

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Desa Wisata Lebak Muncang merupakan kawasan wisata yang berlokasi di Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Ditetapkan sebagai desa wisata pada tahun 2011 bersama sembilan desa wisata lainnya oleh Bupati Bandung Bapak H. Dadang M. Nasser SH, S.Ip. Desa Wisata Lebak Muncang termasuk dalam kategori agrowisata karena bentuk wisatanya berupa bercocok tanam di perkebunan sayuran serta memetik buah strawberi langsung dari pohonnya sehingga selain berwisata menikmati keindahan alam juga memberikan pengalaman tersendiri mengenai edukasi pertanian yang diajarkan secara langsung oleh petani setempat. Desa Wisata Lebak Muncang juga terdapat fasilitas berupa jalur *tracking*, kebun teh, melihat pabrik kopi luwak dan budidaya jamur serta menyediakan *homestay* untuk para wisatawan bila ingin menginap dan ini merupakan salah satu keunggulan yang dimiliki oleh Desa Wisata Lebak Muncang. Bentuk *homestay* disini dimana kita ikut berbaur dan tinggal bersama masyarakat sehingga kita dapat bersosialisasi secara langsung dan mengetahui bagaimana pola hidup sehari-hari yang dilakukan oleh masyarakat setempat. Desa Wisata Lebak Muncang ini dikelola langsung oleh Kelompok Pekerja (POKJA) Lebak Muncang yang diketuai oleh Bapak Asep Ahmad Sopian dan anggotanya sebagian besar terdiri dari para petani. Kawasan wisata di Lebak Muncang atau area perkebunannya milik masyarakat setempat sendiri yang juga berprofesi sebagai petani buah dan sayuran sehingga ketika dijadikan sebagai kawasan wisata serta hadirnya para wisatawan yang ada sangat memberikan manfaat yang lebih bagi para petani serta masyarakat pada khususnya.

Dalam hal promosi, Desa Wisata Lebak Muncang dibantu oleh pihak pemerintah dari Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (Dispopar) Kabupaten Bandung seperti menyediakan brosur serta diikutsertakan dalam pameran tahunan yang diadakan oleh pemerintah setempat. Dari pihak POKJA Lebak Muncang sendiri

bentuk promosi yang sudah dilakukan adalah dengan menyediakan situs resmi dan membuat proposal paket penawaran wisata, namun hal ini dinilai masih belum maksimal dikarenakan masih kurangnya dalam hal manajemen promosi yang dilakukan baik dari segi bentuk kegiatan promosi maupun konten yang tersedia. Selain itu Desa Wisata Lebak Muncang terletak berdekatan dengan kawasan wisata unggulan seperti Ranca Upas, Pemandian air panas Cimanggu dan Ciwalini, Situ Patengan dan Kawah Putih dimana hal ini bisa menjadi faktor pendukung untuk mendatangkan wisatawan lebih banyak lagi karena berada pada satu jalur arah wisata namun secara umum juga bisa menjadi ancaman tersendiri bagi Desa Wisata Lebak Muncang karena dari hasil pengamatan dan evaluasi dari Dispopar Kabupaten Bandung, masih banyaknya wisatawan yang cenderung memilih kawasan wisata alam seperti Kawah Putih dan Situ Patengan.

Hadirnya media sosial menjadi bagian dari sebuah kehidupan yang modern dimana membuat orang semakin mudah berkomunikasi antar satu dengan yang lainnya. Dengan internet kita dapat mengetahui segala macam informasi yang ada di tiap-tiap penjuru dunia. Hal tersebut mempengaruhi tren gaya hidup saat ini, tidak hanya berdampak pada kalangan atas namun juga berdampak hingga ke seluruh elemen masyarakat yang ada. Adanya fenomena *like and share* yang sering terjadi di dunia maya dikarenakan karakteristik orang-orang saat ini adalah mereka ingin dihargai dan diapresiasi. Dari fenomena tersebut rata-rata pembisnis menggunakan dan memanfaatkan media social tersebut sebagai media promosi. Dan fenomena yang terjadi terhadap produk pariwisata khususnya di wilayah Kabupaten Bandung ialah perkembangan daya tarik wisata yang dikembangkan oleh pihak swasta atau lembaga formal lain lebih maju dibandingkan dengan yang dikembangkan oleh masyarakat lokal.

Perkembangan teknologi dan desain selalu berjalan beriringan dimana setiap inovasi teknologi yang ada. Teknologi yang semakin maju berdampak pula pada perkembangan bentuk kegiatan promosi. Film juga memberi dampak positif terhadap perekonomian, khususnya industri pariwisata. Hal ini dibuktikan dari data yang diuraikan oleh Martin Cuff, ahli ekonomi pembangunan yang berfokus pada media

dan film dari Inggris. Menurut Cuff, dampak positif film tidak dirasakan industri film semata tetapi juga pada industri perjalanan internasional. Dia lantas menyitir data dari sebuah riset pada 1998. Data ini menunjukkan kunjungan wisatawan ke sebuah lokasi pengambilan gambar film naik 54 persen selama empat tahun berikutnya.

Di Indonesia, Kementerian Parawisata merancang *film tourism* yang dinamai dengan “*Wonderful Indonesia*” konten daripada film tersebut berisikan mengenai potensi-potensi wisata yang ada di tiap-tiap daerah Indonesia guna memberikan gambaran mengenai situasi dan kondisi kawasan wisata yang ada. Hadirnya media sosial turut membantu dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku pemasaran, seperti halnya film promosi wisata “*Wonderful Indonesia*” tersebut diunggah ke jejaring sosial yang ada.

Film tourism yang di unggah di media social kebanyakan berdurasi singkat, sehingga *film tourism* di Indonesia kebanyakan hanya menampilkan keindahan-keindahan alam, tanpa memperhatikan unsur naratif di dalam cerita. Sangat jarang *film tourism* di Indonesia membuat variasi baru. Memang sangatlah penting menampilkan keindahan alam, namun apabila terus-menerus menampilkan keindahan alam tanpa ada cerita yang menarik penonton akan merasa jenuh. Penggayaan cerita didalam film sangatlah penting untuk memberikan kertertarikan penonton, sehingga penonton rela mengorbankan waktunya untuk melihat film tersebut.

Desa wisata Lebak Muncang juga unggul dalam keindahan alam, namun disisi lain juga Desa Wisata Lebak Muncang juga unggul dalam kegiatan Argowisata. Untuk pembuatan *film tourism* desa wisata Lebak Muncang, karakteristik yang ada di desa tersebut dimasukan kedalam unsur naratif di dalam film agar film tersebut memiliki cerita yang tidak hanya menampilkan keindahan namun juga menampilkan tokoh dan permasalahan, sehingga akan ada penggayaan baru dalam pembuatan *film tourism* yang di media social khususnya di Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk membuat *film tourism* desa wisata Lebak Muncang yang menampilkan unsur naratif cerita agar dengan film tersebut dapat menambah jumlah wisatawan yang berkunjung di desa tersebut.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dengan melihat dan menganalisa permasalahan pada latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Keberadaan Desa Wisata Lebak Muncang masih banyak yang belum mengetahuinya,
2. Wisatawan pada umumnya cenderung lebih memilih kawasan wisata alam seperti Kawah Putih, dan
3. Promosi yang dilakukan masih belum menarik perhatian masyarakat umum (Kalangan Pelajar) di Kota Bandung.
4. film-film *tourism* yang ada di Indonesia terutama di media sosial, alur cerita yang dibuat lebih cenderung menampilkan keindahan-keindahan alam, masih jarang membuat pegayaan baru dalam cerita.
5. Penyutradaraan dalam produksi *film tourism* yang dapat menjadi media informasi dan komunikatif.

1.2.2 Batasan Masalah

Setelah mengidentifikasi masalah di atas, maka agar pembahasan tidak terlalu meluas perlu adanya pembatasan masalah yaitu penulis akan menfokuskan permasalahan kepada penyutradaraan dalam *Film Tourism Desa Wisata Lebak Muncang*.

1.2.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana menentukan karakteristik desa wisata Lebak Muncang melalui elemen desa wisata yang dimasukkan kedalam unsur naratif film ?
2. Bagaimana penyutradaraan *film tourism* desa wisata Lebak Muncang ?

1.3 Ruang Lingkup

Agar permasalahan tidak meluas, penulis membatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut :

1. Apa

Media yang dirancang berupa media *film tourism*.

2. Bagaimana

Dalam merancang media film ini penulis akan berperan dan berbicara melalui sudut pandang sutradara.

3. Siapa

Target audient dari perancangan ini adalah anak usia (12-17) tahun sekolah menengah keatas di wilayah geografis perkotaan.

4. Dimana

Penelitian akan dilakukan di desa wisata Lebak Muncang kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

5. Kapan

Produksi *film tourism* dilakukan pada bulan januari dan penyebaran pemberitahuan film ini dilakukan sebelum libur sekolah, melalui media sosial.

6. Kenapa

Dengan dilakukannya perancangan *film tourism* ini maka diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Desa Wisata Lebak Muncang.

1.4 Tujuan Perencanaan

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui perancangan ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui karakteristik desa wisata Lebak Muncang yang akan dijadikan sebagai *film tourism*.

- b. Untuk dapat menggambarkan penyutradaraan dalam produksi *film tourism* desa wisata Lebak Muncang.

1.5 Manfaat Perancangan

1.5.1 Bagi Masyarakat Umum

Memberikan informasi mengenai kawasan wisata unggulan alternatif yang bisa dijadikan sebagai tempat rekreasi yang berwawasan lingkungan hidup.

1.5.2 Bagi Akademis

Memberikan informasi mengenai penerapan keilmuan yang sudah dilalui selama masa perkuliahan sehingga dapat memberikan contoh dan referensi bagi pelaku peneliti sejenis.

1.5.3 Bagi Penulis dan Rekan-rekan Seprofesi

Dapat membantu terhadap pihak terkait yang dijadikan objek penelitian dalam penerapan studi keilmuan dengan cara dan teknis yang sudah pernah dipelajari serta memberikan informasi dan referensi mengenai model perancangan yang dilakukan kepada rekan seprofesi.

1.6 Metodologi Perancangan

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Melakukan pengamatan langsung objek penelitian yaitu Desa Wisata Lebak Muncang Kabupaten Bandung. Pengamatan dilakukan guna melihat kondisi fisik secara langsung. Penulis juga mendokumentasikan objek guna sebagai data lapangan demi kelengkapan penelitian.

b. Wawancara

Cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan (*interview*) kepada informan yang terkait dengan penelitian seperti pemilik/ ketua pengurus Desa Wisata Lebak Muncang dan dinas pariwisata setempat.

c. Studi Literatur

Cara mengumpulkan data dengan mempelajari buku-buku dan artikel yang didalamnya terdapat teori dan berita yang sesuai dengan objek penelitian.

d. Kumpulan arsip dan dokumen

Mengumpulkan dokumen seperti foto objek, brosur dan data-data sejenis yang berkaitan dengan objek penelitian Desa Wisata Lebak Muncang.

1.6.2 Metode Analisis Data

Agar dapat membuat sebuah perancangan yang tepat maka dibutuhkan sumber data-data terkait secara keseluruhan. Sebelum melakukan perancangan penulis melakukan penelitian. Penulis menggunakan Metode Kualitatif, dalam sebuah kutipan Moleong (2014:4) dalam buku "*Metodologi Penelitian Kualitatif*" mengatakan tentang metode kualitatif yakni sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan yang dilakukan untuk objek melalui ekologi (lingkungan).

1.6.3 Metode Perancangan

Untuk merancang sebuah *film tourism* Desa wisata Lebak Muncang, Tahapan perancangan yang penulis lakukan yaitu sebagai berikut:

a) Pra Produksi

Melakukan Pengumpulan data yang terkait dengan objek penelitian, menganalisis film-film sejenis yang dapat dijadikan sebagai ide awal dalam pembuatan cerita film dan menganalisis objek wisata yang akan dijadikan sebagai landasan dalam pembuatan cerita kemudian masuk kedalam tahapan :

1. Interpretasi Skenario
membuat skenario yang menyangkut isi cerita, struktur dramatik, penyajian informasi, dan semua hal yang berhubungan dengan estetika dan tujuan artistik film.
2. Pemilihan kru
Sutradara dan Produser memilih dan menentukan kru yang akan terlibat di dalam produksi.
3. *Casting*
Sutradara menentukan dan melakukan *casting* terhadap para pemain utama dan pendukung yang dibantu oleh Asisten Sutradara dan *Casting Director*.
4. hunting lokasi
 - a. Hunting lokasi bersama Penata Fotografi, Penata Artistik, Asisten Sutradara, dan Manajer Produksi
 - b. Menentukan lokasi yang akan digunakan shooting berdasarkan diskusi dengan Penata Fotografi, Penata Artistik, dan Penata Suara.
 - c. Sutradara memastikan lokasi berdasarkan semua aspek teknis.
5. Perencanaan *shoot*
 - a. Sutradara merumuskan dan menyusun *director shot* pada setiap scene yang ada di skenario.

- b. Sutradara membuat ilustrasi staging pemain dan peletakan kamera ke dalam bentuk *floor plan*.
 - c. Sutradara membuat storyboard dibantu oleh *storyboard artist*.
6. final praproduksi
- Sutradara melakukan diskusi/evaluasi bersama-sama dengan kru dan pemain utama untuk persiapan *shooting* yang terkait dengan teknis penyutradaraan dan artistik.

b) Produksi

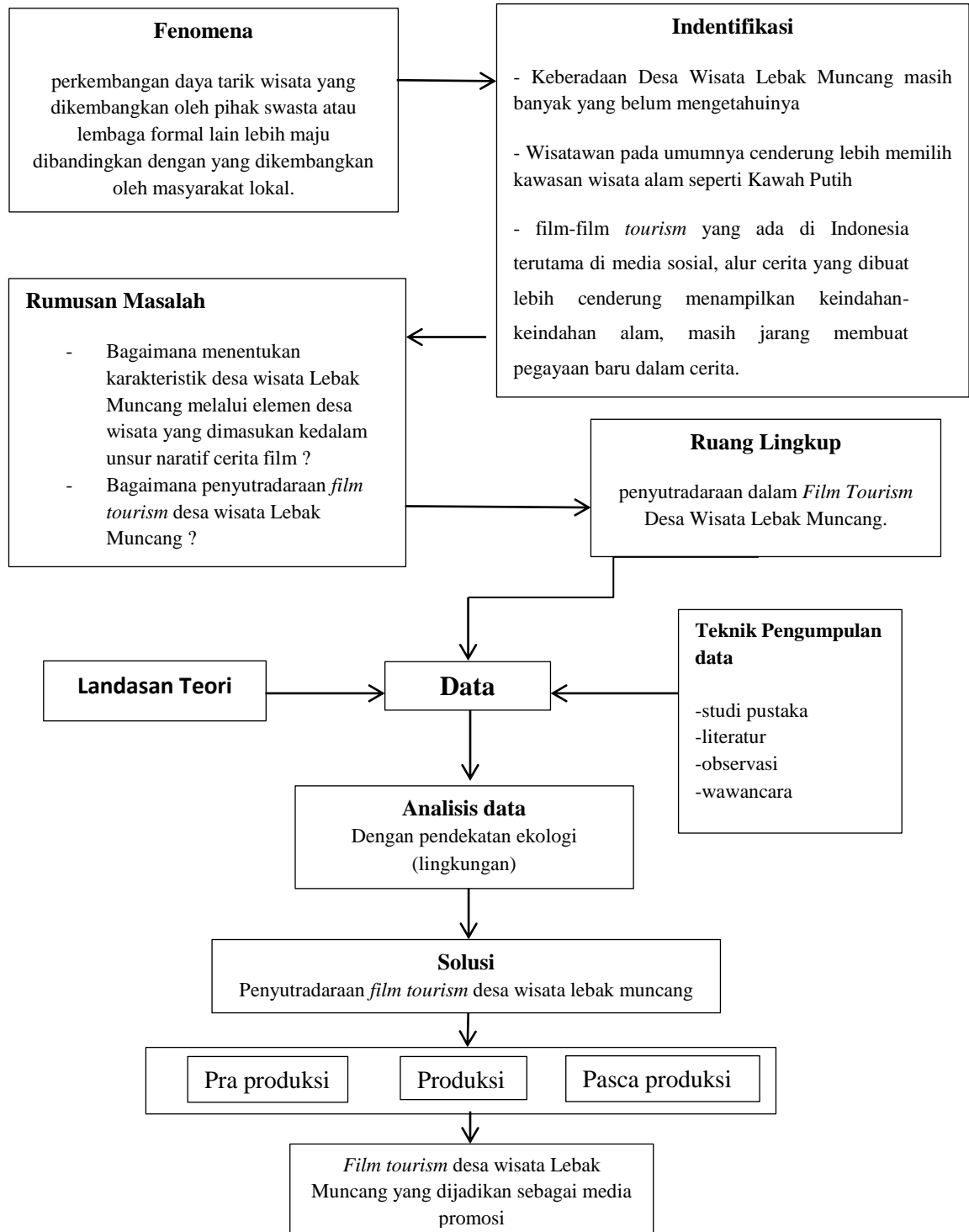
1. Berdasarkan *breakdown shooting*, sutradara menjelaskan adegannya kepada Astradara (Asisten Sutradara) dan Kru utama lainnya tentang urutan shot yang akan diambil (*take*).
2. Mengkoordinasikan kepada Astrada untuk melakukan latihan blocking pemain yang disesuaikan dengan *blocking* kamera.
3. Sutradara memberikan pengarahan terhadap pemain apabila dirasa kurang dalam akting.
4. Sutradara mengambil keputusan yang cepat dan tepat dalam hal kreatif apabila ada persoalan di lapangan.
5. Melihat hasil shooting.

c) Pasca Produksi

1. Bila ada catatan khusus dari laboratorium (untuk produksi film) atau Editor, Sutradara melihat dan mengevaluasi hasil *shooting/materi editing*.
2. Melihat dan mendiskusikan dengan Editor hasil *rougt cut* dan *fine cut*.
3. Melakukan evaluasi tahap akhir dan diskusi dengan penata musik tentang ilustrasi musik yang telah dikonsepskan terlebih dulu pada saat praproduksi.
4. Melakukan evaluasi dan diskusi jalannya mixing berdasarkan konsep suara yang telah ditentukan pada saat praproduksi.

5. Berdasarkan konsep warna yang telah ditentukan pada saat praproduksi, Sutradara melakukan koreksi warna di laboratorium/studio, setelah berdiskusi dengan Produser dan Penata Fotografi.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan
Sumber: penulis

1.8 Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Memaparkan mengenai latar belakang mengapa diangkatnya objek tersebut untuk dijadikan tugas akhir serta memaparkan mengenai identifikasi dan rumusan masalah serta metode yang digunakan

BAB II Tinjauan Pustaka

Memaparkan mengenai beberapa rincian teori-teori yang digunakan dalam tugas akhir serta bentuk teori yang akan diterapkan dalam perancangan tugas akhir.

BAB III Data dan Analisi

Menjelaskan mengenai hasil data-data yang telah ditelusuri serta kemudian data tersebut dianalisis dengan metode tertentu guna mendapat sebuah kesimpulan yang tepat yang kemudian diajukan ke tahap perancangan.

BAB IV Konsep dan Perancangan

Memaparkan mengenai bagaimana bentuk konsep dan hasil akhir dari pada perancangan *Film Tourism* Desa Wisata Lebak Muncang Kabupaten Bandung.

BAB V Penutup

Memaparkan mengenai kesimpulan dari hasil tugas akhir yang berlandas pada latar belakang masalah dari pendahuluan serta saran mengenai objek penelitian yang diteliti.