kedua adalah *Allosentrik* atau sebutan untuk karakter wisatawan yang suka melakukan perjalanan dengan berbagai tema, tujuan, dan topik dan sangat berbanding terbalik dengan *psikosentrik*.

Dalam penyusunan karya ini, perancang menggunakan klasifikasi *midsentrik*, yaitu kepribadian yang dilihat berdasarkan minat khalayak sasaran yang melakukan perjalanan untuk mendapatkan ketenangan dari hiruk pikuk perkotaan. *Midsentrik* adalah karakter wisatawan yang berada di pertengahan *psikosentrik* dan *allosentrik*, sehingga karakter ini memiliki sebagian sifat *psikosentrik* dan juga sifat *allosentrik*. Wisatawan dengan karakter *midsentrik* biasanya adalah wisatawan yang melakukan perjalanan wisata hanya untuk mendapatkan ketenangan serta relaksasi sebagai bentuk beristirahat dari sibuknya kehidupan di perkotaan (Ruastiti, 2019).

Film

Film merupakan media audio-visual yang umumnya diperuntukkan untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi emosi khalayak sasarnya. Secara umum, film dibentuk oleh dua unsur yang saling berinteraksi yaitu naratif dan sinematik. Unsur naratif merupakan materi yang diolah, sedangkan unsur sinematik adalah gaya yang ditampilkan dari materi tersebut. Film secara umum dibagi menjadi tiga jenis yaitu fiksi, dokumenter, dan eksperimental. Film fiksi termasuk pada kategori film cerita, sedangkan film dokumenter dan eksperimental adalah kategori non cerita (Pratista, 2017).

Film Fiksi

Dalam pembuatan film pendek, biasanya terdiri dari durasi yang kurang dari 60 menit. Unsur Naratif merupakan poin penting dalam pembuatan film fiksi, dikarenakan naratif sendiri yang akan menjadi penggerak sebuah cerita. Film fiksi merupakan rekaan yang dirancang terlebih dahulu, cerita didalamnya terdiri dari tokoh, lokasi, masalah, konflik dan waktu yang membentuk hubungan sebab akibat. Dalam proses produksi, film fiksi memiliki alur yang lebih kompleks, baik dalam segi manajemen maupun segi kru yang cukup banyak.

Genre Film

Dalam film, genre didefinisikan sebagai pengelompokan film yang memiliki karakter atau pola yang sama, seperti dari segi *setting*, isi, subyek cerita, tema, struktur cerita, aksi ataupun peristiwa, periode, gaya, ikon, mood, serta tokoh (Pratista, 2017). Pengelompokan tersebut menghasilkan *genre-genre* populer seperti drama, horror, romansa, *action*, *comedy*, *adventure*, *thriller*, dan sebagainya. Kebanyakan film yang kita temui merupakan film yang mengkombinasikan beberapa genre sekaligus. *Genre* yang menonjol di Indonesia sendiri berupa komedi, horror, aksi, dan komedi.

Film Sebagai Media Komunikasi

Seiring dengan perkembangan teknologi, kini informasi mampu didapat dengan lebih mudah. Komunikasi merupakan sebuah proses interaksi, dilihat dari sudut pandang biologi komunikasi dari eksperimentasi adalah kecenderungan bertindak dengan upaya individu yang terlibat secara aktif dalam aspek kehidupan (Nurhadi, 2017). Film merupakan bagian dari komunikasi media massa berbentuk audio visual yang memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan sosial atau moral tertentu kepada audiens. Adanya realitas yang berkembang dan tumbuh di masyarakat, membuat film pun dapat diciptakan hampir sama dengan apa yang penonton rasakan. Oleh karena itu, apabila audiens selesai menonton, audiens dapat merasakan emosi dengan apa yang ditampilkan pada film tersebut.

Penata Kamera

Prosedur Kerja Penata Kamera

Dalam perancangan film ini, perancang sebagai penata kamera bertugas untuk menyajikan visual yang indah dan mampu menciptakan karya yang menarik. Sebagai seorang penata kamera sudah sebaiknya paham dengan kamera yang akan digunakan dan memahami tentang teknik-teknik pengambilan gambar. Penata kamera adalah seorang yang bertugas merekam gambar dengan menggunakan perangkat keras kamera video yang direkam melalui pita video,

memory, hard disk, atau media penyimpanan lainnya sesuai dengan arahan sutradara atau pengarah acara (Kusumawati, dkk, 2017:68). Seorang penata kamera juga bekerja sama dengan sutradara dalam pengambilan gambar agar mampu menangkap *shot* gambar yang dapat memperkuat emosi cerita dalam film fiksi. Selain itu, penata kamera dan sutradara harus bekerja sama agar naskah yang sudah ditulis mampu terealisasi dengan baik.

Penataan Kamera

Director of Photography merupakan sebutan lain dari penata kamera, yaitu seseorang yang memiliki tanggung jawab dalam kualitas pengambilan gambar dan penataan kamera di lokasi *shooting*. *Director of Photography* bekerja sama dengan *Director* untuk menciptakan visual yang memanjakan mata. Dalam perancangan, penata kamera ditugaskan untuk menetapkan sudut pandang kamera (*Angle*), jenis ukuran gambar (*Type of Shot*), serta pergerakan kamera (*Movement*).

Type of Shot (Pengambilan Gambar)

Type of Shot adalah teknik pengambilan gambar dalam ilmu fotografi untuk menentukan luas gambar yang akan diambil. Dalam perancangan film pendek, ada beberapa Teknik pengambilan gambar yang perancang gunakan adalah, *Long Shot, Medium Wide Shot, Medium Shot, Medium Close Up, Close Up, dan Extreme Close Up*.

Angle (Sudut Kamera)

Sudut kamera dan pandangan obyek yang ditawarkan kepada penonton akan mempengaruhi seberapa banyak informasi yang disampaikan dan juga arti yang dirasakan oleh penonton. Dalam perancangan film ini, perancang menggunakan beberapa *angle* yaitu *Eye Level, Low Angle, Bird View, Overhead, dan Over The Shoulder*.

Movement (Pergerakan Kamera)

Pergerakan Kamera adalah salah satu cara untuk mengekspresikan adegan dengan menciptakan alur suasana yang dramatik melalui tata cara subyek yang masuk dalam frame. Di film yang dirancang ini, pergerakan kamera yang perancang gunakan adalah *Still*, *Tilting*, dan yang terakhir adalah *Follow*.

Segmentasi Pasar

Segmentasi Pasar dapat diartikan sebagai proses pengelompokan pasar keseluruhan yang heterogeny menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan/atau respon terhadap program pemasaran spesifik (Tjiptono dan Chandra, 2012:150). Berikut adalah segmentasi pasar yang penting dalam menentukan targer sasaran:

Demografis

Demografis adalah pembagian seluruh pasar ke dalam berbagai subkelompok yang lebih kecil berdasarkan ciri-ciri yang objektif seperti umur, jenis kelamin, status perkawinan, penghasilan, pekerjaan, dan pendidikan. (Schiffman dan Kanuk, 2007:44)

Psikografis

Psikografis adalah pembagian masyarakat dalam beberapa kelompok berdasarkan persamaan gaya hidup, kepribadian, dan kelas sosialnya.

Geografis

Geografis adalah pembagian masyarakat dalam beberapa kelompok berdasarkan wilayah, daerah, populasi, kepadatan dan iklim yang sama.

DATA DAN ANALISIS OBJEK

Studi Literatur

Penurunan wisatawan terhadap industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia dipengaruhi oleh Pandemi Covid-19. Penurunan drastis wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia memuncak pada April 2020. Penurunan

tersebut menyebabkan para pelaku ekonomi kreatif menutup paksa semua destinasi wisata yang dimiliki. Dengan ditutupnya tempat wisata, hal ini berpengaruh juga dengan kehidupan para karyawan yang terkena PHK. Para karyawan harus mencari segala cara untuk bertahan hidup setelah dirumahkan dan tidak ada penghasilan utama. Untuk membangkitkan ekonomi kreatif di Indonesia, film dikenal sebagai media komunikasi yang cukup efektif untuk mempromosikan keindahan serta menggali potensi berbagai daerah yang terkena dampak pandemic Covid-19. Media film ini juga dinilai mampu untuk meningkatkan kunjungan wisata di destinasi wisata yang dipromosikan serta membuka peluang pekerjaan bagi masyarakat di tengah pandemi.

Observasi

Perancang tiba di Taman Bunga Nusantara Cianjur dengan cuaca yang cerah dan matahari yang sangat terik. Kami mengelilingi ke setiap sudut taman. Ketika ditengah perjalanan, kami teralihkan dengan salah satu objek yang menarik perhatian kami, yaitu taman labirin. Taman Labirin tersebut berbeda dengan bentuk labirin yang sering kita temui di internet, bentuk dari labirin tersebut tidak begitu tinggi dan tidak begitu lebat. Perancang dan rekan-rekan mencoba untuk memasuki taman labirin tersebut, jalanan di dalam labirin tersebut cukup sempit namun ada pula kawasan yang cukup luas. Di tengah taman labirin tersebut terdapat sebuah pohon besar yang rindang dengan buah dan dedaunan yang menjalar kearah bawah. Area dimana pohon besar ini tumbuh adalah satu-satunya area sejuk dan gelap di dalam labirin. Melihat situasi tersebut, perancang dan rekan-rekan memikirkan perencanaan cahaya yang akan digunakan. Kami memutuskan untuk memilih labirin menjadi spot di dalam karya kami, karena labirin dapat dipresentasikan sebagai sebuah perjalanan yang berliku-liku seperti kehidupan manusia. Jalan yang berliku tersebut mendorong manusia untuk menentukan jalan keluar, namun untuk keluar dari jalan yang berliku tersebut adalah hal yang tidak mudah untuk dijalani.

Tempat lain yang perancang dan rekan-rekan kunjungi selain Taman Bunga Nuantara Cianjur adalah sebuah kos yang berlokasi di Perumahan Buah Batu. Kos yang kami datangi adalah lokasi kedua dalam perancangan karya kami. Pada saat kami tiba di kos tersebut, terlihat bangunan yang gelap dikarenakan warna dari bangunan kos tersebut didominasi dengan warna hitam dan abu-abu, sehingga butuh pencahayaan bantuan. Lokasi berikutnya adalah kamar kos yang berada tepat di sudut lantai dua, dari tampak luar kamar kos tersebut terlihat memiliki balkon sehingga kamar kos mendapatkan cahaya yang cukup.

Wawancara

Wawancara juga perancang lakukan saat melakukan observasi terhadap para pengunjung yang datang. Wawancara dilakukan menggunakan cara *take and give*, yaitu dengan cara menawarkan bantuan berupa mengambil foto dari pengunjung yang hendak mengabadikan momennya. Narasumber yang pertama adalah perkumpulan ikatan guru TK sekecamatan Kuningan. Perkumpulan guru ini memilih Taman Bunga Nusantara pada *week day* dikarenakan menghindari kerumunan yang membludak dikala pandemi. Indah nya bunga yang beraneka ragam di Taman Bunga Nusantara dinilai sangat cocok untuk kalangan ibu-ibu. Tidak hanya itu, salah satu yang menjadi alasan perkumpulan guru memilih Taman Bunga Nusantara sebagai objek wisata yang didatangi adalah jarak yang ditempuh dari kuningan. Jarak tersebut sangat menguntungkan bagi para guru karena tidak perlu adanya dana tambahan untuk menyewa penginapan.

Narasumber yang kedua merupakan sebuah keluarga kecil yang terdiri dari suami, istri dan satu anak bayi. Keluarga kecil ini berasal dari Depok. Taman Bunga Nusantara adalah saksi kisah cinta sepasang suami istri ini sebelum memiliki buah hati. Sama seperti narasumber yang sebelumnya, keluarga kecil ini memilih *week day* untuk mengunjungi Taman Bunga Nusantara karena menghindari kerumunan yang membludak. Wara-wiri merupakan salah satu fasilitas yang digunakan oleh

keluarga ini untuk mengelilingi Taman Bunga Nusantara agar tidak kelelahan terutama membawa seorang bayi.

Analisis Data Objek

Taman Bunga Nusantara Cianjur disahkan secara resmi oleh Presiden kedua Indonesia yaitu Bapak Soeharto pada tahun 1995. Berlokasi di Jalan Mariwati KM 7, Desa Kawungluwuk, Kecamatan Sukaresmi, Cianjur. Taman Bunga Nusantara merupakan salah satu destinasi argowisata terbesar yang memiliki keanekaragaman bunga dan tanaman dari tanah air bahkan dari penjuru dunia. Pengelola Taman Bunga Nusantara berkonsisten merawat dan menjaga tanaman seluas 35 hektar selama 26 tahun. Tidak heran mengapa Taman Bunga Nusantara Cianjur menjadi pilihan destinasi untuk rekreasi bersama keluarga. Taman Bunga Nusantara yang ramai pengunjung, tiba-tiba mengalami penurunan karena adanya pandemi Covid19. Dengan adanya *new normal*, Taman Bunga Nusantara berusaha kembali bangkit dengan menetapkan protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah Indonesia.

Data dan Analisis Khalayak Sasar

Setelah mendapatkan data dari respons kuesioner yang perancang bagikan, perancang melakukan analisis. Ada empat segment analisis, yaitu geografis, demografis, psikografis, dan kebudayaan. Hasil analisis ini yang akan menjadi acuan dan sangat berpengaruh bagi karya yang dibuat.

Geografis

Untuk mengetahui sejauh mana audiens mengetahui tempat wisata yang ada di dalam kotanya maupun di luar kota, target geografis merupakan cara yang tepat. Target geografis dari kuesioner yang perancang bagikan meliputi Kota Bandung, Bandung Raya dan Jabodetabek. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebanyak 24,4% responden berasal dari Bandung Raya yang meliputi beberapa daerah seperti Cimahi, Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat. Untuk

Jabodetabek didapatkan hasil sebanyak 17,3%. Hasil akhir menunjukkan bahwa 129 responden dari 156 responden lebih memilih untuk berlibur di luar kota.

Demografis

Tujuan perancang membagikan kuesioner adalah untuk menjangkau audiens usia remaja mengetahui tentang wisata Taman Bunga Nusantara. Target audiens dari kuesioner ini adalah laki-laki dan perempuan yang memiliki rentang usia mulai dari 18-22 tahun. Hal ini disebabkan oleh objek penelitian yang menunjukkan bahwa peminat wisata taman biasanya digandrungi oleh pengunjung wanita rentang usia 35 tahun keatas.

Psikografis

Untuk target Psikografis, yang menjadi sasaran perancang adalah masyarakat yang memiliki hobi berlibur ke luar kota daripada yang berlibur di dalam kotanya sendiri.

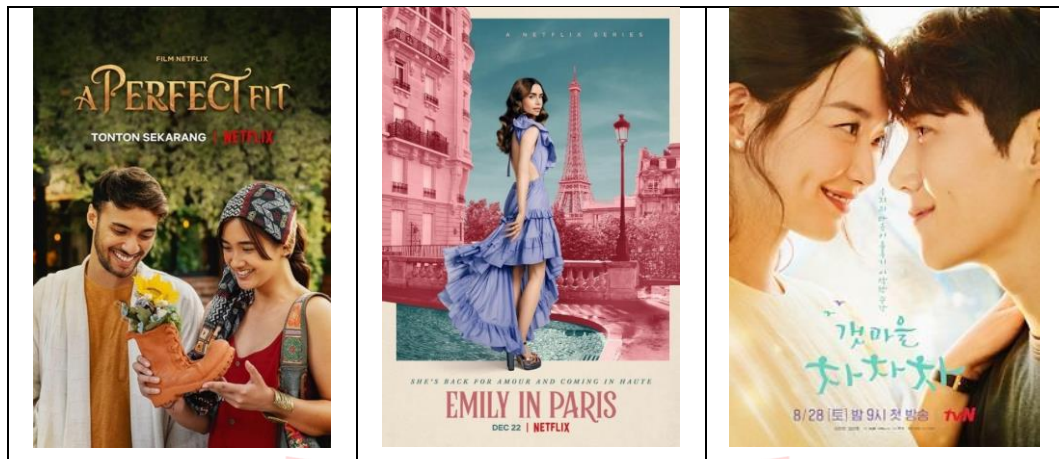
Kebudayaan

Masyarakat akan lebih tertarik dengan sesuatu yang pernah mereka tonton di sosial media ataupun film, seperti tempat wisata yang menjadi latar di dalam film. Maka dari itu dengan film pendek diharapkan mampu meningkatkan rasa ketertarikan masyarakat untuk mengunjungi wisata Taman Bunga Nusantara Cianjur.

Data dan Analisis Karya Sejenis

Dalam perancangan film pendek, tentu diperlukan beberapa referensi. Film-film yang dijadikan referensi merupakan contoh karya sejenis yang sedang dirancang. Berikut merupakan film karya sejenis yang perancang pilih untuk dianalisis serta dijadikan referensi untuk konsep cerita.

A Perfect Fit	Emily in Paris	Hometown Cha-cha-cha
----------------------	-----------------------	-----------------------------



Hasil Analisis dan Kata Kunci

Perancang menyusun analisis dari hasil pengumpulan dan analisis data terkait dengan fenomena yang diangkat, khalayak sasar dan karya sejenis. Hasil penyusunan analisis tersebut kemudian dirumuskan menjadi beberapa kata kunci yang akan berpengaruh pada penentuan tema besar dari film yang akan diproduksi.

Hasil Analisis

Salah satu destinasi wisata berbaris argowisata terbesar di Indonesia adalah Taman Bunga Nusantara Cianjur. Hal yang membuat Taman Bunga Nusantara begitu menarik adalah adanya keanekaragaman tanaman dan bunga yang berasal dari Indonesia dan mancanegara. Taman Bunga Nusantara sempat tutup selama 3 bulan dikarenakan adanya pandemi Covid-19 di awal tahun 2020. Pandemi ini menyebabkan beberapa perubahan yang signifikan, mulai dari penurunan jumlah pengunjung, bahkan pengurangan jam kerja bagi para karyawan.

Namun seiring jalannya waktu, serta peraturan dari pemerintah yang diperbaharui, Taman Bunga Nusantara kini dapat terbuka kembali dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang cukup ketat. Hal ini merupakan kabar baik bagi para masyarakat yang sudah jenuh di rumah saja dan butuh liburan untuk

menyegarkan tubuh serta pikiran. Untuk menarik perhatian para pengunjung agar kembali berwisata ke Taman Bunga Nusantara, dibutuhkan adanya informasi tentang destinasi wisata.

Hasil data kuesioner yang sudah perancang sebarakan dapat disimpulkan bahwa target audiens terdiri dari masyarakat perkotaan dengan rentan usia 18-26 tahun, mulai dari mahasiswa hingga masyarakat yang sudah memiliki pekerjaan, mereka yang berminat berwisata baik di dalam maupun luar kota, dan juga peminat film yang mengangkat destinasi wisata di Indonesia. Hasil kuesioner ini dapat dijadikan patokan sebagai faktor yang mampu menarik perhatian para audiens untuk menonton film dengan menjadikan Taman Bunga

Nusantara Cianjur sebagai *feature* pada film pendek dari fenomena paska pandemi. Perancang mengambil tiga karya sejenis berupa film dan serial yang akan dijadikan referensi dalam pembuatan karya. Dari analisis yang perancang lakukan, perancang mendapat referensi berupa *Camera Angle*, *Camera Movement*, serta pengayaan film yang akan diterapkan di produksi karya kedepannya.

Kata Kunci

Perancang mendapatkan kata kunci untuk perancangan karya, yaitu Pandemi Covid19, Pariwisata, *Film pendek*, Penataan Kamera, Psikologi Persepsi.

Tema Besar

Tema besar yang akan perancang gunakan untuk perancangan Tugas Akhir adalah destinasi wisata yang berkonsep argowisata pada paska pandemi. Berlibur ke wisata Taman Bunga Nusantara Cianjur merupakan salah satu jalan keluar dari kejenuhan berdiam diri di dalam rumah selama pandemi. *Film pendek* dinilai mampu menjadi suatu media yang dimanfaatkan untuk mendukung kembalinya destinasi wisata di Indonesia.

KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Tahap pencarian data dan analisis data sudah dilakukan, maka tahap selanjutnya yang akan dilakukan oleh perancang adalah menentukan konsep yang akan digunakan dalam pembuatan film pendek yang sudah dirancang sebelumnya.

Konsep Karya

Karya yang akan dirancang berbentuk film pendek drama pendek yang memperkenalkan Taman Bunga Nusantara sebagai feature dalam film pendek dengan cara menampilkan visual melalui Cinematic Look dan menjelaskan pengalaman baru yang didapatkan dari kunjungan ke tempat wisata ini melalui narasi dan alur cerita.

Premis

Seorang pria patah hati, harus terjebak di dunia fantasinya namun terhalang oleh kenangan masa lalunya.

Skenario

Konsep Visual

1. Moodboard
2. Shotlist

Perancangan Karya

Pra Produksi

Observasi

Setelah ide tersebut diutarakan kepada tim. perancang beserta tim mengunjungi Taman Bunga Nusantara Cianjur. Selain mengobservasi keadaan aktual di Taman Bunga Nusantara, perancang beserta tim juga berbincang dengan wisatawan yang datang dan para pekerja di Taman Bunga Nusantara Cianjur.

Jadwal Kerja Produksi

No	Nama	Job Description
1	Anggar Erdhina Adi	Produser

	Wibisono Guna Putra	
2	Alya Nurillah Almaida	Sutradara
3	Elsay Vionita Radjawane	Penata Kamera
4	Rizki Indah Nurfitriani	<i>Editor</i>
5	Nur Azizah Arini Putri	Penata Artistik
6	Andi Audita	MUA
7	Yudha Aji Wiratama Sukidjo	Asisten Sutradara
8	Ilham Rizki Pratama	Asisten Penata Kamera
9	Mursalim	Asisten <i>Editor</i>
10	Luthfi Fatahillah	Penata <i>Lighting</i>
11	Nail Fattah	Asisten Penata <i>Lighting</i>
12	Fikri Amrulloh	Penata <i>Sound</i>
13	Muhammad Aldy F	Asisten Penata <i>Sound</i>
14	Muhammad Arief Fauzi	<i>Behind The Scene</i>
15	Raja Ilham	Aktor
16	Sabna Saptandari	Aktris

Penentuan Tim Produksi

Gear List

Estimasi Biaya Produksi

Produksi

Pada tahap produksi, perancang selaku penata kamera berperan sebagai orang memvisualisasikan keinginan Sutradara. Sewaktu di lokasi *shooting*, penata kamera berpegang kepada Shotlist dan Photoboard yang telah dibuat pada saat pra produksi agar tidak keluar dari rencana shot yang sudah dibuat. Namun

melihat kondisi ketika *shooting* berlangsung, terdapat perubahan shot dikarenakan situasi yang mendorong perancang untuk merubah beberapa shotnya. Dalam produksi ini hanya menggunakan 1 buah kamera yaitu Sony A7C. Film ini diproduksi di Taman Bunga Nusantara Cianjur.

Paska Produksi

Dalam Paska produksi, perancang selaku penata kamera mengamati editor agar *file* mentah (RAW) yang sudah diambil oleh penataan kamera tidak salah ketika proses Cut to Cut berlangsung, sehingga *file* mentah tersebut dapat dijait dengan baik sesuai dengan *shotlist* yang sudah dirancang oleh penata kamera.

Hasil Perancangan

Sinopsis

Ben merasa kesepian saat kekasihnya meninggal, ia tengah mengalami tuntutan kehidupan dan setiap harinya di hadapkan dengan banyak pekerjaan, sampai suatu hari ia tenggelam dalam hayalannya, hingga akhirnya membawanya ke dunia fantasi. Tanpa disangka ia bertemu dengan seseorang yang sangat ia rindukan ,dan membantunya menemukan jalan keluar dari semua masa lalunya.

Poster

Poster film pendek ini akan dibuat dengan latar belakang labirin di Taman Bunga Nusantara. Tujuannya agar mengenalkan Taman Bunga Nusantara kepada penonton dimulai dari melihat poster filmnya terlebih dahulu. Dalam poster ini, aktor dan aktris akan menjadi *Point of View* didukung dengan nuansa yang “*dreamy*”.



PENUTUP

Kesimpulan

Taman Bunga Nusantara adalah salah satu tempat destinasi wisata yang berbasis argowisata yang menyuguhkan pemandangan alam yang indah dan menawan bagi para pengunjunnya. Dengan banyaknya destinasi wisata yang terkesan lebih “modern”, membuat Taman Bunga Nusantara menjadi destinasi yang terbelakang. Oleh karena itu dalam perancangan karya ini, perancang ingin menyampaikan informasi tentang Taman Bunga Nusantara melalui media komunikasi yang mampu menarik dan mudah dinikmati oleh masyarakat. Karya yang dirancang adalah karya berupa film pendek yang dikemas menjadi film pendek dengan alur cerita yang menampilkan keadaan paska pandemi dan suasana modern. Visual dalam film pendek ini dikemas dalam bentuk fantasi dan

imajinasi yang mampu menarik perhatian para penonton dengan cara yang berbeda. Dalam perancangan karya ini, perancang menggunakan data berdasarkan observasi yang telah dilakukan dan data literatur sebagai pendamping.

Sebagai Penata Kamera, perancang bertanggung jawab dalam proses pengambilan gambar, seperti pengambilan gambar, sudut kamera, dan pergerakan kamera. Dalam proses produksi, perancang bekerja sama dengan sutradara untuk mengubah naskah menjadi bentuk visual. Di samping itu, Penata Kamera juga berdiskusi dengan asisten Penata Kamera serta Penata Lampu (*Gaffer*) untuk menentukan tata letak lampu yang akan membantu terciptanya karya visual yang indah. Perancang mampu memahami poin penting dalam konsep penataan kamera berdasarkan data-data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, data literatur serta pengamatan karya sejenis. Tujuan dari perancangan karya ini adalah mengajak para penonton untuk ikut merasakan masuk kedalam dunia imajinasi yang dibangun di dalam Taman Bunga Nusantara Cianjur. Perancang berharap agar perancangan karya film pendek ini mampu memperkenalkan Taman Bunga Nusantara Cianjur serta menjelaskan film pendek secara lebih luas.

Saran

Perancang menyadari masih banyak kekurangan dalam perancangan Penataan Kamera Film Pendek mengenai pemaparan informasi yang lebih efektif kepada penonton. Maka dari itu, perancang berharap para peneliti serta penata kamera Film Pendek dapat menyajikan karya dengan konsep perancangan yang lebih matang, serta mengkaji dan membahas fenomena yang dipilih lebih dalam dan memiliki sudut pandang yang berbeda daripada sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Asri, Rahman. (2020). *Membaca Film Sebagai Sebuah Teks: Analisis Isi Film "Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (NKCTHI)"*. Jakarta: Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial.

Herlina. (2007). Komposisi dalam Seni Fotografi. Surabaya:In *Jurnal MetaKom*

Kemendikbud RI. (2021). Outlook & Pariwisata Ekonomi Kreatif Indonesia. *Kemendikbud.go.id* Kemendikbud RI. <https://kemendikbud.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Ekonomi-Kreatif-Jadi-Garda-Terdepan-Pemulihan-Ekonomi-Nasional>

Kusumawati dan Sri Maruti. (2019). Strategi Belajar Mengajar di Sekolah. Solo: CV. AE Media Grafika

Muslimin, Nurul. (2018). *Bikin Film Yuk!*. Yogyakarta: Araska.

Purnosidi. (2020). Psikologi Ruang: Bagaimana Interior Mempengaruhi Perilaku Kita?. <https://nikifour.co.id/interior-mempengaruhi-perilaku/>

RI, K. (2021). *Ekonomi Kreatif Jadi Garda Terdepan Pemulihan Ekonomi Nasional*.

Rahayu, A. (2021). Siaran Pers : Pengembangan Pariwisata Jabar Kedepankan Konsep Kultural dan Ecotourism. Kemendikbud/Baparekraf RI. <https://kemendikbud.go.id/berita/Siaran-Pers-%3A-Pengembangan-Pariwisata-Jabar-Kedepankan-Konsep-Kultural-dan-Ecotourism>

Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. (2007). Perilaku Konsumen. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. (2012). *Pemasaran Jasa*. Jogjakarta: Penerbit Andi

