

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata di Indonesia merupakan hal yang sangat potensial untuk dikembangkan. Hal tersebut dikarenakan Indonesia memiliki potensi sumber daya pariwisata yang dapat dijadikan kunjungan oleh wisatawan, baik lokal maupun mancanegara serta memiliki peran yang sangat besar bagi perkembangan dan pembangunan di wilayah tersebut. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah. Tujuan kepariwisataan diantaranya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, memajukan kebudayaan, meningkatkan citra bangsa, menumpuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa. Berdasarkan tujuan kepariwisataan tersebut, kegiatan kepariwisataan di Jawa Barat juga diharapkan mampu memajukan kebudayaan, mengatasi pengangguran, meningkatkan perekonomian serta melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya di Provinsi Jawa Barat.

Provinsi Jawa Barat memiliki wilayah yang berpotensi untuk berwisata salah satunya di Kabupaten Bandung Barat. Sebagian besar wilayah Kabupaten Bandung Barat memiliki dataran tinggi seperti gunung dan bukit. Hal tersebut menjadikan salah satu wilayah Kabupaten Bandung Barat sebagai salah satu tempat tujuan wisata yang didukung dengan potensi alam.

Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu pariwisata unggulan di Jawa Barat dengan tempat wisata yang melimpah. Objek wisata Kabupaten Bandung Barat memiliki berbagai jenis daya tarik wisata salah satunya wisata

yang memiliki sejarah yaitu Geopark Rajamandala di daerah Padalarang Kabupaten Bandung Barat. Geopark Rajamandala merupakan pariwisata yang sedang dikembangkan pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Geopark ini juga merupakan peraturan daerah Jawa Barat No. 2 tahun 2002 tentang perlindungan lingkungan geologi. Peraturan ini ditunjukkan untuk melindungi kawasan-kawasan lindung geologi di Jawa Barat dari pekerja tambang.

Mengangkat pariwisata Geopark Rajamandala dibutuhkan bagi wisatawan agar mengetahui informasi dari Geopark Rajamandala itu sendiri. Menurut survei kuesioner yang perancang buat, sebanyak 68,5% responden tidak mengetahui adanya Geopark Rajamandala. Hal ini dikarenakan masih kurangnya informasi tentang Geopark Rajamandala. Menurut data kunjungan wisatawan Kabupaten Bandung Barat tahun 2018, jumlah wisatawan Stone Garden dan Gua Pawon jauh lebih sedikit dibandingkan dengan wisatawan Farm House dan Floating Market. Mencari informasi destinasi wisata saat ini sangat mudah. Wisatawan cenderung menggunakan media *online* untuk mencari destinasi yang akan dituju. Teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang, Salah satunya di media digital, kita bisa menerima informasi dalam bentuk film.

Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu (Effendy,1986:134). Menurut Stefan Roesch (dalam studipariwisata.com) *Film tourism* adalah efek dari film dan program tv yang mempengaruhi keputusan orang dalam berwisata, dimana keduanya menginspirasi orang untuk merasakan secara langsung tempat yang terlihat di layar kaca. Film sebagai media promosi pariwisata yang tepat, karena telah digunakan sebagai media promosi wisata yang bisa diakses hanya melalui *smartphone*. Seperti Negara Malaysia (*Malaysia Truly Asia*), Thailand (*Amazing Thailand*), Indonesia (*Indonesia Travel*) juga mengembangkan *film tourism* melalui media digital yaitu *Youtube*, karena dengan berkembangnya teknologi kita bisa mencari informasi pariwisata dalam bentuk film hanya dengan *smartphone*.

Visualisasi dalam *film tourism* Geopark Rajamandala ini dibuat semenarik mungkin melalui proses *editing* dengan penyusunan gambar, transisi dan *color grading*. Menurut (Sastha Sunu, 2008:143) *editing* adalah proses penyusunan gambar dan dialog berdasarkan skenario dan konsep penyutradaraan untuk membentuk rangkaian perkataan cerita sinematik yang memenuhi standar dramatik dan teknis. Kecenderungan dari tiga karya sejenis untuk menjadi referensi *editor* dari pemilihan warna, transisi dan aspek *editing* diantaranya *Film Tourism Incredible India*, *Disbudpar Aceh The Light Of Aceh*, dan *Wonderful Indonesia A Visual Journey*. *Editing* yang akan digunakan terdiri dari empat aspek diantaranya kontinuitas grafik, aspek ritmik, aspek spasial dan aspek temporal. Dari beberapa aspek, *editor* akan lebih cenderung kepada aspek ritmik untuk penyampaian suasana hati dan pesan yang di tampilkan melalui visual akan tersampaikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, perancang tertarik untuk membuat *film tourism* Geopark Rajamandala. Menurut perancang yang sudah observasi di media digital khususnya *Youtube* belum ada yang membuat *film tourism* Geopark Rajamandala dengan menggunakan aspek *editing* ritmik. Hal ini yang menjadi motivasi perancang untuk menyusun *shot* berdasarkan arahan sutradara.

1.2 Permasalahan

Jawa Barat memiliki wisata Geopark yang terletak di Padalarang. Dengan kurangnya informasi mengenai Geopark Rajamandala menimbulkan beberapa masalah yang harus ada solusi.

1.2.1 Identifikasi masalah

1. Geopark Rajamandala belum mendapat banyak perhatian dari wisatawan yang datang ke Kabupaten Bandung Barat.
2. Kurangnya informasi tentang Geopark Rajamandala Kabupaten Bandung Barat.
3. Kurangnya film *tourism* tentang Geopark Rajamandala Kabupaten Bandung Barat dengan konsep alur Geopark.

4. Pentingnya *editing film tourism* yang memberikan aspek ritmik dan pewarnaan yang sesuai untuk mendapatkan informasi tentang wisata alamnya.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana membuat film tourism mengenai Geopark Rajamandala di Kabupaten Bandung Barat?
2. Bagaimana Aspek Ritmik dalam *editing film tourism* Geopark Rajamandala?

1.3 Ruang Lingkup

1. Apa

Perancangan ini untuk terlaksananya pembuatan *film tourism* Geopark Rajamandala dan dirancang agar membuat khalayak sasaran tertarik berwisata ke Geopark Rajamandala.

2. Bagian mana

Dalam *film tourism* Geopark Rajamandala perancang merancang strategi kreatif untuk mempromsikan Geopark Rajamandala melalui media visual sesuai khalayak sasaran.

3. Siapa

Target audiensnya yang dituju yaitu:

Demografis : Laki-laki dan Perempuan usia 17-29 tahun

Geografis : Wisatawan Indonesia

Psikografis : Wisatawan yang suka mengunjungi situs peninggalan sejarah, wisata alam dan wisatawan yang suka tantangan.

4. Tempat

Perancangan dilaksanakan di wisata Geopark Rajamandala tepatnya di wisata Stone Garden, Gua Pawon, Tebing Citatah 125, Sanghyang Kenit, Sanghyang Poek, dan Sanghyang Heuleut.

5. Kapan

Perancangan dimulai dari tahap menyusun Bab 1 dari awal perkuliahan sampai UTS, kemudian dilanjutkan Bab 2 dan 3 sampai UAS. Pada libur perkuliahan mengerjakan bab 4 dan produksi, pada bulan Februari masuk pada tahap pasca produksi.

6. Mengapa

Destinasi wisata Geopark Rajamandala akan ditata ulang karena memiliki nilai sejarah dan warisan purba.

1.4 Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.4.1 Tujuan Perancangan

1. Untuk memperkenalkan Geopark Rajamandala kepada wisatawan melalui *film tourism*.
2. Untuk mengontrol potongan *shot* ditahap *editing* yang bergantung pada ritme musik yang membuat audiens merasakan tempo cepat atau lambat serta dapat menjelaskan visual dengan singkat dan jelas.

1.4.2 Manfaat Perancangan

1. Teoritis

- A. Perancang bisa belajar lebih banyak secara langsung mengenai *Film Tourism*.
- B. Untuk menambah keilmuan di bidang Desain Komunikasi Visual

2. Praktis

- A. Hasil rancangan dapat dijadikan pengetahuan bagi wisatawan bagaimana Pariwisata Geopark Rajamandala di Kabupaten Bandung Barat.
- B. Memperkenalkan Pariwisata Geopark Rajamandala dan menambah pendapatan daerah Kabupaten Bandung Barat.
- C. Dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Kabupaten Bandung Barat khususnya kawasan destinasi wisata tersebut.

1.5 Metode Perancangan

Sebelum melakukan perancangan *film tourism*, perancang terlebih dahulu melakukan perancangan untuk menemukan apa saja yang mempengaruhi wisatawan dengan tempat wisata. Perancang merancang menggunakan perancangan kualitatif. Perancangan kualitatif menurut (Creswell, 2016:4) adalah proses untuk mengeksplorasi dan memahami makna oleh sejumlah individu atau sekelompok orang yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Pengumpulan dan analisis data dilakukan dengan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, studi pustaka,

dan kuesioner. perancang menganalisis data yang ada dengan menggunakan studi psikologi komunikasi untuk memahami aspek *editing* dan pewarnaan dalam *film tourism*. Perancang berusaha menggambarkan hasil perancangan dan memvisualkan melalui media *film tourism* yang dapat menggambarkan Pariwisata Geopark Rajamandala.

1.5.1 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan perancang untuk mengumpulkan data adalah:

1. Observasi

- Observasi Langsung

Perancang menggunakan observasi secara langsung terhadap Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung Barat dan tempat wisata di Geopark Rajamandala yang meliputi wisata Stone Garden, Gua Pawon, Tebing Citatah 125, Sanghyang Kenit, Sanghyang Poek, dan Sanghyang Heuleut.

- Observasi Tidak Langsung

Perancang menggunakan observasi secara tidak langsung terhadap objek penelitian melalui media internet ataupun jurnal pendahulu yang membahas tentang Geopark dan *Film Tourism*.

2. Wawancara

Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data yang pasti, perancang akan mewawancarai beberapa ahli yaitu:

- Dinas pariwisata Kabupaten Bandung Barat.

Dra. Sri Dustirawati M. Si (Kepala Dinas Pariwisata)

Ibrahim Adji (Kepala Bidang PariwisataKBB)

Roni (Kepala Seksi Promosi)

Deden Mulyana (Pelaksana Promosi)

- Penduduk sekitar Geopark Rajamandala.

Denny Buyung (Kelompok Sadar Wisata)

3. Studi pustaka

Data yang didapat diantaranya adalah buku dan jurnal yang berkaitan dengan topik perancangan karya dan ilmu mengenai kepariwisataan, teori film dan *editing*. Perancang juga menganalisis karya sejenis yang sudah ada sebelumnya untuk dijadikan sebagai referensi perancangan karya yang akan dibuat.

4. Kuesioner

Perancang melakukan Kuesioner kepada target audiens untuk mendapatkan data wisata Geopark Rajamandala dan apa saja yang dibutuhkan wisatawan agar ingin berwisata di Geopark Rajamandala.

1.5.2 Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data mengenai fenomena, selanjutnya data akan dianalisis untuk memperjelas informasi mengenai fenomena dan membuat kesimpulan dari data tersebut.

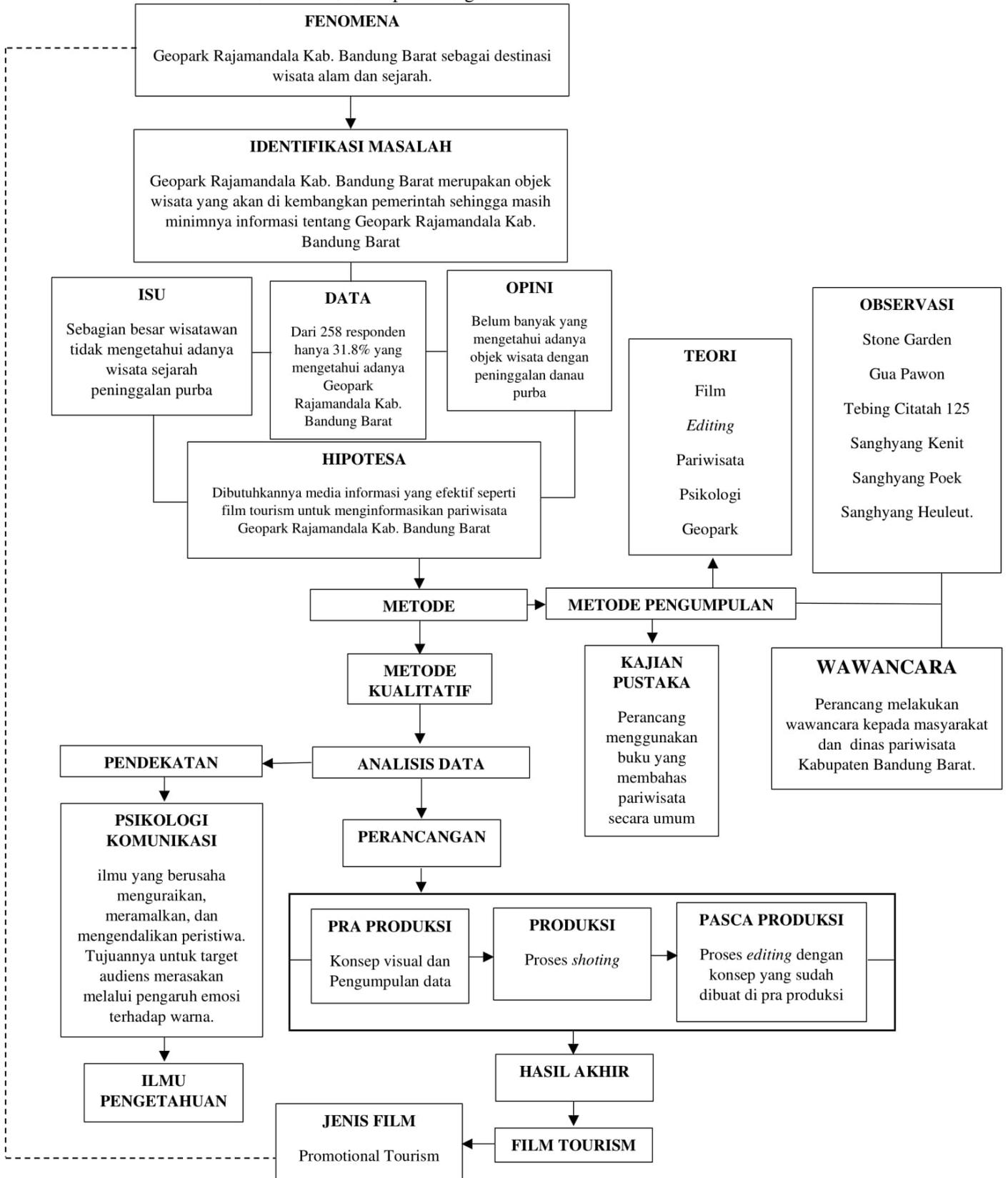
1.6 Sistematika Perancangan

Setelah melakukan pengumpulan data dan analisis data dari objek perancangan, selanjutnya menentukan beberapa kata kunci, kemudian perancang juga analisis secara visual dengan cara menganalisis tiga karya sejenis yang dijadikan referensi untuk mendapatkan perancangan teknik *editing* dalam film. Kata kunci dan hasil analisis data ini yang akan perancang terapkan pada perancangan film tugas akhir.

Editor melakukan tiga tahapan dalam perancangan film ini, mulai dari tahap pra produksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi.

1.7 Kerangka Perancangan

Gambar 1. Skema perancangan



1.8 Pembabakan

1. Bab I: Pendahuluan

Bab I merupakan pendahuluan dengan berisikan latar belakang sesuai fenomena yang diangkat dan penjelasan tujuan manfaat dari perancangan serta penjelasan perancangan pada laporan tugas akhir ini.

2. Bab II: Landasan teori

Bab II berisi tentang dasar pemikiran dan dasar teori teori yang relevan dari umum ke khusus sebagai panduan dalam perancangan.

3. Bab III: Data dan analisis

Pada bab ini berisi mengenai hasil analisis yang sudah dilakukan oleh perancang dan semua data yang terkumpul ditelaah dan disatukan.

4. Bab IV: Konsep perancangan

Pada bab ini berisi keterlibatan perancang dalam menghasilkan karya film sebagai *editor* dan aspek *editing* yang diterapkan di film ini.

5. Bab V: Penutup

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dari bab I,II,III,dan IV yang sudah dijelaskan serta berisi kesimpulan dan saran.