

**EDITING FILM TOURISM JELAJAH RAJAMANDALA DENGAN ASPEK
RITMIK MONTASE**

***EDITING FILM TOURISM JELAJAH RAJAMANDALA WITH THE RHYTHMIC ASPECTS
OF MONTAGE***

Prayoga Putra Udhira¹, Teddy Hendiawan S.Ds., M.Sn.²

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom^{1,2}

prayogapudhira@student.telkomuniversity.ac.id¹, teddyhendiawan@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Geopark Rajamandala merupakan pariwisata yang sedang dikembangkan pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Pariwisata Geopark Rajamandala belum mendapat banyak perhatian dari wisatawan. Perancangan ini memiliki tujuan untuk mengenalkan objek wisata Geopark Rajamandala dengan keunikan peninggalan sejarah purba kepada wisatawan khususnya Indonesia. Adapun perancangan yang dipakai adalah perancangan kualitatif dengan pendekatan psikologi komunikasi. Editing adalah hal yang penting agar film dibuat dengan konsep dan alur yang sesuai. Film tourism ‘Jelajah Rajamandala’ dikemas dengan menunjukkan unsur Geodiversity, Biodiversity, dan Culturediversity.

Kata kunci : Pariwisata, Geopark Rajamandala, film tourism, Editing Film.

Abstract

Rajamandala Geopark is a tourism that is being developed by the government of West Bandung Regency. Rajamandala Geopark hasn't received much attention from tourists. The design has purposes to introduce the Rajamandala Geopark attraction with its unique ancient historical heritage to tourists, especially Indonesia. The research used is qualitative with a communication psychological research approach. Film Editing is one of the most important things so that the film has a appropriate concept and plot. The 'Jelajah Rajamandala' shows elements of Geodiversity, Biodiversity, and Culturediversity.

Keywords : Tourism, Rajamandala Geopark, Tourism Film, Film Editing.

1. Pendahuluan

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.

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.

2. Landasan Pemikiran

2.1 Pariwisata

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan hidup guna bertamasya dan rekreasi atau memenuhi keinginan.

Pariwisata Geopark Rajamandala

Geopark adalah sebuah konsep manajemen untuk mengembangkan kawasan konservasi dan rencana tata ruang wilayah yang sudah ada dan wilayah geografis yang memiliki situs warisan geologi terkemuka serta bagian dari konsep perlindungan, pendidikan dan pembangunan yang berkelanjutan (Athur, 2016:3). Di Provinsi Jawa Barat terdapat geopark yang dikelola oleh masyarakat sekitar dan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Geopark yang terletak di Kabupaten Bandung Barat ini tepatnya di Padalarang memiliki nilai sejarah bebatuan dan letaknya terdapat di kompleks pertambangan batu kapur.

2.2 Film Tourism

Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul disuatu tempat tertentu (dalam Effendy,1986:134). Seiring perkembangan jaman film tourism menjadi minat baru bagi pembuat film. 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.

2.3 Penyuntingan Film Tourism

Editing adalah proses penyusunan gambar dan dialog berdasarkan skenario dan konsep penyutradaraan untuk membentuk rangkaian perkataan cerita sinematik yang memenuhi standar dramatik dan teknis.

Aspek *editing* memiliki kecenderungan para *editor* membawa suasana pada film sesuai dengan jalan cerita. Salah satu Aspek *editing* yang digunakan di *film tourism* adalah aspek ritmik, dimana *editor* mengontrol potongan *shot* ditahap *editing* yang bergantung pada ritme musik yang membuat audiens merasakan tempo cepat atau lambat (Himawan Pratista, 2008:128). Tujuan ritme dalam film untuk membangkitkan dan memperkuat perasaan pribadi tentang kehidupan dan untuk membangkitkan kedalaman pikiran manusia menurut Munsterberg (dalam Pearlman, 2016).

2.4 Psikologi Komunikasi

Psikologi komunikasi mempengaruhi perilaku manusia dan menimbulkan beberapa faktor salah satunya faktor emosi (Rakhmat, 2019:50).

Menurut Coleman dan Hummen (dalam Rakhmat 2019:51) terdapat empat fungsi emosi:

1. Emosi adalah pembangkit energi.
2. Emosi adalah pembawa informasi.
3. Emosi adalah membawa pesan dalam komunikasi intrapersonal (suatu subjek yang tidak tampak).
4. Emosi adalah sumber informasi tentang keberhasilan kita.

Jadi psikologi menyebut komunikasi pada penyampaian energi dari alat indra ke otak, pada peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, pada proses saling berpengaruh diantara berbagai sistem dalam diri organisme dan diantara organisme (Rakhmat, 1985: 5).

2.5 Khalayak Sasar

Menurut KBBI khalayak adalah kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi. Khalayak menurut Ganrina dan Hana (dalam Rudi, 2018:13) penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audiens, atau dekoder. Khalayak sasar menjadi salah satu tujuan pembuatan film agar pesan yang ada didalam film sesuai dengan tujuan film tersebut diproduksi.

3. Analisis data

3.1 Data dan Analisis Objek Perancangan

Data objek perancangan adalah data yang sudah di dapat oleh perancang dari tempat dan dari buku yang berhubungan dengan perancangan laporan. Dari data tersebut perancang mempeoleh data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung Barat serta buku yang berkaitan.

Hasil Wawancara

Dari hasil analisis yang ditemukan, Geopark Rajamandala merupakan objek wisata di Kabupaten Bandung Barat yang sedang dikembangkan oleh pemerintah untuk mendapatkan status Geopark Nasional. Geopark Rajamandala mempunyai unsur Geodiversity, Biodiversity, dan Culturediversity selain itu memiliki keunikan peninggalan sejarah.

Hasil Observasi

Perancang menyimpulkan dari hasil data perancangan di lapangan mengenai Destinasi Wisata Geopark Rajamandala yang akan dikembangkan Dinas Pariwisata, karena di Geopark Rajamandala memiliki nilai sejarah yang bisa dijadikan wisata alam dan sejarah untuk pembelajaran.

4. Konsep dan Hasil Perancangan

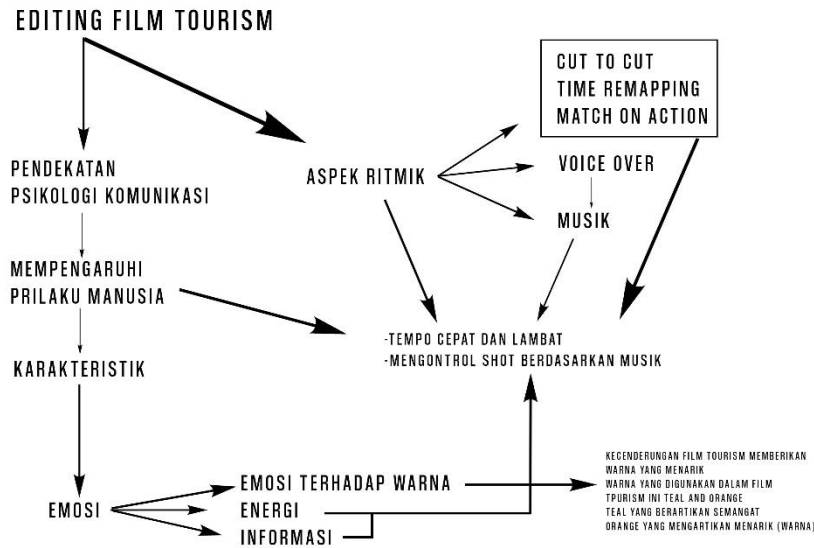
4.1 Konsep Perancangan

Setelah melakukan pengumpulan data dan menganalisis, perancang menemukan hasil analisis untuk *film tourism* mengenai destinasi wisata Geopark Rajamandala, Geopark Rajamandala merupakan kawasan yang sedang dikembangkan pemerintah Jawa Barat khususnya Kabupaten Bandung Barat, terdiri dari objek wisata diantaranya Stone Garden, Gua Pawon, Tebing Citatah 125, Sanghyang Kenit, Sanghyang Poek, dan Sanghyang Heuleut.

Konsep Editing

Konsep Editing dalam film tourism ini didapatkan dari analisis karya sejenis film tourism yang memiliki pengayaan editing cut to cut yang cepat agar membantu memberikan informasi beberapa tempat wisata dari banyak sudut. aspek ritmik, dimana *editor* mengontrol potongan *shot* ditahap *editing* yang bergantung pada ritme musik yang membuat

audiens merasakan tempo cepat atau lambat. Tujuan ritme dalam film untuk membangkitkan dan memperkuat perasaan pribadi tentang kehidupan dan untuk membangkitkan kedalaman pikiran manusia.

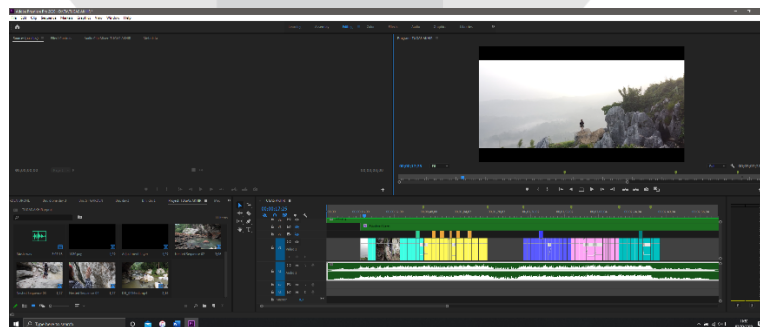


Pasca Produksi

Dalam tahap ini, perancang mulai bekerja secara intens. Tahap yang pertama dilakukan saat pasca produksi adalah menyimpan data hasil pengambilan gambar di komputer dan hardisk, selanjutnya memisahkan folder sesuai destinasi tempat wisata agar mempermudah editor mencari gambar yang ingin dipilih, lalu perancang melakukan proses editing offline atau memilih gambar dan menggabungkan gambar secara kasar (rough cut). Setelah itu perancang memasuki tahap editing online dimana gambar sudah disempurnakan.

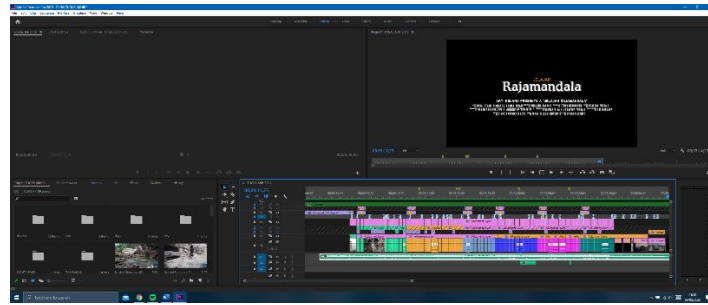
Editing Offline

Pada tahap editing offline perancang melakukan *rough cut* yaitu memilih dan memotong gambar sesuai jalan cerita secara kasar tanpa memasukan efek tambahan.



Fine Cut

Pada tahap ini perancang sudah menyempurnakan gambar sesuai jalan cerita dan sudah memberikan efek tambahan, tahap ini juga tahap presentasi kepada sutradara dan telah disetujui oleh sutradara.



5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Pada perancangan ini perancang akan merancang sebuah film tourism. Perancang mengawali perancangan guna pengambilan data yang akan dianalisis dan dibuat kedalam bentuk film tourism. Perancang meneliti mengenai Geopark Rajamandala. Geopark Rajamandala ini juga menjadi destinasi wisata yang berbeda diantara destinasi wisata lain di Kabupaten Bandung Barat karena Geopark Rajamandala menawarkan pengalaman berwisata dengan pemandangan bebatuan yang memiliki sejarah zaman purba. Namun tidak sedikit orang yang belum mengenal dekat Geopark Rajamandala.

5.2 Saran

Dalam proses editing, editor diharuskan untuk memahami apa arti dari editing itu sendiri, termasuk pengertian dari aspek ritmik pun harus diperhatikan baik-baik. Perancang yang akan merancang film tourism khususnya seorang editor, perancang menyarankan agar memahami terlebih dahulu bagaimana kecenderungan editing *film tourism* yang akan ditampilkan.

Daftar Pustaka

Sumber Buku:

- [1] A, Yoeti, Oka. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- [2] Brown Blain, 2012. *Cinematography Theory and Practice: Image Making for Cinematographers, Directors and Videographers*. Jordan: Focal Press.
- [3] Creswell, Jhon,W. 2019 *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif Dan Campuran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [4] Darmaprawira, Sulasmi. 2002. *Warna Teori dan Kreativitas Penggunaannya (Edisi 2)*. Bandung: ITB.
- [5] Dancyger, Ken. 2011. *The Technique of Film & Video Editing:History, Theory,and Practice*.Oxford: Focal Press.

- [6] Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya CV.
- [7] Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film (Edisi 2)*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- [8] Rakhmat, Jalaludin. 2019. *Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [9] Roesch, Stefan. 2009. *The Experiences of Film Location Tourists*. UK: Cromwell Press Group.
- [10] Sunu, Sastha. 2008. *Job Description Pekerja Film (versi 01)*. Jakarta: FFTV-IKJ.
- [11] Thompson, Roy & Cristopher Bowen. 2009. *Grammar of The Edit (Edisi 2)*. Burlington: Focal Press.

