MEDIUM KOMUNIKASI PARIWISATA MELALUI FILM ANIMASI (STUDI KASUS ANALISA ISI FILM COCO)

COMMUNICATION MEDIUM TOURISM WITH ANIMATED FILM (CASE STUDY OF COCO FILM CONTENT ANALYSIS)

Moch. Djauhari¹, Aulia Afniar²

¹ Prodi Ilmu Komunikasi Stikosa-AWS

² Prodi S2 Media Komunikasi Universitas Airlangga

Email : djauhari@stikosa-aws.ac.id

ABSTRACT

Films can give great imaginary of a tourism destination where the film is made, that called destination branding. Revenue of the place has increased because of it. As an example from the film Pelaskar Pelangi (2008), audiences can see panoramas from Tanjung beach on the Island of Belitung. The other one, film Ada Apa Dengan Cinta 2?. The setting location gives the beauty of the culture and location overview of Yogyakarta. In 2017, there is another film that can give tourism imaginary with an animated film format. The title of film is "Coco", animated films produced by Disney and Pixar that elevate one of the places in the country of Mexico to dominate the Box Office in the United States and several countries in the world. This film received a lot of praise from film critics, and managed to collect fantastic profits. Many media form tourism destinations through communication media such as films, advertisements, books, television, online media and so on. It is interesting to study and analyze an animated film COCO, how a film becomes a communication medium that is quite effective in improving tourist destinations. With a quantitative approach study, this study used content analysis methods, namely the method used to research or analyze the content of communication systematically, objectively and quantitatively. Quantitative content analysis focuses more on the content of communication that appears (express / manifest / real). The result of this study is Film COCO providing a message of tourism communication especially in categorical Culture and Traditional Culture which is drawn quite clearly and in detail in the plot to the settings in the film.

Keywords: *Tourism Identity, Cultural Activities, Media and Communication, Animated Film*

ABSTRAK

Film dapat mengangkat citra sebuah tujuan wisata tempat pembuatan film tersebut. Pendapatan daerah tempat tersebut menjadi meningkat. Contoh dari film laskar pelangi (2008) dari film tersebut kita juga bisa melihat paronama dari pantai Tanjung di pulau Belitung. Kemudian ada juga film di tahun 2016 masih dari film Indonesia yaitu film ada apa dengan cinta yang mengambil lokasi syuting di kota Yogyakarta seperti Ada Apa Dengan Cinta 2? film yang dapat meningkatkan kunjungan wisata dan devisa pendapatan kota Yogyakarta. Terdapat Film lain yang dapat meningkatkan devisa pendapatan daerah tetapi dengan format film animasi di tahun 2017. Film tersebut tidak lain berjudul "Coco" film animasi karya produksi Disney dan Pixar yang mengangkat salah satu tempat di negara Mexico ini berhasil

merajai Box Office di Amerika Serikat dan beberapa negara di dunia. Coco yang dirilis tahun 2017 ini banyak mendapatkan pujian dari kritikus film, film ini berhasil mengumpulkan keuntungan yang fantastis. Kehebatan new media dengan segala sisi interaktifnya dan fungsi konvergensinya terus berkembang. Banyak media yang membentuk destinasi pariwisata melalui media komunikasi seperti film, iklan, buku, televisi, media online dan lain sebagainya. Menarik untuk dikaji dan dianalisa sebuah film animasi seperti COCO ini, bagaimana sebuah film menjadi medium komunikasi yang cukup efektif dalam peningkatan destinasi wisata. Dengan studi pendekatan Kuantitatif, penelitian ini menggunakan metode analisis isi, yaitu metode yang digunakan untuk meriset atau menganalisis isi komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif. Analisis isi kuantitatif lebih memfokuskan pada isi komunikasi yang tampak (tersurat/manifest/nyata). Hasil dari penelitian ini adalah Film COCO memberikan pesan komunikasi pariwisata khususnya di kategorial Budaya dan Adat Istiadat yang tergambar cukup jelas dan detil pada plot hingga setting dalam filmnya. **Kata-kata Kunci:** Identitas Kawasan Wisata, Kegiatan Budaya dan Adat, Medium Komunikasi, Film Animasi

PENDAHULUAN

Media komunikasi seperti sebuah film dapat memberikan pesan kepada khalayak dengan sangat efektif seperti mengangkat citra atau penggambaran yang baik produk, jasa atau layanan atau bahkan sebuah lokasi tempat wisata yang ada pada plot set film tersebut. Bahkan dengan adanya narasi cerita dan setting lokasi film dapat meningkatkan promosi hingga publikasi destinasi wisata. Seperti contoh dari film di tahun 2008 yaitu laskar pelangi dari film tersebut kita juga bisa melihat panorama dari pantai Tanjung di pulau Belitung. Kemudian ada juga film di tahun 2016 masih dari film Indonesia yaitu film ada apa dengan cinta yang mengambil lokasi syuting di kota Yogyakarta karena film ini pun devisa pendapatan kota Yogyakarta meningkat. Banyak wisatawan yang mengunjungi tempat-tempat dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2? (Kristiyono, 2018).

Selain jenis film cerita yang dapat meningkatkan devisa pendapatan daerah tetapi ada juga film animasi di tahun 2017 yang juga meningkatkan devisa. Film tersebut tidak lain berjudul "Coco" film animasi

karya produksi Disney dan Pixar yang mengangkat salah satu tempat di negara Mexico ini berhasil merajai Box Office di Amerika Serikat dan beberapa negara di dunia. Coco yang dirilis baru-baru ini banyak mendapatkan pujian dari kritikus film, diwartakan Gossip Cop, Minggu (10/12/2017) dan Selain itu, Coco juga berhasil mengumpulkan keuntungan yang fantastis. Bahkan, pendapatan yang dihasilkan film Coco dikabarkan tertinggi dibandingkan film lainnya yang rilis pada saat itu juga keuntungan tersebut bernilai US\$ 19 juta atau sekitar Rp 257 miliar. Selain meraup keuntungan yang sangat fantastis film coco juga mencetak prestasi yakni sebagai animasi terbaik di ajang bergengsi Golden Globe 2018 (www.cnnindonesia.com/08/01/2018).

Film ini mengisahkan tentang seorang anak laki-laki bernama Migeul yang ingin menggapai cita-citanya sebagai musisi namun ditentang oleh seluruh keluarganya. Pada suatu ketika ia memasuki dunia mistis yang akhirnya membawa migeul tersesat ke tanah kematian. Miguel tinggal di

Santa Cecilia, tentu saja berada di tanah kehidupan atau dunia nyata. Namun, Miguel melakukan hal yang tak terduga, membuatnya menjadi manusia pertama yang mengunjungi tanah kematian, atau yang juga dikenal sebagai Día de los Muertos.

Kehebatan new media dengan segala sisi interaktifnya dan fungsi konvergensinya terus berkembang. Banyak media yang membentuk destinasi pariwisata melalui media komunikasi seperti film, iklan, buku, televisi, media online dan lain sebagainya. Menarik untuk dikaji dan dianalisa sebuah film animasi seperti COCO ini, bagaimana sebuah film menjadi medium komunikasi yang cukup efektif dalam peningkatan destinasi wisata.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Penggambaran Komunikasi Pariwisata Melalui Media Komunikasi Film? Dengan Studi Kasus Film Animasi COCO. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan menggambarkan secara deskriptif dengan metode analisa isi (*Content Analysis*) film “COCO” yang dapat meningkatkan destinasi wisata dunia yaitu lokasi atau tempat yang digambarkan dalam film sebagai medium komunikasi pariwisata sehingga dapat meningkatkan kunjungan pariwisata.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, yaitu metode yang digunakan untuk meriset atau menganalisis isi komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif. Analisis isi kuantitatif lebih memfokuskan pada isi komunikasi yang tampak (tersurat/manifest/nyata). (Kriyantono, Sos, & Si, 2014).

Untuk meneliti mendongkrak destinasi pariwisata melalui media komunikasi film peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Analisis isi digunakan untuk menganalisis pesan yang tampak, dengan cara sistematis dan objektif. Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, akurat tentang fakta serta sifat yang dimiliki suatu populasi yang diteliti. Waktu Penelitian yaitu pada periode awal tahun 2018, bulan Februari-Maret 2018. Lokasi penelitian dilakukan di Surabaya dengan studi analisa isi film “COCO”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mise en scene

Mise-en-scene menyerupai seni lukisan gambar formal pola dan betuk disajikan pada permukaan yang rata dan disertakan dalam bingkai. Mise en Scene didefinisikan segala hal yang terletak di depan kamera yang akan diambil gambarnya dalam sebuah produksi film. (David Bordwell, 1997) Mise en scene berguna dalam meletakkan scene dalam film. Mise en scene terdiri dari delapan aspek utama, yaitu seperti yang digambarkan pada penjelasan berikut:

1. Setting (latar)
merupakan tempat atau lokasi dimana suatu adegan dimainkan. Kemampuan mengatur setting menjadi satu elemen penting dalam mise-en-scene agar film dapat terlihat nyata. Hal ini berguna untuk memperkuat emosi karakter, mampu menggambarkan makna sosial, psikologis, emosional, ekonomi dan budaya dalam film.
2. Lighting (pencahayaan)

membuat film bisa diibaratkan melukis dengan cahaya, untuk itu pencahayaan menjadi faktor penting dalam mise-en-scene produksi film, intensitas, arah dan kualitas pencahayaan dapat menunjukkan waktu, tekstur, bentuk, jarak dan suasana sehingga mampu mempengaruhi pemahaman audiens terhadap film yang dibuat.

3. Ruang

kedalaman, kedekatan, ukuran dan proporsi dari tempat-tempat dan benda-benda dalam sebuah film dapat mempengaruhi pembacaan film. Representasi ruang dapat dimanipulasi melalui penempatan kamera dan penggunaan lensa.

4. Komposisi

pengaturan komposisi objek, pelaku pada ruang di dalam frame film juga tidak kalah penting. Penggunaan komposisi simetris maupun asimetris yang tepat akan memberi kesan yang artistik pada tiap shot. Pengaturan komposisi dapat mengacu pada intensitas cahaya, gerakan, warna, dan benda-benda dalam frame pengambilan gambar

5. Make-up dan Kostum

kostum merupakan sesuatu yang mengacu pada penggunaan pakaian pada tiap karakter. Sebagai salah satu aspek dalam mise-en-scene. Pertimbangan penggunaan warna dan desain tertentu pada kostum akan turut membantu dalam membentuk karakter setiap tokoh yang diperankan. Gaya make-up akan terkait erat dengan kostum, karena mengungkapkan ciri-ciri karakter dan perubahan dalam karakter dapat dibentuk oleh keduanya. Make-up dan kostum bisa menjadi satu simbol terhadap sebuah zaman, negara, status sosial, ekonomi, budaya pendidikan maupun ideologi tertentu. Make-up dan kostum selalu terkait erat dengan setting. Setting membangun latar

belakang sesuai cerita sementara make-up dan kostum membangun identitas karakter pemain.

6. Akting

peran (berperan/memerankan) atau memeragakan terhadap satu tokoh. Akting dalam media film tentu berbeda dengan akting dalam media panggung. Dengan alat bantu kamera, seorang aktor bisa berperan lebih natural karena tidak membutuhkan gestur yang berlebihan jika dibandingkan ketika berakting di panggung.

7. Filmstock

pilihan hitam putih atau warna. Fine-grain atau kasar dalam film akan memunculkan kesan yang berbeda. Penggunaan pilihan warna hitam-putih untuk film, ternyata tidak hanya digunakan pada film lawas saja

8. Aspek Rasio

merupakan perbandingan proporsi antara lebar dan tinggi dalam film. Ada banyak ukuran perbandingan aspek rasio, hal ini tergantung pada media rekam dan output yang digunakan. Secara umum aspek rasio dalam media film menggunakan 16:9 (wide screen) atau 4:3 (square screen). Pemilihan aspek rasio ini juga tergantung pada saluran distribusi film yang akan diproduksi.

Esensi dan struktur film terletak pada pengaturan berbagai unit cerita atau ide sedemikian rupa sehingga mudah dipahami. Struktur adalah blueprint, kerangka desain yang menyatuhkan berbagai unsur film dan merepresentasikan jalan pikiran dari pembuat film. Struktur terdapat dalam semua bentuk karya seni. Pada film ia mengikat aksi (action) dan ide menjadi satu kesatuan yang utuh.

Komunikasi Pariwisata dalam Media Komunikasi Film

Film menjadi medium yang cukup efektif dalam penyampaian sebuah pesan kepada khalayak, termasuk pesan promosi atau publikasi tentang informasi destinasi wisata hingga kegiatan budaya pada sebuah Negara atau masyarakat sosial di dunia. Kehebatan new media atau media baru dengan segala sisi interaktifnya dan fungsi konvergensinya terus berkembang. Banyak sekali media yang membentuk pesan tersirat maupun tersirat tentang destinasi pariwisata melalui media komunikasi seperti film, iklan, buku, televisi, media online dan lain sebagainya. Seperto contoh sebuah film animasi COCO ini, dapat dilihat bagaimana sebuah film menjadi medium komunikasi yang cukup efektif dalam peningkatan destinasi wisata.

Agar dapat menganalisa secara mendalam tentang Komunikasi Pariwisata Media Komunikasi Film, maka perlu dipahami dulu tentang kategorial Pariwisata itu sendiri. Kegiatan pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk sementara waktu atau jangka waktu tertentu, yang dilakukan dari satu tempat ke tempat lain, dengan tujuan bukan untuk membuka usaha atau berbisnis atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna kesenangan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginannya yang beraneka ragam (Pendit, 2002).

Beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain:

1. Wisata Budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke

luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.

2. Wisata Kesehatan, yaitu perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.
3. Wisata Olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara.
4. Wisata Komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
5. Wisata Industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian, dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.
6. Wisata Maritim atau Bahari, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan olahraga air, seperti danau pantai atau laut.
7. Wisata Cagar Alam, yaitu jenis wisata yang biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
8. Wisata Bulan Madu, yaitu suatu penyelenggaraan perjalanan bagi

pasangan-pasangan merpati, pengantin baru, yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan.

Analisa

Dengan unit analisis isi film COCO sebagai apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Bagian dari isi ini berupa kata, kalimat, foto, scene (potongan adegan) dan paragraph (Krippendorff, 2012). Bagian-bagian ini harus terpisah dan dapat dibedakan dengan unit yang lain, dan menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan pencatatan. Secara umum unit analisis yang terdapat dalam analisis isi adalah :

- Unit Fisik (*Physical Units*)

Unit fisik merupakan unit pencatatan yang didasarkan pada ukuran fisik dari suatu teks.

- Unit Sintaksis (*Syntactical Unit*)

Unit sintaksis adalah unit analisis yang menggunakan elemen atau bagian-bagian dari suatu isi.

- Unit Referensial (*Referential Units*)

Unit referensial ini merupakan perluasan dari unit sintaksis. Pada unit sintaksis yang dicatat dan dihitung adalah pemakaian dari kata atau kalimat, kata yang berbeda dihitung dan dicatat sebagai satuan yang berbeda. Sementara dalam unit referensial, kata-kata yang mirip, sepadan, atau punya arti yang sama dicatat sebagai satu kesatuan.

- Unit Proposisional (*Propositional Units*)

Unit Proposisional adalah unit analisis yang menggunakan pernyataan (proposisi). Peneliti menghubungkan dan mempertautkan satu kalimat dan kalimat lain dan menyimpulkan pernyataan (proposisi) yang

terbentuk dari rangkaian antar kalimat.

- Unit Tematik (*Thematic Units*)

Unit tematik adalah unit analisis yang lebih melihat (topik) pembicaraan suatu teks. Unit tematik secara sederhana berbicara mengenai “teks berbicara mengenai apa dan tentang apa.” Ia tidak berhubungan dengan kandungan kata atau kalimat seperti halnya dalam unit analisis, proposional, dan referensial (Eriyanto 2006:64-84).

Tabel 1. Tabel Analisis Isi Frekuensi Pariwisata Film COCO

Sub Kategori	frekuensi	Presentasi (%)
Adat Istiadat	13	36,1
Kebudayaan	14	38,9
Wisata Ilmiah Obat	0	0
Museum Kesehatan	0	0
Big Sport Event	0	0
Sporting Tourism Of The Practicioners	0	0
Pameran Dagang	0	0
Pameran Industri	0	0
The Main Tourism Supra Structure	0	0
The Supplementing Tourism Supra Structure	2	5,5
The Supporting Tourism Supra Structur	7	19,4
Danau	0	0
Pantai	0	0
Suaka Margasatwa	0	0
Hutan Lindung	0	0
Infrastruktur sarana dan prasana	0	0
Total	36	100

Dilihat dari tabel di atas maka dapat dianalisa menggunakan teori film Esensi dan struktur film COCO terletak pada unit cerita atau ide sehingga mudah dipahami. Struktur adalah blueprint, kerangka desain yang menyatuhkan berbagai unsur film dan merepresentasikan jalan pikiran dari pembuat film. Struktur terdapat dalam semua bentuk karya seni. Pada film COCO mengikat aksi (action) dan ide menjadi satu kesatuan yang utuh yaitu mencoba memberikan gambaran budaya yang ada masyarakat sosial yaitu budaya tradisional dan adat istiadat.

Digambarkan secara utuh bagaimana keluarga COCO sangat menghormati leluhurnya dengan memasang foto-foto keluarga para leluhur. Secara fiksi film ini juga menggambarkan adanya ikatan yang sangat kuat diantara keluarga baik yang masih hidup dengan nenek moyang leluhur yang sudah di alam berbeda (meninggal). Dari tabulasi perhitungan analisis isi dengan 15 unit analisis isi dari film COCO, ada 2 unit analisis isi yang sangat menonjol hasil perhitungannya yaitu kategori Adat dan kategori Budaya. Kedua sub kategori ini masuk dalam kategorial Wisata Budaya. Kedua sub kategori masing-masing mendapatkan hasil penilaian sebesar 13 (36,1%) untuk sub kategori Adat dan 14 (38,9%) dari sub kategori Budaya. Ini menunjukkan bahwa film COCO memberikan gambaran yang sangat mendalam sebagai medium komunikasi pariwisata khususnya untuk wisata Budaya.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan analisa maka dapat disimpulkan bahwa Film merupakan medium atau media komunikasi yang cukup efektif dalam penyampaian pesan kepada

masyarakat luas, terutama pesan-pesan moral yang dapat ditunjukkan dan digambarkan dalam plot dan setting film.

Pesan komunikasi tentang Wisata Budaya, yaitu penggambaran perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka. Film ini menggambarkan secara mendalam dan memberikan makna pesan moral kepada khalayak tentang kehidupan adat dan budaya dalam masyarakat sosial keluarga COCO.

DAFTAR PUSTAKA

- David Bordwell, K. T. (1997). The Shot: Mise-en-Scene. In *Film Art: an Introduction*. (pp. 169-209).
- Eriyanto, A. I. (2011). *Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Kencana, Jakarta.
- Krippendorff, K. (2012). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage.
- Kriyantono, R., Sos, S., & Si, M. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Kristiyono, J. (2018). Film Sebagai Medium Komunikasi Pariwisata. *Tourism, Hospitality and Culinary Journal*, 2(1), 44-52.
- Pendit, N. S. (2002). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana-Cet. 8 (Edisi Terbaru) dengan Perbaikan-Perbaikan*. Penerbit Pradnya Paramita: Jakarta.

Non Buku :

<http://classes.yale.edu/film-analysis/htmlfiles/mise-en-scene.htm>7sep2016

www.cnnindonesia.com/ 08/01/2018
(terakhir akses 08 Januari 2018)
[https://www.rottentomatoes.com/m/](https://www.rottentomatoes.com/m/coco_2017/)
[coco_2017/](https://www.rottentomatoes.com/m/coco_2017/) (terakhir akses: 29
Januari 2018)