

PEMBUATAN FILM PENDEK “BALIK KAMPUNG” SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENGENALAN WISATA YANG ADA DI BENGKULU

MAKING SHORT FILM "BALIK KAMPUNG" AS MEDIA FOR PROMOTION AND INTRODUCTION TO TOURISTS IN BENGKULU

Alfito Dhiyu Priawan¹⁾, Yetman Erwadi²⁾, Edy Safrizal³⁾, Adif Akram⁴⁾
^{1,2,3,4)} Universitas Muhammadiyah Bengkulu
alfitodhiyu5@gmail.com

ABSTRAK

Promosi dapat diartikan sebagai suatu upaya untuk memperkenalkan suatu produk dari suatu perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli sehingga meningkatkan penjualan perusahaan. Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu merupakan sebuah lembaga pemerintah di provinsi Bengkulu, yang bertanggung jawab atas pengembangan pariwisata di daerah tersebut. Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu berwenang untuk mengeluarkan izin-izin bidang pariwisata meliputi Izin Usaha Pariwisata untuk travel agent dan lainnya. Selain izin-izin bidang pariwisata, Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu juga memiliki wewenang dalam mengeluarkan izin terkait bidang kebudayaan seperti kegiatan kebudayaan, alih fungsi bangunan bersejarah dan lainnya. Dalam Praktek Kerja Lapangan ini program yang akan dilakukan adalah membuat film pendek tentang promosi pengenalan wisata yang ada di Bengkulu, terutama wisatawan luar. Observasi terhadap permasalahan di Dinas Pariwisata Provinsi ini memicu ide pembuatan film pendek yang berjudul “Balik Kampung” khusus untuk mengatasi tantangan ini. Dengan promosi wisata, Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu memikirkan bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung di wisata Provinsi Bengkulu. Bagaimana agar semua masyarakat yang berada di luar kota Bengkulu mengetahui adanya tempat wisata yang berada di Bengkulu. Dengan adanya pembuatan film pendek ini diharapkan masyarakat Bengkulu maupun Luar Bengkulu akan lebih tertarik untuk mengunjungi objek wisata yang ada di Bengkulu

Kata Kunci: Promosi, Pariwisata, Film Pendek

ABSTRACT

Promotion can be interpreted as an effort to introduce a product from a particular company so that it can be known to the public and attract buyers' interest, thereby increasing company sales. The Bengkulu Provincial Tourism Office is a government agency in the province of Bengkulu, which is responsible for tourism development in the area. The Bengkulu Provincial Tourism Office has the authority to issue permits in the tourism sector including Tourism Business Permits for travel agents and others. In addition to tourism sector permits, The Bengkulu Province Tourism Office also has the authority to issue permits related to cultural fields such as cultural activities, conversion of historical buildings and others. In this Field Work Practice, the program that will be carried out is to make a short film about promoting the introduction of tourism in Bengkulu, especially foreign tourists. Observations of problems at the Provincial Tourism Office sparked the idea of making a short film entitled "Balik Kampung" specifically to overcome this challenge. With tourism promotion, the Bengkulu Provincial Tourism Office is thinking about promotional strategies to increase the number of visitors to Bengkulu Province tourism. How can all people outside the city of Bengkulu know about the existence of tourist attractions in Bengkulu. By making this short film, it is hoped that the people of Bengkulu and outside Bengkulu will be more interested in visiting tourist attractions in Bengkulu.

Keywords: Promotion, Tourism, Short Movie

PENDAHULUAN

Pariwisata dapat ditelusuri kembali ke dua kata: pertama, "pari", berarti banyak atau sekitar, dan kedua, "pariwisata", berarti "pergi". Secara etimologis, pengertian pariwisata berasal dari gabungan dua kata tersebut (Kurniawan, 2022). Promosi pariwisata menjadi salah satu kunci penting untuk keberhasilan upaya meningkatkan angka kunjungan turis di suatu objek wisata. Melalui promosi maka wisatawan akan mengetahui bahwa ada lokasi yang menarik untuk disinggahi. Masyarakat saat ini selalu membutuhkan dan

ketergantungan dengan media (Makhrian, 2020). Promosi wisata memberikan informasi kepada publik bahwa ada pemandangan alam yang indah, ada budaya lokal yang memiliki keunikan, dan ada kuliner-kuliner lezat yang siap memanjakan lidah. Dengan promosi yang optimal, semua potensi yang dimiliki suatu tempat tujuan wisata dapat diketahui masyarakat luas dan dapat menunjang pembangunan sektor pariwisata di suatu daerah. Pemasaran produk melalui media sosial telah menjadi cara terbaik untuk memperluas pasar ataupun pelanggan (Sofia et al., 2020). Dengan melakukan promosi penyebaran informasi mengenai tempat wisata baru untuk menarik minat para wisatawan terhadap suatu daerah wisata melalui tayangan video yang menampilkan visual yang atraktif dan informative (Andhika, 2019).

Berbagai kegiatan pariwisata memiliki peran dalam pengembangan dan pembangunan suatu wilayah yang memiliki potensi wisata. Dalam menarik wisatawan untuk berkunjung strategi pemasaran harus dilakukan oleh pihak manajemen penyedia jasa pariwisata (Pundissing, 2021).

Masalah utama yang dihadapi Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu adalah Bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata di Bengkulu. Bagaimana agar semua masyarakat yang berada di luar kota Bengkulu mengetahui adanya tempat wisata yang berada di Bengkulu. Untuk mengatasi masalah ini, Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu melakukan promosi wisata melalui internet dan media sosial. Promosi pariwisata juga bukan hanya pameran atau konferensi. Perlu ada promosi yang tepat sasaran, dan efektif untuk menarik wisatawan. Oleh karena itu, perlu ada inovasi dalam mempromosikan potensi destinasi pariwisata dengan memanfaatkan berbagai aplikasi media sosial yang tersedia. Saat ini, ada banyak aplikasi media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan pariwisata. Misalkan saja situs web, twitter, instagram, Facebook, YouTube, Line, Path, dan aplikasi media sosial lainnya yang dapat digunakan oleh pemerintah daerah hingga pengelola wisata. Seperti pembuatan film pendek mengenai promosi wisata yang ada di Bengkulu.

Target luaran dari pengabdian yang dilakukan adalah meningkatnya kunjungan wisatawan disuatu objek wisata di Bengkulu dan pengetahuan masyarakat tentang adanya wisata-wisata baru yang tersedia di Kota Bengkulu. Dengan cara ini, masyarakat akan lebih tertarik untuk mengunjungi objek wisata yang ada di Bengkulu tersebut. Selain itu, penting juga untuk memperhatikan promosi yang dilakukan secara menyeluruh dan terintegrasi, baik melalui media online maupun offline.

BAHAN DAN METODE

Uraian Metode Pelaksanaan pembuatan film pendek untuk media promosi wisata sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan

Persiapan dalam produksi film pendek dimulai dengan melakukan survey lokasi kegiatan untuk menemukan tempat yang tepat sesuai dengan konsep yang diinginkan. Setelah itu, dilakukan pemantapan serta penentuan lokasi dan sasaran secara lebih detail untuk memastikan bahwa semua elemen yang diperlukan tersedia dan dapat diakses dengan mudah. Menyusun agenda kegiatan menjadi langkah berikutnya agar proses produksi dapat berjalan dengan teratur dan efisien. Tahap terakhir yaitu menyusun konsep film pendek.

2. Tahap Pembuatan Film Pendek

Terdapat tiga bagian dalam proses pembuatan film pendek yaitu Pra Produksi merupakan tahap awal dengan mencari referensi video wisata yang sudah ada, memproses materi outline yang berisi shooting objective, durasi, target audience, tempat/setting, budget dan lain lain. Setelah semua bahan-bahan materi outline terkumpul dan terseleksi, scriptwriter akan mengolah bahan tersebut menjadi naskah video. Di dalam naskah film pendek umumnya terdapat narasi naskah berupa penjelasan audio, video dan keterangan scene. Yang kedua yaitu Produksi merupakan tahap pelaksanaan di mana shooting film pendek dilakukan. semua hasil shooting merujuk pada naskah storyboard yang sudah dibuat ditahap pra produksi atau persiapan. Pada tahap produksi ini, team akan mengambil gambar video sesuai dengan naskah film pendek. Pengambilan gambar pada shooting film pendek tidak harus sesuai urutan scene

biasanya diacak berdasarkan pada hal-hal termudah untuk di shooting. Faktor-faktor yang menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan gambar film pendek kurang lebih adalah lokasi dan avabilitas orang-orang bersangkutan. Lokasi yang jauh akan memerlukan waktu lebih untuk ketempat tujuan dan diperlukan survey sebagai upaya menyesuaikan lokasi setempat dengan naskah video. Pada tahap produksi ini, penting untuk mengambil stock gambar lebih banyak sebagai upaya preventif dalam kekurangan stock shoot gambar. Karena pengulangan akan memakan biaya produksi, waktu dan tenaga.

Yang terakhir yaitu Pasca Produksi merupakan tahap akhir atau penyempurnaan dalam memproses hasil shooting untuk diedit/diolah. Pengolahan atau editing yang dilakukan meliputi aspek suara, gambar film pendek wisata. Tahap pasca produksi melibatkan beberapa proses. Pertama, hasil gambar dari kamera dipindahkan ke perangkat laptop untuk diproses. Selanjutnya, dilakukan seleksi editing offline di mana editor mencari scene terbaik dari rekaman untuk disusun sesuai dengan naskah video. Proses kedua melibatkan pemilihan musik backsound yang akan menjadi latar belakang audio, memperkaya pengalaman visual dalam video wisata. Terakhir, dalam tahap audio mixing, audio langsung dari rekaman video digabungkan dan disesuaikan dengan scoring audio, memastikan bahwa keterangan audio sesuai dengan scene yang ada. Dengan demikian, tahap pasca produksi merupakan langkah penting dalam menghasilkan video berkualitas yang siap untuk ditampilkan kepada penonton.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam perjalanan menuju peningkatan kunjungan wisatawan yang berada di suatu objek wisata Bengkulu. Maka pembuatan film pendek untuk pengenalan wisata di kota Bengkulu dilakukan. Proyek ini lahir dari sebuah tekad untuk menciptakan solusi konkret yang tidak hanya peningkatan kunjungan wisata, tetapi juga masyarakat menjadi tahu akan nilai sejarah yang ada di Bengkulu. Setelah melalui tahap persiapan menyeluruh dan menyusun konsep dengan teliti, tahap selanjutnya adalah proses pembuatan film pendek. Adapun hasil dari program Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini adalah :

A. Pra Produksi

Tahap awal atau persiapan film pendek adalah dengan mencari referensi video wisata yang sudah ada, Setelah semua bahan-bahan materi outline terkumpul dan terseleksi, maka scriptwriter akan mengolah bahan tersebut menjadi naskah video. Di dalam naskah film pendek umumnya terdapat narasi naskah berupa penjelasan audio, video dan keterangan scene yang biasa disebut Story

"BALIK KAMPUNG"

TOKOH

1. EDY (ORANG RAMENI HULIAH DI JAKARTA, ASLI BENGKULU)
2. ADIF (TEMAN KAMPUS EDY DARI JAKARTA)
3. FADLI (TEMAN KAMPUS EDY DARI JAKARTA)
4. BELLA (TOUN GAIDE, TEMAN SECIL EDY)

SINOPSIS :

Menceritakan tentang liburan semester seorang mahasiswa rantau bersama dengan teman-teman kuliah nya yang asli dari Jakarta. Awalnya mereka bingung ingin pergi kemana, karena hampir semua wisata dan wahana di pulau Jawa sudah mereka datangi. Dengan perdebatan yang panjang, Mereka sepakat untuk mengu waktu liburan mereka dengan berangkat ke provinsi Bengkulu di besok pagi hari nya. Setelah mahasiswa rantau ini berasal dari provinsi itu, dan sudah lama tidak pulang. Jadi teman-teman nya sepakat untuk sekalian berkunjung ke "kampung halaman" nya.

SCENE 1 : DIKAMPUS LIBURAN TELAH TIBA

AKTOR : EDY, ADIF, FADLI

LOKASI : DI KAMPUS

DESKRIPSI : SEDANG MENGOBROL DI RELAS

NASKAH :

F : eh di, libur semester kita panjang loh , mau kemana yah ?
 E : Gua kayanya mau pulang deh , udah lama gua ngga pulang .
 F : dih lu mau tinggalin gua disini sendirian , tega bener lu
 E : ya terserah elo , kalo mau ikut ya ayo , yang penting , tiket

Gambar 1 Naskah Film Pendek

B. Produksi

Pada tahap produksi ini, mengambil gambar video sesuai dengan naskah film pendek. Pengambilan gambar pada shooting film pendek tidak harus sesuai urutan scene biasanya diacak berdasarkan pada hal-hal termudah untuk di shooting. Beberapa lokasi syuting video antara lain :

1. Scene Di Kampus Jakarta

Pada scene ini menceritakan tentang 3 orang sahabat membicarakan tentang liburan mau pergi kemana saat libur semester telah dimulai.



Gambar 2 Scene Di Kampus Jakarta

2. Scene Di Bandara Fatmawati Soekarno Bengkulu

Pada scene ini menceritakan mereka sudah sampai di bandara Bengkulu. Dalam perjalanan pulang kerumah Edy mereka memesan ojek online.



Gambar 3. Scene Di Bandara Fatmawati Soekarno Bengkulu

3. Dirumah Edy

Pada scene ini mereka sudah sampai di rumah Edy dan meletakkan barang barang mereka, lalu Edy menelpon teman kecil nya yaitu Bella, karena ingin di antarkan ke tempat wisata yang ada di Bengkulu karena teman teman edy belum pernah ke Bengkulu.



Gambar 4. Scene Di Rumah Edy

4. Benteng Marlborough



Gambar 5. Scene Di Benteng Marlborough

Pada scene ini mereka baru tahu ada benteng peninggalan Inggris di Bengkulu, dengan melihat-lihat sejarah di sini, mereka jadi tahu nilai-nilai sejarah yang ada di Benteng Marlborough ini.



Gambar 6. Membaca Sejarah Yang Ada Di Benteng Marlborough

5. Pantai Panjang

Pada scene ini mereka penasaran dengan pantai yang ada di Bengkulu yang merupakan pantai terpanjang yang ada di Indonesia. Mereka senang dan kagum sekali karena perjalanan jauh liburan mereka jadi tidak sia-sia.



Gambar 7. Scene Di Pantai Panjang

C. Pasca Produksi

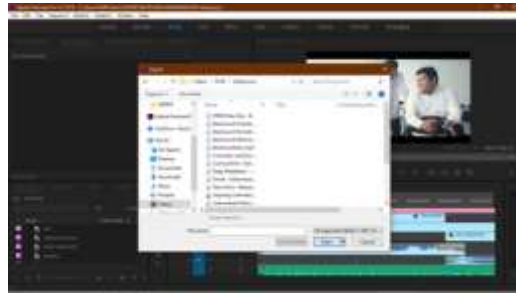
Setelah pengambilan video sudah selesai maka akan dilanjutkan proses editing. Dalam proses produksi film pendek tersebut diedit menggunakan Software Adobe Premiere Pro CC 2019, Berikut tahap-tahap dalam proses editing yaitu :

- 1) Mengimport video yang ada di kamera ke software Adobe Premiere Pro



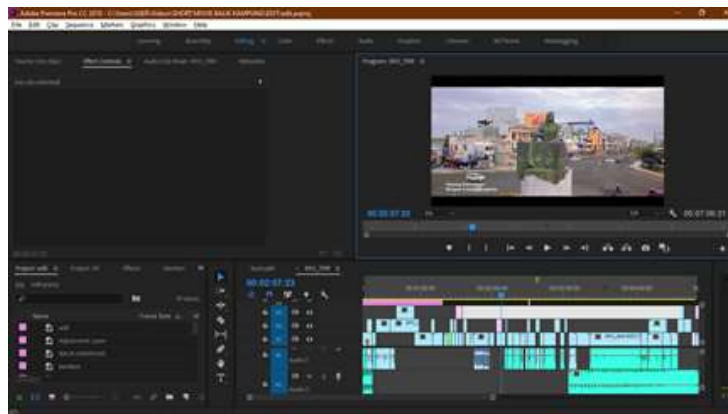
Gambar 7. Proses Import Video Ke Software Adobe Premiere Pro

- 2) Proses kedua adalah pemilihan music backsound. Backsound adalah instrumen audio pelengkap sebagai musik latar yang menghiasi tampilan video wisata. Di isi dengan full musik atau instrumen musik.



Gambar 8. Proses pemilihan backsound

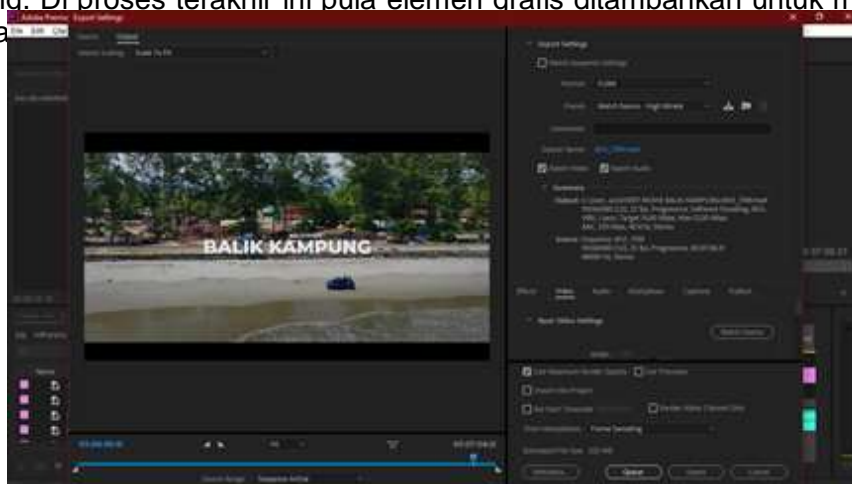
- 3) Proses ketiga adalah audio mixing, merupakan proses penggabungan audio langsung dari video captured, dan audio scoring. Pada tahap ini editor akan memastikan keterangan audio tepat pada scene-scene yang telah dibuat.



Gambar 9. Proses Audio Mixing

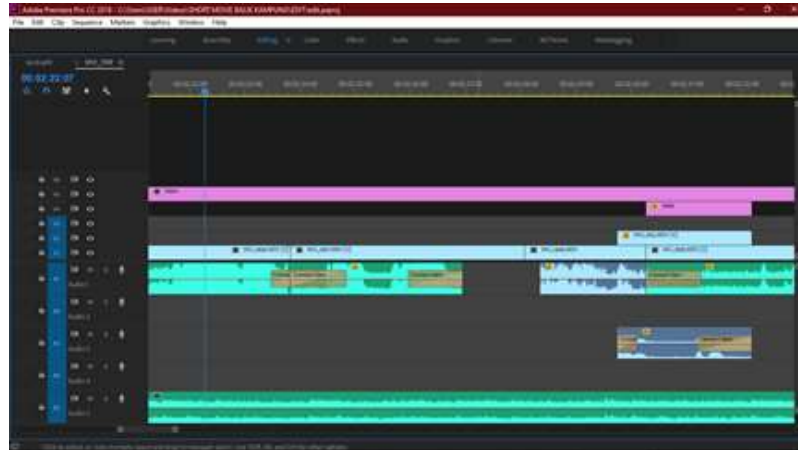
- 4) keempat adalah Editing keseluruhan merupakan tahap editing terakhir yang melengkapi penyempurnaan dari proses pasca produksi mulai dari proses editing, audioscoring dan audio mixing. Di proses terakhir ini pula elemen grafis ditambahkan untuk memoles film pendek agar

5)



Gambar 10. Proses Editing

- 6) Setelah semua proses Editing telah selesai maka akan dilakukan proses Rendering. Proses rendering ini memakan waktu kurang lebih 1 jam, dengan kualitas video resolusi 1080p dengan 30 FPS.



Gambar 11. Proses Rendering dan Export Film Pendek

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan tersebut telah berhasil menciptakan film pendek sebagai media promosi untuk Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu, sesuai dengan saran dari Kepala Bidang Pariwisata. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan kesadaran di kalangan pengurus Dinas Pariwisata tentang pentingnya promosi dalam mendukung program kerja mereka. Lebih lanjut, keberhasilan kegiatan ini mendorong pemerintah Dinas untuk menyusun dan menetapkan program kerja yang fokus pada promosi wisata, yang diharapkan akan segera dilaksanakan. Dengan demikian, melalui langkah-langkah yang telah dilakukan, dapat terlihat dampak positif yang signifikan dalam upaya meningkatkan promosi pariwisata dan memperkuat program kerja Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhika, A. (2019). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 26–30.
- Kurniawan, C. (2022). Analisis Kinerja Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Bengkulu Dalam. *Jurnal Ranah Publik Indonesia Kontemporer*, 2(2), 225–234.
- Makhrian, A. (2020). Media Promosi Industri Pariwisata Kota Bengkulu Melalui New Media. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 11–17. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.4.1.11-17>
- Pundissing, R. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Pongtorra' Toraja Utara. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT)*, 2(1), 71–84. <https://doi.org/10.47178/jesit.v2i1.1239>

Sofia, L. A., Hidayat, A. S., & Zain, M. A. (2020). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata Pantai Asmara. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas*, 5(2).
<https://doi.org/10.31602/jpaiuniska.v5i2.2814>