

## PERANCANGAN SETTING DAN PROPERTY DALAM FILM TOURISM KONSERVASI MANGROVE CEMARA

### DESIGN OF SETTING AND PROPERTY IN FILM TOURISM OF MANGROVE CEMARA CONSERVATION

Yohan Melliana Novalisa<sup>1</sup>, Anggar Erdhina Adi<sup>2</sup> dan Mario<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257

yoanmelliana@student.telkomuniversity.ac.id, anggarwarok@telkomuniversity.ac.id,  
dsmario@telkomuniversity.ac.id

**Abstrak:** Ekowisata memiliki manfaat berupa peningkatan ekonomi, perlindungan sumberdaya alam, budaya serta peningkatan kualitas hidup. Salah satunya Konservasi Mangrove Cemara berada di Kecamatan Muncar, Banyuwangi. Namun, Konservasi Mangrove Cemara kurang dikenal masyarakat Banyuwangi karena kurangnya promosi oleh masyarakat setempat. Perancangan film *tourism* ini bertujuan untuk memperkenalkan Konservasi Mangrove Cemara agar lebih dikenal masyarakat Banyuwangi. Penelitian kualitatif digunakan dalam perancangan ini dengan observasi, wawancara, studi pustaka dan kuisioner untuk menentukan khalayak sasaran. Perancangan ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan unit analisis konservasi, pendidikan dan rekreasi untuk menganalisis potensi dan permasalahan di Konservasi Mangrove Cemara, serta sebagai landasan pemikiran dalam merancang *setting* dan *property*. Berdasarkan hasil analisis, belum ada media yang memberikan informasi mengenai potensi dan manfaat Konservasi Mangrove Cemara. Dikarenakan kurangnya sumberdaya manusia dan ilmu yang memadai terkait promosi yang menyebabkan promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut. Sehingga Konservasi Mangrove Cemara kurang dikenal masyarakat Banyuwangi. Rancangan media yang dihasilkan adalah film *tourism* untuk memperkenalkan Konservasi Mangrove Cemara kepada masyarakat Banyuwangi berusia 17-25 tahun. Film *tourism* ini akan menampilkan keindahan alam dan kegiatan wisata yang ada di Konservasi Mangrove Cemara dengan fokus pada ranah desainer produksi yang menciptakan dan merancang *setting* dan *property*, *wardrobe* dan *make-up* dengan identitas natural dalam film *tourism*.

**Kata kunci :** konservasi mangrove cemara, film *tourism*, desainer produksi,

identitas natural.

**Abstract:** *Ecotourism has benefits in the form of increasing economic opportunities, protecting natural and cultural resources and improving the quality of life. One of them is the Mangrove Cemara Conservation in Muncar District, Banyuwangi Regency. However, the Mangrove Cemara Conservation is less well known by the people of Banyuwangi because of the lack of promotion carried out by the local community. The design of this film tourism aims to introduce the Mangrove Cemara Conservation, so that it is better known by the people of Banyuwangi. data collection uses qualitative research with observations, interviews, literature studies and questionnaires to determine the target audiens. In this design, use a case study approach with conservation, education, and recreation analysis units to analyze more deeply the potential and problems in the Mangrove Cemara Conservation, as well as the rationale for designing setting and property in film tourism. Based on the results of the analysis, there is no media that provides information about the potential and benefits of the Mangrove Cemara Conservation. This is due to the lack of adequate human resources and knowledge related to promotion from the local community, causing propromotions to be carried out only by word of mouth. So that the Mangrove Cemara Conservation is less well known by the people of Banyuwangi. The design of media produced is film tourism to introduce the Mangrove Cemara Conservation to Banyuwangi people aged 17-25 years. This film tourism will be showing the beauty and the tourism activities that exist Mangrove Cemara Conservation with the focus on the ream of production designer who creates and designs setting and property, wardrobe and make-up with a natural identity in film tourism.*

**Keywords:** *mangrove cemara conservation, film tourism, production designer, natural identity.*

## PENDAHULUAN

Wisata alam merupakan kegiatan mengunjungi tempat wisata untuk menikmati pemandangan alam yang dilakukan oleh individu atau kelompok. Salah satu kegiatan wisata yang memperhatikan dan peduli lingkungan adalah ekowisata. Ekowisata adalah kegiatan mengunjungi wisata alam yang dilakukan untuk mempelajari, mengagumi, dan melestarikan lingkungan sekitar. Ekowisata sendiri menjadi berkembang di Indonesia sejak tahun 1980-an, Winarno dan Harianto (2017: 8), banyak ekowisata di Indonesia seperti taman nasional, pegunungan, dan *mangrove*. Salah satunya adalah Konservasi Mangrove Cemara, Desa Wringin Putih Kecamatan Muncar Banyuwangi. Konservasi Mangrove Cemara memiliki manfaat yaitu sebagai kawasan konservasi dan sumber pendapatan masyarakat setempat. Selain itu terdapat kawasan *mangrove*

yang luas dan terdapat beberapa fasilitas yang dibangun untuk para pengunjung seperti jembatan bambu, ikon kepala perahu serta menyuguhkan keindahan alam yaitu pohon cemara, hutan *mangrove*, pantai serta kegiatan piknik. Namun kurangnya promosi tempat wisata oleh masyarakat setempat, sehingga Konservasi Mangrove Cemara kurang dikenal oleh masyarakat Banyuwangi.

Penelitian Badan Perencanaan Pembangunan Kabupaten Banyuwangi (Mubarok, Muttaqin, & Wahyono, 2018) mengatakan Banyuwangi melakukan upaya promosi melalui media massa dan *online* untuk meningkatkan sektor pariwisata. Namun pariwisata di Banyuwangi masih bertumpu pada destinasi wisata *mainstream* seperti Kawah Ijen, Pulau Merah, Alas Purwo dan Sukamade. Akan tetapi, destinasi alternatif lainnya mulai tumbuh dan berkembang. Seperti destinasi Konservasi Mangrove Cemara yang tergolong destinasi wisata baru dan kurang adanya promosi dari tempat wisata tersebut melalui media sosial. Selain itu, pengelola Konservasi Mangrove Cemara mengatakan upaya mempromosikan kawasan wisata tersebut masih terbilang kurang karena masyarakat setempat melakukan promosi hanya dari mulut ke mulut.

Berdasarkan data pengunjung Konservasi Mangrove Cemara mulai tahun 2017-2019 cenderung tidak stabil. Pada tahun 2017, 2018 dan tahun 2019 terjadi penurunan jumlah pengunjung dengan total 25.531 pengunjung. Selain itu, awal tahun 2020, dunia dihebohkan dengan virus Covid-19, membuat aktivitas dibatasi dan perekonomian hingga sektor pariwisata menurun. Termasuk Konservasi Cemara Mangrove Kawang mengalami kerusakan fasilitas hingga penurunan pengunjung. Berdasarkan data pengunjung tahun 2020, Cemara Mangrove Kawang mengalami penurunan wisatawan sebanyak 45% menjadi 11.556. Badan Pusat Statistik, tahun 2020 wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata di

Indonesia sebagian besar adalah kelompok usia muda berusia kurang dari 25 tahun. Dikutip dari [thewanderingrv.com](http://thewanderingrv.com) tahun 2022, sebanyak 90% generasi Z melakukan perjalanan wisata karena dipengaruhi sosial media.

Berdasarkan fenomena diatas, minimnya promosi dan pengenalan Konservasi Mangrove Cemara, maka dibutuhkan sebuah media untuk memperkenalkan yaitu film *tourism*. Film *tourism* merupakan sebuah film yang menggunakan dan mengangkat set lokasi atau tempat wisata yang dijadikan latar tempat dari sebuah film secara disengaja maupun tidak disengaja serta dapat mendorong keinginan penonton untuk berkunjung ke tempat wisata. Selain itu, belum ada media film *tourism* yang mengangkat dan membahas mengenai Konservasi Mangrove Cemara.

Dalam pembuatan film *tourism* terdapat peran penting selama pra produksi dan produksi berlangsung, salah satunya adalah Desainer Produksi. Desainer Produksi bertanggungjawab menciptakan dan membuat *setting & property* dari sebuah film. Desainer Produksi merancang dan menciptakan tampilan visual film secara keseluruhan, set lokasi, warna set lokasi, garis, bentuk, bidang, *property* yang akan digunakan, warna pakaian, dan *make-up*. Dari elemen-elemen dan aspek tersebut maka tercipta dan terbentuklah visual *setting* lokasi dan *setting mood* pada film *tourism* yang memperkenalkan Konservasi Mangrove Cemara Banyuwangi.

## LANDASAN PEMIKIRAN

### Ekowisata

*Ecotourism* dibagi menjadi dua kata yaitu *eco* dan *tourism*. Dalam bahasa Yunani, *eco* artinya rumah dan *tourism* artinya wisata atau perjalanan (Fandeli dan Mukhlison, 2000 dalam Damarsiwi dan Fitriano,

2019). Eko juga dapat diartikan sebagai ekologi atau ekonomi yang dapat memunculkan dua makna yaitu wisata ekologis dan wisata ekonomi (Adharani, Zamil, Astriani & Afifah, 2020). Ekowisata merupakan suatu kegiatan mengunjungi wisata alam dengan memahami dan mempelajari alam guna menjaga dan melestarikan alam yang ada. Menurut (Herman dan Supriadi, 2017: 1-2), ekowisata merupakan gabungan dari konservasi dan pariwisata yang dimana kawasan pariwisata perlu dilindungi dan pelestarian aneka flora dan fauna serta perbaikan sosial ekonomi masyarakat sekitar.

### **Mangrove**

Menurut Saparinto (2007) dalam Majid, dkk (2016: 488) *mangrove* merupakan hutan dengan tumbuhan yang tumbuh dan berkembang di air payau atau daerah pasang surut air laut dan terdapat di daerah pantai yang terus menerus terendam dalam air laut, tanahnya terdiri dari lumpur dan pasir. Ekosistem *mangrove* memiliki peran dan fungsi penting bagi kehidupan flora dan fauna karena dapat berdampak positif maupun negatif pada ekosistem *mangrove* (Bengen, 2004 dalam Sambu, dkk, 2018: 1). Jaya (2020: 196-197) mengatakan jika edukasi *mangrove* tidak dapat dipisahkan oleh wisata *mangrove* itu sendiri, maka terlahirlah *ekowisata mangrove*. *Ekowisata mangrove* merupakan wisata alam yang dibarengi dengan pendidikan, memahami dan melestarikan alam yang dikunjungi serta memberikan manfaat bagi wisatawan maupun masyarakat setempat.

### **Konservasi**

Bertambahnya jumlah penduduk mengakibatkan terjadinya kerusakan alam dan ekosistemnya yang disebabkan oleh pemanfaatan sumber daya hayati yang dilakukan oleh manusia untuk keperluan yang

tidak seimbang. Dengan demikian untuk mencegah terjadi penurunan sumber daya dan ekosistem, pemerintah melakukan upaya konservasi. Konservasi yang dilakukan didasarkan pada UU No.5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya (Qodriyatun, 2010: 553). Mengacu pada UU No.5 Tahun 1990, konservasi merupakan pengelolaan sumber daya alam yang pemanfaatannya dilakukan secara bijaksana untuk menjamin kesinambungan persediannya dengan tetap memelihara dan meningkatkan kualitas keanekaragaman dan nilainya.

### **Film *Tourism* sebagai Media Promosi**

Film memiliki unsur pembentuk yang saling bergantung satu sama lainnya. Unsur pembentuk film ialah unsur naratif dan sinematik. Struktur naratif film yaitu hubungan peristiwa dan pengembangan plot, cerita, ruang dan waktu. Struktur sinematik berhubungan dengan aspek teknik yaitu *mise en scene* (lokasi/*setting*, kostum/*wardrobe*, *make-up*, *lighting*, gerakan aktor), sinematografi, *editing* dan suara (Hendiawan & Rahmansyah, 2019). Film merupakan audio visual yang dikomunikasikan kepada penonton dan diharapkan penonton dapat menerima dengan baik, namun tergantung pada pengalaman, latar belakang, pengetahuan dan pemahaman mengenai unsur naratif dan sinematik film. (Belasunda, 2016).

#### 1. Film *Tourism*

Film *tourism* merupakan sebuah media yang dapat meningkatkan pengunjung wisatawan karena tempat wisata yang digunakan atau dimasukkan dalam produksi film (Fisher, 2010 dalam Vila, 2021: 2). Menurut Butler (1990) dalam Vila (2021:2), visual merupakan faktor penting untuk menarik para wisatawan. Visual menjadi kunci utama dalam cara orang memandang wisata tujuan. Film *tourism* akan menciptakan

visual yang menarik pada suatu destinasi wisata yang mungkin tidak dicapai oleh film lainnya. Karena film *tourism* dapat dikatakan memiliki potensi untuk memengaruhi dan memperkuat *image* destinasi pariwisata. Yang dimana akan mendorong wisatawan mengunjungi destinasi wisata yang digambarkan melalui film *tourism* (Kim & Richardson, 2003 dalam Vila, 2021:2).

## 2. *Setting & Property*

Menurut Anwar, dkk (2012: 111-113), Desainer Produksi pada departemen tata artistik merupakan salah satu jobdesk penting dalam pembuatan sebuah film, yang memiliki tugas merancang dari *setting* seperti set lokasi dan set waktu hingga *property* yang dibutuhkan untuk memenuhi standar estetika sebuah produksi film. Selain itu bertanggungjawab dalam menciptakan *look* dan *style*, tentang arsitektur, warna, lokasi desain. Seorang desainer produksi dapat menciptakan atmosfer, nuansa dan gaya untuk membangkitkan emosi dari film yang diproduksi. Tugas utama Desainer Produksi adalah membantu sutradara menentukan suasana dan warna yang akan tampil di film yang diproduksi dan bertanggungjawab atas keseluruhan "*look*" yang akan diproduksi (Tino Saroenggalo, 2008 dalam Maburri, 2018: 65). Selain itu, desainer produksi juga bertanggungjawab merancang tata letak, menciptakan *setting*, *property*, *wardrobe*, *make-up*, warna dan semua elemen kreatif yang terdapat pada aspek *Mise-en-scene*.

## 3. Psikologi Warna

Warna dapat membawa perasaan dan emosi berbeda pada manusia karena manusia menanggapi warna secara intuitif, emosi dan fisik (Cholilawati, 2021:3). Warna memiliki makna yang luas, yaitu hangat,

dingin, dan netral yang merupakan efek atau kesan terhadap orang. Warna merupakan salah satu elemen penting dalam menggambarkan emosi pada film yang dibuat. Dalam sebuah perancangan, warna berpengaruh dalam pembawaan emosi dan suasana (Hidayat, 2019:48).

### **Studi Kasus sebagai Pendekatan**

Dalam penelitian studi kasus, dilakukan secara detail dan mendalam untuk memahami suatu peristiwa. Hal ini diterapkan pada penelitian mengenai Konservasi Mangrove Cemara untuk mengetahui secara mendalam potensi dan permasalahan yang dimiliki. Studi kasus merupakan eksplorasi mendalam terkait pengumpulan data yang luas. Studi kasus melibatkan riset kasus, yang dapat dikatakan sebagai objek untuk penelitian dalam hal waktu, tempat atau batas-batas fisik. Kasus-kasus tersebut dapat berupa individu, kelompok, program, kegiatan dan lainnya. Setelah kasus didefinisikan dengan jelas, maka dapat dilakukan penelitian secara mendalam yang biasanya menggunakan beberapa metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi (Fitrah dan Luthfiyah, 2018: 37).

### **Wisatawan Muda sebagai Khalayak Sasar**

Wisatawan muda adalah wisatawan yang berusia muda atau remaja yang memiliki potensi untuk menjadi sasaran pasar yang besar (Sari, Kusumah, & Marhanah, 2018:14). Wisatawan muda memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) Melakukan kegiatan wisata untuk bersosialisasi kepada lainnya atau lingkungan; (2) Melakukan wisata secara berkelompok; (3) Menyukai tantangan saat melakukan kegiatan wisata; (4) Melakukan kegiatan wisata untuk menunjukkan dan meningkatkan status sosial; (5) Memiliki keterbatasan waktu; (6) Ingin mengenal daerah wisata secara mendalam; (7) Tingkat permintaan pelayanan yang tinggi. Dapat

diklasifikasikan kedalaman usia berdasarkan ciri-ciri wisatawan diatas, dapat dikatakan jika wisatawan muda atau wisatawan remaja adalah wisatawan yang memiliki rentang usia 12-25 tahun.

## **DATA DAN ANALISIS**

### **Data dan Analisis Konservasi Mangrove Cemara**

Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan studi Pustaka, dapat disimpulkan bahwa Konservasi Mangrove Cemara memiliki potensi dan manfaat bagi masyarakat setempat, wisatawan dan lingkungan yaitu sumber pendapatan masyarakat setempat seperti mencari kepiting dan kerang, wisata alam dan edukasi untuk wisatawan berupa piknik, susur mangrove, mencari kerang bersama masyarakat setempat, berfoto dan penanaman *mangrove*. Namun, belum ada wisatawan yang melakukan kegiatan menanam *mangrove* dan hanya pernah dilakukan oleh sekelompok mahasiswa. Selain itu, belum adanya media yang memberikan informasi terkait potensi dan manfaat di Konservasi Mangrove Cemara. Hal tersebut dikarenakan kurangnya promosi dan hanya dilakukan dari mulut ke mulut, yang membuat Konservasi Mangrove Cemara kurang dikenal.

### **Data dan Analisis Khalayak Sasar**

Secara geografis, khalayak sasar yang dituju yaitu berdomisili di Banyuwangi, Jawa Timur. Berdasarkan perolehan data dari kuesioner menggunakan *random sampling* dengan kriteria responden yaitu Banyuwangi. Dikutip dari kabarbanyuwangi.co.id (2021), wisatawan lokal mengunjungi wisata *mainstream* seperti Pantai Pulau Merah, Bangsring, Underwater, Grand Watudodol dan Pantai Boom. Dengan demikian, target utama dalam perancangan ini adalah masyarakat Banyuwangi, namun

tidak menutup kemungkinan jika target berasal dari luar Banyuwangi atau seluruh masyarakat Indonesia. Secara demografis, dari data hasil kuesioner yang didapat, ditentukan usia khalayak sasar pada rentang 17-25 tahun atau persentase 96.7% dan didukung oleh survei statistik wisatawan nusantara dari Badan Pusat Statistik yang menunjukkan sebanyak 41.91% didominasi oleh wisatawan usia muda kurang dari 25 tahun. Secara psikografis, dibuatnya film *tourism* ini bertujuan mengenalkan Konservasi Mangrove Cemara kepada masyarakat Banyuwangi yang belum mengetahui dan berkunjung untuk dapat mengenal tempat wisata tersebut, memahami dan memiliki ketertarikan terhadap ekowisata *mangrove* serta dapat meningkatkan minat untuk menonton film *tourism* yang mengangkat ekowisata *mangrove*, minat *solo traveling*, dan berwisata alam untuk rekreasi dan relaksasi.

**Data dan Analisis Karya Sejenis**

Dalam proses perancangan film *tourism*, penulis selaku desainer produksi menggunakan tiga karya sejenis untuk dianalisis.

Trinity The Nekad Traveler	Goresan Jejak	Pesona Indonesia “Jelajah Lebih Jauh”
		

Dari tiga karya sejenis yang digunakan, disimpulkan bahwa *setting* dan *property* penting untuk membangun dan membentuk sebuah cerita

pada film. Penulis menjadikan referensi tiga karya sejenis karena memiliki *setting & property, wardrobe* serta *make-up* yang akan digunakan pada cerita film *tourism* yang dibuat. *Setting* dan *property* yang akan digunakan antara lain sebuah kamar dan tempat wisata. *Property* yang digunakan antara lain kasur, meja belajar, kursi, tas ransel, laptop, foto-foto liburan dan *property* pendukung lainnya. Selain *setting* dan *property, wardrobe* dan *make-up* juga dibutuhkan untuk mendalami karakter atau tokoh. *Wardrobe* yang digunakan yaitu kaos, celana jeans, dan lainnya menyesuaikan cerita yang dibuat. Sedangkan *make-up* menggunakan *make-up* natural yang tidak merubah bentuk maupun warna kulit wajah. Selain itu, pada tiga karya sejenis diatas memperlihatkan banyak pemandangan alam dimana karya yang dibuat berupa film *tourism* dengan latar/*setting* akan menampilkan pemandangan alam di Konservasi Mangrove Cemara.

### **Hasil Analisis**

Analisis data objek menggunakan studi kasus yang didapat dari observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil analisis yaitu Konservasi Mangrove Cemara yang berada di Desa Wringinputih, Muncar, Banyuwangi memiliki banyak potensi dan manfaat bagi masyarakat setempat, wisatawan dan lingkungan yaitu sumber pendapatan masyarakat setempat seperti mencari kepiting dan kerang, wisata alam dan edukasi untuk wisatawan berupa piknik, susur *mangrove*, mencari kerang, berfoto dan penanaman *mangrove*. Manfaat bagi lingkungan yaitu terjaganya kelestarian kawasan hutan *mangrove*. Namun masih belum ada media yang memberikan informasi terkait potensi dan manfaat di Konservasi Mangrove Cemara. Hal tersebut dikarenakan minimnya sumber daya manusia dan ilmu yang menyebabkan Konservasi Mangrove Cemara

kurang dikenal masyarakat Banyuwangi karena promosi dilakukan dari mulut ke mulut.

Khalayak sasaran adalah wisatawan muda dengan rentang usia 17-25 tahun berdomisili Banyuwangi yang belum mengetahui dan mengunjungi Konservasi Mangrove Cemara. Selain itu, minat untuk *solo traveling*, wisata untuk rekreasi dan relaksasi serta keputusan wisata dipengaruhi media sosial. Dengan demikian, diharapkan informasi pada film *tourism* dapat memperkenalkan Konservasi Mangrove Cemara.

Penulis melakukan analisis tiga karya sejenis yang dimana menampilkan destinasi wisata serta ruangan kamar sebagai latar tempat. Film *Tourism* dibuat dengan menciptakan *setting* dan *property* yang menarik dan sesuai dengan identitas natural yaitu kepribadian atau tanda natural yang melekat pada individu yang menggambarkan karakter asli atau nyata. Dengan penciptaan dan penggunaan *setting*, *property*, *wardrobe* dan *make-up* yang sesuai, maka film yang dibuat dapat memberi pemahaman dan mengajak penonton ikut merasakan cerita serta keindahan alam yang dilihat tokoh dalam film *tourism* Konservasi Mangrove Cemara.

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **Konsep Perancangan**

Konsep perancangan merupakan tahapan yang dilakukan penulis setelah mendapatkan tema besar dan kata kunci yaitu mengekspos potensi dan manfaat Konservasi Mangrove Cemara. Konsep perancangan dibuat agar informasi yang terdapat dalam film dapat tersampaikan dengan baik dan dapat dipahami oleh masyarakat.

### **Konsep Pesan**

Pesan pada perancangan ini akan menampilkan potensi dan manfaat berupa keindahan alam dan kegiatan wisata yaitu hutan *mangrove*, pohon cemara, pantai, laut, susur *mangrove*, piknik, berfoto dan penanaman *mangrove*. Selain itu, menampilkan tarian Gandrung serta batik Gajah Oling yang ikonik. Hal tersebut bertujuan agar masyarakat mengetahui keindahan alam, kegiatan wisata dan manfaat *mangrove* bagi masyarakat setempat, wisatawan dan lingkungan. Selain itu mengenalkan budaya Banyuwangi, dan diharapkan dapat memberi informasi mengenai destinasi wisata serta budaya kepada penonton dan tertarik untuk berkunjung.

### **Konsep Kreatif**

Dalam konsep kreatif, penulis selaku desainer produksi bertanggungjawab memvisualisasikan *setting* dan *property*, *wardrobe* dan *make-up*. Penulis terlebih dahulu melakukan *breakdown script* untuk mengetahui dimana set lokasi yang digunakan, *property* yang sesuai, *wardrobe* dan *make-up* yang mendukung karakter dengan latar suasana. Diawali dengan mencari dan menentukan dimana saja lokasi yang akan muncul lalu didokumentasikan untuk menentukan *property* pendukung. Set lokasi yang akan ditampilkan nantinya terdiri dari set *indoor* yaitu kamar tidur dan set *outdoor* terdiri dari hutan *mangrove*, pohon cemara, jalanan dan pemandangan alam lainnya. Untuk *setting* waktu akan menyesuaikan cerita yang sudah dibuat. Setelah menentukan set lokasi dan waktu, maka penulis merancang set lokasi *indoor* yang sesuai *property* seperti kasur, meja, kursi, rak buku, foto-foto liburan tokoh dan lainnya. Sedangkan set lokasi *outdoor* akan memperlihatkan keindahan alam dengan *property* tas ransel dan motor yang sesuai dengan cerita.

Selain *setting* dan *property*, penulis akan menggunakan *wardrobe* sederhana yang digunakan sehari-hari, seperti kemeja, baju, celana

panjang, bawahan kain batik Gajah Oling, jaket dan lainnya berwarna netral seperti putih, hitam, coklat, krem, biru dan menyesuaikan set lokasi serta *make-up* yang natural tidak terlalu mencolok. Selain itu aksesoris juga akan digunakan seperti gelang, kalung, sepatu sandal dan sebagainya sebagai *property* pendukung. Selanjutnya terdapat penari Gandrung akan menggunakan *wardrobe* dan *make-up* yang sesuai dengan budaya atau adat Banyuwangi. Dengan *setting* dan *property*, *wardrobe* dan *make-up* yang dijelaskan, diharapkan dapat menggambarkan dan membangun *look*, *mood* serta *style* sebagai karakter seorang mahasiswa yang suka melakukan perjalanan wisata.

### Strategi Kreatif

Strategi kreatif bertujuan menjalankan konsep kreatif dan memberi informasi kepada penonton yang terdiri dari pendekatan verbal dan pendekatan visual. Pendekatan verbal merupakan bahasa yang digunakan dalam sebuah film. Sedangkan pendekatan visual merupakan konsep visual yang digunakan dalam sebuah film.

#### 1. Pendekatan Verbal

Dalam karya film *tourism* ini akan menggunakan narasi dialogis berupa *voice over* berbahasa Jawa karena merupakan bahasa sehari-hari yang digunakan oleh masyarakat Banyuwangi. Target audiens dalam film *tourism* ini merupakan wisatawan muda Banyuwangi yang sehari-hari berkomunikasi menggunakan bahasa Jawa.

#### 2. Pendekatan Visual

Visual yang akan ditampilkan pada film *tourism* ini adalah set dalam ruangan dan didominasi oleh *outdoor* berupa keindahan alam, kegiatan wisata, manfaat *mangrove* dan budaya Banyuwangi yang bertujuan mengenalkan serta memicu ketertarikan penonton. Selain itu, visual yang

ditampilkan seperti set lokasi kamar tidur dan tempat wisata Konservasi Mangrove Cemara serta set waktu pagi hari. *Property* seperti meja, kursi, lampu, jam digital, laptop, buku-buku, gelas dan lainnya, dengan warna netral seperti hitam, abu-abu, putih, biru, coklat dan lainnya. *Wardrobe* seperti baju, celana tidur, kemeja, jaket, celana panjang, berwarna netral seperti coklat, biru, coklat dan lainnya dengan bawahan kain batik Gajah Oling ikonik Banyuwangi yang bertujuan untuk memperkenalkan budaya Banyuwangi. *Make-up* natural yang tidak merubah bentuk serta warna wajah karakter. Dengan demikian dapat menggambarkan sifat karakter atau tokoh yang sesuai dengan cerita. Selain itu juga menampilkan tari Gandrung yang merupakan tarian ikonik Banyuwangi bertujuan untuk memperkenalkan budaya Banyuwangi.

### **Konsep Media**

#### **1. Durasi dan Format Video**

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

#### **2. Media**

Media yang digunakan untuk menampilkan film *tourism* yang berjudul "Ngaso: Konservasi Mangrove Cemara" yaitu Youtube karena media tersebut dapat diakses oleh siapa saja, dimana saja dan tidak memiliki batasan durasi untuk menampilkan video. Selain itu, sudah banyak masyarakat dari kalangan muda hingga tua menggunakan dan menonton video melalui Youtube dengan banyak pilihan konten sesuai kebutuhan.

## Perancangan Karya

### 1. Pra Produksi

Pada tahap pra produksi penulis memerlukan perencanaan yang matang dengan riset lapangan, penentuan tim produksi dan estimasi biaya produksi bersama anggota kelompok. Dan penulis membuat dan mengumpulkan kebutuhan sebelum produksi.

### 2. Produksi

Tahap selanjutnya adalah produksi. Setelah berdiskusi dan mendapat persetujuan oleh sutradara, penulis selaku desainer produksi menerapkan konsep dan kebutuhan yang sudah dirancang dan diciptakan saat syuting dilaksanakan.

### 3. Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahapan terakhir yaitu proses *editing* oleh editor. Pada tahap ini penulis selaku desainer produksi tidak terlibat dalam proses *editing*, dan lain-lain.

## Hasil Perancangan

Berikut merupakan hasil perancangan film *tourism* berjudul “Ngaso” yang berisi *mise-en-scene*, *setting*, *property*, *wardrobe* dan *make-up*.

No.	Visual	Unit	Deskripsi
1.		Setting/lokasi dan Property	Scene ini memperlihatkan meja belajar Ajeng yang dipenuhi buku-buku, kertas dan lainnya karena Ajeng sedang pusing dengan tugas kuliahnya.

			<p><i>Property:</i> buku-buku, kertas-kertas, meja belajar, tempat alat tulis, alat tulis, lampu belajar, foto-foto Ajeng, jam, gelas, speaker, tanaman hias, cermin, rak buku, kalung dan lainnya.</p>
2.		<p><i>Setting &amp; Property, Wardrobe dan Make-up</i></p>	<p><i>Shot</i> ini memperlihatkan Ajeng yang sedang pusing, menggaruk-garuk dan memegang kepalanya karena tugas kuliah yang sedang ia kerjakan.</p> <p><i>Property:</i> laptop, buku-buku, kertas-kertas, kasur, guling, dua kain khas daerah dan pajangan dinding dan <i>wardrobe</i> yaitu kaos <i>oversized</i> cokelat, gelang berbagai warna. <i>Make-up</i> hanya digunakan pada area bawah mata serta rambut yang berantakan.</p>
3.		<p><i>Property</i></p>	<p><i>Scene</i> ini memperlihatkan meja belajar serta pergantian waktu dari masa kini ke masa lalu saat Ajeng hendak berlibur.</p> <p><i>Property:</i> meja belajar, laptop, lampu, cermin, foto-foto, buku-buku, kertas-kertas, tanaman hias, jam, gelas, botol minum, rak buku, tempat alat tulis, alat tulis, wadah putih dan</p>

			lainnya.
4.		<i>Property</i>	<p><i>Scene</i> ini memperlihatkan tangan Ajeng yang sedang mengambil barang-barang yang akan dimasukkan kedalam ransel.</p> <p><i>Property:</i> meja belajar, botol minum, handphone, gelas, kalung, tanaman hias dan buku-buku, kain batik khas Banyuwangi, cermin, rak buku dan jam tangan, kain hijau, kasur dan ransel abu-abu.</p>
5.		<i>Property, Wardrobe dan Make-up</i>	<p><i>Scene</i> ini memperlihatkan Ajeng sedang berkendara menuju Konservasi Mangrove Cemara menggunakan motor.</p> <p><i>Property:</i> motor putih, helm hitam dan ransel abu-abu. <i>Wardrobe</i> jaket hitam, celana jeans biru panjang, sepatu sandal hitam. <i>Make-up</i> yang digunakan adalah natural <i>make-up</i>.</p>

<p>6.</p>		<p><i>Setting,</i> <i>Property</i> <i>Wardrobe</i> <i>dan Make-up</i></p>	<p><i>Shot</i> ini memperlihatkan Ajeng sedang memotret kawasan Konservasi Mangrove Cemara dengan <i>handphone</i>.</p> <p><i>Property:</i> ransel abu-abu, <i>handphone</i> dengan <i>wardrobe</i> kemeja pendek coklat, celana jeans biru panjang, gelang berbagai warna, kalung coklat, dengan <i>make-up</i> yang digunakan adalah natural tidak mencolok dan rambut yang digerai.</p>
<p>7.</p>		<p><i>Property,</i> <i>Wardrobe</i> <i>dan Make-up</i></p>	<p><i>Scene</i> ini memperlihatkan Ajeng sedang melihat dan menghampiri penari Gandrung.</p> <p><i>Property:</i> ransel abu-abu dengan <i>wardrobe</i> kemeja pendek coklat, gelang berbagai warna, kalung coklat, celana jeans biru panjang dan sepatu sandal hitam dengan <i>make-up</i> yang digunakan adalah natural tidak mencolok dan rambut yang digerai. Dan <i>wardrobe</i> dan <i>make-up</i> yang digunakan merupakan khas budaya dan adat Banyuwangi.</p>
<p>8.</p>		<p><i>Property,</i> <i>Wardrobe</i> <i>dan Make-up</i></p>	<p><i>Scene</i> ini memperlihatkan Ajeng sedang duduk melihat dan memfoto pemandangan sekitar, lalu ia membagikan foto di instgram.</p> <p><i>Property:</i> tas ransel abu-abu, tempat duduk dari ban, meja kayu dan <i>handphone</i> dengan <i>wardrobe</i> kemeja pendek coklat, celana jeans panjang biru, kalung, gelang berbagai warna,</p>

			sepatu sandal hitam dan <i>make-up</i> natural yang tidak mencolok serta rambut yang digerai.
9.		<i>Property, Wardrobe dan Make-up</i>	<p><i>Scene</i> ini memperlihatkan Ajeng sedang berinteraksi dengan pencari kepiting.</p> <p><i>Property</i>: perangkap kepiting, tas abu-abu dengan <i>wardrobe</i> Ajeng kemeja pendek cokelat, celana jeans panjang biru, kalung, gelang berbagai warna, sepatu sandal hitam dan <i>make-up</i> natural serta rambut diurai. Sedangkan <i>wardrobe</i> pencari kerang yaitu kaos merah, celana pendek abu-abu dan sandal jepit.</p>
10.		<i>Property, Wardrobe dan Make-up</i>	<p><i>Scene</i> ini memperlihatkan Ajeng sedang berjalan menyusuri hutan mangrove.</p> <p><i>Property</i>: tas abu-abu dengan <i>wardrobe</i> kemeja pendek cokelat, celana jeans panjang biru, kalung, gelang berbagai warna, sepatu sandal hitam dan <i>make-up</i> natural serta rambut yang diurai.</p>
11.		<i>Property, Wardrobe dan Make-up</i>	<p><i>Scene</i> ini memperlihatkan Ajeng sedang mendengar penjelasan dari penanam mangrove.</p> <p><i>Property</i>: bibit mangrove dan tas abu-</p>

			<p>abu dengan <i>wardrobe</i> Ajeng yaitu kemeja pendek cokelat, kalung, gelang berbagai warna, celana jeans panjang biru, sepatu boots dengan <i>make-up</i> natural dan rambut diurai. Sedangkan <i>wardrobe</i> penanam mangrove yaitu kaos merah, celana pendek abu-abu, topi dan sepatu boots.</p>
<p>12.</p>		<p><i>Property, Wardrobe dan Make-up</i></p>	<p><i>Scene</i> ini memperlihatkan Ajeng menghampiri pencari kerang dan ikut berkegiatan mencari kerang. <i>Property:</i> cangkul kerang, tas abu-abu dengan <i>wardrobe</i> Ajeng yaitu kemeja pendek cokelat, celana jeans panjang biru, kalung, gelang berbagai warna, sepatu boots dan <i>make-up</i> natural dengan rambut diurai. Sedangkan <i>wardrobe</i> pencari kerang yaitu kaos merah, celana pendek abu-abu, topi dan sepatu boots.</p>
<p>13.</p>		<p><i>Property, Wardrobe dan Make-up</i></p>	<p><i>Scene</i> ini memperlihatkan Ajeng sedang berjalan menuju ikon kepala perahu diujung jembatan dan duduk melihat pemandangan laut. <i>Property:</i> tas abu-abu dengan <i>wardrobe</i> kemaja pendek cokelat, bawahan kain batik, kalung, gelang berbagai warna, sepatu sandal hitam dan <i>make-up</i> natural dengan rambut yang diurai.</p>

<p>14.</p>		<p><i>Setting &amp; Property, Wardrobe dan Make-up</i></p>	<p><i>Scene</i> ini memperlihatkan Ajeng tertidur diatas meja belajarnya. <i>Property:</i> meja belajar, kursi, laptop, buku-buku, kertas-kertas, <i>handphone</i>, lampu tidur, jam digital, gelas, tempat dan alat-alat tulis, tanaman hias dan rak buku. Sedangkan <i>wardrobe</i> yang digunakan adalah kaos <i>oversized</i> cokelat, gelang dengan rambut yang dikuncir acak-acakan.</p>
<p>15.</p>		<p><i>Property, Wardrobe dan Make-up</i></p>	<p><i>Scene</i> ini memperlihatkan Ajeng yang gembira saat mengetahui ia lulus tugas. <i>Property:</i> <i>handphone</i>, meja belajar, kursi, laptop, buku-buku, kertas-kertas, lampu tidur, jam digital, gelas, tempat dan alat-alat tulis, tanaman hias dan rak buku, cermin, foto-foto Ajeng dengan <i>wardrobe</i> kaos <i>oversized</i> cokelat, gelang berbagai warna dan <i>make-up</i> bawah mata serta rambut dikuncir yang acak-acakan.</p>

**PENUTUP**

**KESIMPULAN**

Konservasi Mangrove Cemara merupakan destinasi wisata yang berada di desa Wringinputih, Muncar, Banyuwangi. Konservasi Mangrove Cemara memiliki potensi dan manfaat bagi masyarakat setempat, wisatawan dan lingkungan. Namun, Konservasi Mangrove Cemara ini kurang dikenal oleh masyarakat Banyuwangi. Permasalahan fenomena ini

adalah kurangnya promosi yang dilakukan oleh masyarakat setempat karena minimnya sumber daya manusia dan ilmu untuk mempromosikan melalui sosial media. Sehingga informasi mengenai Konservasi Mangrove Cemara ini kurang tersampaikan dan kurang dikenal oleh masyarakat Banyuwangi. Oleh karena itu, perlu adanya media promosi berupa film *tourism* yang berjudul “Ngaso: Konservasi Mangrove Cemara” yang dimana memperkenalkan Konservasi Mangrove Cemara serta memberi informasi mengenai potensi dan manfaat yaitu keindahan alam, kegiatan wisata, manfaat *mangrove* untuk masyarakat setempat, wisatawan dan lingkungan.

Film *tourism* ini menceritakan seorang mahasiswa bernama Ajeng yang lelah dengan tugasnya dan mengenang masa liburannya di Konservasi Mangrove Cemara. Dalam perancangan dan pembuatan film *tourism* ini, penulis selaku desainer produksi merancang dan menciptakan *setting & property, wardrobe* serta *make-up* menggunakan identitas natural yang menggambarkan karakter atau tokoh asli atau nyata pada cerita yang dibuat. Set lokasi berada di *indoor* yaitu kamar dan *outdoor* yaitu Konservasi Mangrove Cemara dan jalan pinggir Pelabuhan. *Property* yang digunakan menyesuaikan dengan cerita yang menggambarkan kamar seorang mahasiswa dan *property outdoor* juga menyesuaikan dengan cerita. *Wardrobe* menyesuaikan dengan karakter atau tokoh yang memiliki sifat ceria, petualangan, ramah dan pecinta alam, dimana menggunakan *wardrobe* yang sederhana dan menyesuaikan dengan cerita. *Make-up* digunakan untuk mendalami peran tokoh, terdapat dua *make-up* yaitu *make-up* bawah mata untuk memperlihatkan wajah lelah dan *make-up* natural yang tidak merubah bentuk ataupun warna wajah tokoh. Selain itu *make-up* yang digunakan menyesuaikan dengan cerita sebagai mahasiswa yang lelah dengan tugas dan mengenang saat liburan di Konservasi

Mangrove Cemara.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

1. Anwar, Syaeful. (2012). *Job Description-Pekerja Film*. Jakarta: FFTV-IKJ.
2. Cholilawati. (2021). *Teori Warna. Penerapan Dalam Fashion*. Panca Terra Firma.
3. Damanik, Sarintan E. (2020). *Pengelolaan Kawasan Konservasi*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
4. Fitrah, Muh., Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
5. Goei, Galvin. (2020). *Cerdas Emosional, Cerdas Mental*. Magelang: Tidar Media.
6. Jaya, Eddy E. (2020). *Skenario Berkelanjutan Pengelolaan Hutan Mangrove*. Makassar: CV Nas Media Pustaka.
7. Muntasib, E.K.S Harini. (2018). *Rekreasi Alam dan Ekowisata*. Bogor: Kampus IPB Taman Kencana.
8. Sambu, Abdul H., Irma, Sribanti., Andi, Chadijah. (2018). *Model Pengelolaan Mangrove Berbasis Ekologi dan Ekonomi*. Makassar: CV Inti Mediatama.
9. Winarno, G. D., & Harianto, S. P. (2017). *Ekowisata*. Bandar Lampung: Pusaka Media.
10. Fitrah, Muh., Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
11. BPS. (2020). *Statistik Wisatawan Nusantara*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

## Jurnal

1. Adharani, Y., Zamil, Y. S., Astriani, N., & Afifah, S. S. (2020). Penerapan Konsep Ekowisata di Kecamatan Cihurip Kabupaten Garut dalam Rangka Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan. *Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 181.
2. Belasunda, R. & Sabana, S. (2016). Film Indie “Tanda Tanya (?)”, Representasi Perlawanan, Pembebasan dan Nilai Budaya. *Jurnal Panggung*. Vol.26(50).
3. Damarsiwi, E. P. M. & Fitriano, Y. (2019). Pengaruh Pengembangan Ekowisata Bahari Pantai Linau Kabupaten Kaur Provinsi Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol 14(180).
4. Hendiawan, T. & Rahmansyah, A. (2019). Landscape As Cultural Identity In Cau Bau Kan Movie. *Jurnal Balong International Journal of Design*. 2(93).
5. Herman, N, N., & Supriadi, B. (2017). Potensi Ekowisata dan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Pesona*, 2(1-12).
6. Hidayat, D. & Hidayat, A.D. (2019). Perancangan Buku Ilustrasi Modifikasi Sepeda Motor Retro Klasik.
7. Majid, I., Al Muhdar, M, H, I., Rohman, F., Syamsuri, I. (2016). Konservasi Hutan Mangrove di Pesisir Pantai Kota Ternate Terintegrasi Dengan Kurikulum Sekolah. *Jurnal Bioedukasi*, 4(488-496).
8. Qodriyatun, S, N. (2010). Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya Dalam Kerangka Desentralisasi. Vol. 15(551-577).
9. Vila, Jose, & Pablo. (2021). Film Tourism in Spain: Destination awareness and visit motivation as determinants to visit places seen in TV series. *European Research on Management and Business Economics*, 3.

**Internet**

1. Kabarbanyuwangi.co.id (17 Mei 2021). Terapkan Prokes Ketat, Kunjungan Wisata Banyuwangi Meningkat. Diakses pada 10 Juli 2022, dari <https://www.kabarbanyuwangi.co.id/berita/detail/terapkan-prokes-ketat-kunjungan-wisata-banyuwangi-meningkat>

