

# Film Dokumenter Pendek Sebagai Media Promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul diDesa Sumberasri Banyuwangi

Indriani<sup>1</sup>, Ayu Wanda Febrian<sup>2</sup>, I Putu Sudhyana Mecha<sup>3</sup>

## Affiliation

<sup>1,2,3</sup>D-IV Tourism Business Management, Politeknik Negeri Banyuwangi

## Correspondence

I Putu Sudhyana Mecha. D-IV Tourism Business Management. Politeknik Negeri Banyuwangi. Jalan Raya Jember KM 13, Labanasem, Kec. Kabat, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur 68461 Email: [sudhyanamecha@poliwangi.ac.id](mailto:sudhyanamecha@poliwangi.ac.id).

## Abstract

The development of promotion media creates a flow of media innovation by utilizing technology and the internet. The use of the internet's position as a communication channel can provide information to potential tourists. Like any ecotourism promotion activity that needs to be completed with film screenings or presentations on the quality of ecotourism products, in which research in the form of a short documentary film as promotion media for Mangrove Blok Bedul Ecotourism is one of solution to the problems related about promotion. The research method used in this study is a qualitative approach which research is carried out in natural conditions. Data collection method used are interviews, observation, questionnaires and documentation. The analysis technique includes data reduction, data display and conclusions made simultaneously until the data obtained is valid. The purpose of this study are to find out the potential of Mangrove Blok Bedul Ecotourism in Sumberasri village then it can be as a storyline of short documentary film. Furthermore knowing the pre-production, production and post- production processes of designing short documentary film. In additional, the results obtained are knowing the efforts to publish short documentary film that have been made by researcher through YouTube social media.

**Keywords:** Short Documentary, Media Promotion, Ecotourism.

**Submitted:** 27-2-2022 | **Revised:** 29-1-2024 | **Accepted:** 5-2-2024



## Pendahuluan

Perkembangan media promosi dengan memanfaatkan teknologi serta internet menciptakan cara berpromosi yang beragam melalui berbagai konten. Seperti halnya suatu kawasan ekowisata dalam kegiatan promosinya perlu dilengkapi dengan pemutaran film atau presentasi tentang mutu produk ekowisata di hadapan pasar potensial (Damanik dan Weber, 2006). Selain itu Yoeti (2016) juga mengungkapkan bahwa kegiatan ekowisata yang secara langsung mendukung dalam upaya perlindungan alam dan pelestarian keaneka-ragaman hayati harus dipromosikan secara berkesinambungan agar diketahui orang secara luas. Seperti halnya Ekowisata Mangrove Blok Bedul yang merupakan salah satu ekowisata mangrove diperlukan perancangan promosi ekowisata melalui media yang menarik dengan menunjukkan potensi mutu produk ekowisata dalam film.

Film dan pariwisata di masa revolusi industri 4.0 saat ini memiliki *positioning* yang strategis dalam memimpin segmen pasar wisata (Sinulingga et al, 2020). Bahkan hal tersebut dibuktikan pada keberhasilan dua film dokumenter Wonderful Indonesia yang mampu menarik wisatawan serta berhasil meraih penghargaan pada The International Tourism Film Festival (ITFF) of Bulgaria ke- 11 (Liputan 6.com, 2015). Dalam hal ini jenis film dokumenter menyajikan realita melalui berbagai cara dan dibuat untuk berbagai macam tujuan. Namun harus diakui, film dokumenter tak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda bagi orang atau kelompok tertentu (Effendy, 2002).

Kesuksesan promosi melalui film dokumenter tentunya tidak jauh dari peran *Public Relation and Publicity*. Kotler dan Keller (2012) menyatakan salah satu komunikasi pemasaran adalah Hubungan Masyarakat dan Publisitas (Publicity) dengan membuat berita yang bersifat komersial tentang produk dalam media cetak atau bukan. Menindaklanjuti dari hal tersebut, media promosi melalui film yang dapat digolongkan pada publisitas memiliki sifat massal, sehingga lebih efektif untuk menjangkau pasar yang luas dan tersebar (Lukitasari, 2017). Walaupun film memiliki kekuatan dalam menarik arus kunjungan wisatawan, namun film tidak boleh hanya dipandang sebagai alat promosi saja, film dapat menjadi fungsi yang vital untuk membentuk citra destinasi wisata (Juškelytė, 2016).

Mengingat pentingnya film sebagai media promosi ekowisata maka penelitian ini dirancang dalam bentuk film dokumenter pendek. Film dokumenter pendek sebagai media promosi didasarkan pada komponen media promosi salah satunya adalah melalui film. Dalam film dokumenter sebuah pendokumentasian suatu fenomena dalam bentuk audio visual dapat memunculkan dan memperlihatkan secara nyata apa yang terjadi pada sebuah objek melalui visual yang bergerak dengan suara yang mampu menarik perhatian wisatawan serta menunjukkan citra ekowisata. Dalam hal ini yang dimaksudkan adalah Ekowisata Mangrove Blok Bedul. Temuan dari pra penelitian di Ekowisata Mangrove Blok Bedul juga menunjukkan promosi yang pernah dilakukan berupa brosur dan *leaflet* paket wisata edukasi sehingga penulis memilih film dokumenter sebagai media promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul.

### Tinjauan Pustaka

Berdasarkan judul penelitian oleh peneliti mengenai “Film Dokumenter Pendek sebagai Media Promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul di Desa Sumber asri Banyuwangi” maka diperlukan beberapa penjelasan mengenai teori-teori terdahulu sebagai acuan peneliti.

### Ekowisata

Ekowisata diartikan sebagai pariwisata berwawasan lingkungan. Maksudnya, melalui aktivitas yang berkaitan dengan alam, wisatawan diajak melihat dan menyaksikan alam dari dekat,

menikmati keaslian alam dan lingkungannya sehingga membuatnya tergugah mencintai alam (Yoeti, 2016). Ekowisata merupakan jenis wisata yang hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan liburan yang jauh dari keramaian (mass-tourism). Pergeseran dari pariwisata massal menuju pariwisata alternatif (mass tourism to alternative tourism) yang lebih menekankan motivasi perjalanan yang berorientasi pada konsep berwisata untuk lebih dari sekedar berekreasi dan bersenang-senang. Namun memiliki tujuan pengayaan wawasan, pengembangan diri, interaksi dan penghargaan terhadap lingkungan alam dan budaya lokal, semangat konservasi dan kembali ke alam (Hasan,2015).

Ekowisata dalam penyelenggaraannya tidak menuntut tersedianya fasilitas akomodasi yang modern yang dilengkapi dengan perlengkapan yang mewah atau bangunan yang berlebihan, semuanya disesuaikan dengan alam. Pada dasarnya penyelenggaraannya dilakukan secara sederhana, yang menonjol adalah memelihara keaslian lingkungan tanpa merusak alam, flora dan fauna, memelihara keaslian seni budaya tradisional masyarakat sekitar, dan terciptanya ketenangan sehingga tercipta keseimbangan antara kehidupan manusia dengan alam di sekitarnya. Secara utuh diungkapkan oleh Yoeti (2016).

### Media Sosial

Internet terutama media sosial, telah memfasilitasi perubahan besar dengan menyediakan platform dan alat sebagai media komunikasi (Kotler et al, 2017). Selain itu Hasan (2015) mengungkapkan media sosial merupakan alat pemasaran. Yang mana dalam memasarkan berbagai produk menunjukkan respons pelanggan sangat bagus terutama untuk mengajak wisatawan baru, memengaruhi keputusan pembelian, menarik wisatawan yang sudah ada (kunjungan ulang), serta menanggapi umpan balik dan kritik. Pesatnya penggunaan media sosial menjadikan platform online tersebut semakin diperhitungkan dalam menyebarkan konten promosi terkait program maupun daya tarik wisata (Sj et al,2018). Keingintahuan wisatawan dapat muncul dikarenakan informasi yang menarik melibatkan pendekatan yang dikenal sebagai pemasaran konten.

Ide konten tersedia dalam format-format tertulis (artikel, studi kasus, berita surat kabar dan buku) serta dalam format grafis (info grafis, komik, grafis interaktif, permainan, video dan bahkan film) yang didistribusikan pada media seperti website atau media sosial (Kotler et al, 2017). Hal ini tentunya selaras dengan pernyataan Mecha et al (2019) yang mengungkapkan bahwa pesatnya pertumbuhan user-generated content (UGC) di internet, sejalan dengan penyebaran perangkat digital yang tidak hanya diaplikasikan di rumah atau kantor saja, melainkan sudah semakin meluas. Salah satunya adalah industri pariwisata.

*User generated content* sebagai bagian dari strategi digital marketing yang merupakan sumber konten yang dibuat oleh konsumen, pengikut media sosial, penggemar, atau influencer dalam suatu blog. Media sosial podcast, video atau gambar sosial. Di masa lalu, customer mendengarkan konten dengan seksama disiarkan oleh media tradisional, termasuk iklan. Namun media sosial mengubah semua itu, banyak konten yang dibuat lebih menarik dari media tradisional (Kotler et al, 2017). Content Marketing juga melibatkan pembuatan, kurasi, distribusi, dan memperkuat konten yang menarik, relevan, dan bermanfaat. Sehingga penelitian ini memilih konten dalam format film dokumenter pendek yang memuat informasi ekowisata untuk mempromosikan Ekowisata Mangrove Blok Bedul.

### Film dokumenter

Film dokumenter termasuk dalam media audiovisual yang merupakan jenis dari film. Effendy (2002) menjelaskan dokumenter adalah sebutan yang diberikan untuk film pertama karya

Lumiere bersaudara yang berkisah tentang perjalanan (travelogues) yang dibuat sekitar tahun 1890-an. Tiga puluh enam tahun kemudian, kata “dokumenter” kembali digunakan oleh pembuat film dan kritikus film asal Inggris John Grierson untuk film *Moana* (1926) karya Robert Flaherty. Film telah menjadi alat komunikasi yang penting melalui product placement. Penempatan destinasi sebagai produk di dalam film membantu memberi efek positif dan negatif bagi destinasi tersebut. Ide tersebut membuat penonton menjadi familiar dengan destinasi yang menjadi sebuah produk (Ayu et al, 2015).

Effendy (2002) mengungkapkan bahwa terdapat jenis film dokumenter berdasarkan durasinya yaitu film dokumenter panjang dan film dokumenter pendek. Film dokumenter panjang memiliki durasi 90-100 menit. Sedangkan film dokumenter pendek berdurasi di bawah 60 menit. Durasi dari film dokumenter bervariasi. Bahkan secara ekstrem suatu dokumenter memiliki durasi dua jam lebih dan terdapat pula sebuah film yang bercerita tentang seorang gadis yang kehilangan orang tuanya memiliki durasi 2 menit 30 detik dengan kesan tetap mencekam dan dramatik (Jauhari, 2013). Sedangkan tahapan dalam sebuah produksi film dokumenter terbagi dalam 3 tahapan utama menurut Ayawaila (2008) yang meliputi tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi.

#### Metode

Pendekatan penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kualitatif adalah penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting); obyek yang alamiah adalah obyek yang berkembang apa adanya, kondisi masalahnya masih remang-remang, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan peneliti merupakan instrumen utama dalam penelitian. Penggunaan deskriptif kualitatif bertujuan untuk dapat mengidentifikasi tentang penerapan strategi dalam mempromosikan Ekowisata Mangrove Blok Bedul melalui film dokumenter pendek didasarkan pada potensi yang dimiliki oleh Ekowisata Mangrove Blok Bedul.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, kuisisioner dan dokumentasi. Data yang didapatkan berupa data primer dan sekunder. Data primer berasal dari sumber langsung yang ditentukan secara purposive sampling sebanyak 6 narasumber dalam wawancara mendalam dan kuisisioner untuk mendapatkan tinjauan dari 100 responden yang telah menonton hasil film dokumenter pendek. Sedangkan data sekunder berasal dari sumber tidak langsung berupa studi pustaka dan dokumen yang mengacu pada Ekowisata Mangrove Blok Bedul. Selanjutnya untuk analisis data dilakukan analisis data kualitatif secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas yang mencakup aktivitas data reduction, data display dan conclusion drawing/verification.

#### Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan pengumpulan data serta analisis yang dilakukan terkait penelitian Film Dokumenter Pendek sebagai Media Promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul di Desa Sumberasri Banyuwangi didapatkan hasil dan pembahasan sebagai berikut:

Identifikasi Potensi Ekowisata Mangrove Blok Bedul

Pengembangan pariwisata di Ekowisata Mangrove Blok Bedul diarahkan untuk wisata berwawasan lingkungan yang mengedepankan prinsip-prinsip konservasi, pendidikan serta pemberdayaan masyarakat sekitar.

Potensi yang dimiliki oleh Ekowisata Mangrove Blok Bedul sebagai kawasan ekowisata adalah sebagai berikut:

## 1. Mangrove

Ekowisata Mangrove Blok Bedul melindungi potensi 24 jenis mangrove. Beberapa jenis mangrove yang ditemukan diantaranya adalah marga *Rhizophora* yang memiliki akar tunjang atau jangkar, marga *Avicennia* memiliki akar pensil dan marga *Brugueira* yang memiliki akar lutut. Ekowisata Mangrove Blok Bedul dinobatkan sebagai wisata mangrove terluas dan terbesar di pulau Jawa.



**Gambar 1. Mangrove di EkowisataMangrove Blok Bedul**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

## 2. Fauna

Ikan Bedul merupakan salah satu keunikan dari Ekowisata Mangrove Blok Bedul. Ikan glodok atau *mudskeeper* dapat melompat dan berjalan di daratan berlumpur serta memiliki kaki dan siripseperti sayap diatas punggungnya.



**Gambar 2. Ikan Bedul**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

Selain itu beberapa satwa liar juga bisa ditemui di Ekowisata Mangrove Blok Bedul. Seperti monyet ekor panjang ataupun biawak yang sedang berkeliaran mencari makan serta beberapa jenis burung air penempat dan migran ditemukan pada waktu tertentu di sekitar Segara Anak untuk singgah ataupun mencari makan di perahu nelayan yang sedang mencari ikan dan perairan yang sedang surut. Biasanya burung-burung migran akan banyak ditemui pada bulan tertentu yaitu bulan Agustus dan September.



**Gambar 3. Monyet ekor panjang**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

## 1. Tradisi Masyarakat Lokal

Kelestarian ekosistem mangrove merupakan jaminan bagi kehidupan masyarakat sekitar

yang menggantungkan sumber kehidupannya di Segara Anak dari beragam hasil perairan seperti, ikan, kerang, udang, kepiting dan hasil perikanan lainnya. Kegiatan nelayan sekitar mencari hasil laut masih menggunakan alat tangkap tradisional. Salah satunya adalah cara menangkap kerang yang masih menggunakan ayakan dari besi yang dibuat oleh nelayan atau cara kedua dengan menyelam ke dasar sungai Segara Anakan menggunakan bantuan sebuah kayu untuk menyelam ke dasaran. Kegiatan ini merupakan kegiatan sehari-hari nelayan selain menjaring dan memancing. Pengunjung akan menemukan rutinitas nelayan- nelayan di sekitar Segara Anak.



**Gambar 4. Nelayan mencari kerang menggunakan alat tradisional**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

## 2. Panorama Segara Anakan

Eksotika keindahan Segara Anakan yang ditumbuhi mangrove ditepiannya memberikan pengalaman wisata menyusuri sungai mangrove. Tepian Segara Anakan membentuk gradasi tajuk mangrove yang rapat semakin lebat ke arah hulu di sepanjang Segara Anak menghadirkan suatu pemandangan yang sangat menawan. Selain itu Segara Anak merupakan tempat penting bagi nelayan untuk menangkap hasil laut.



**Gambar 5. Panorama Segara Anak**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

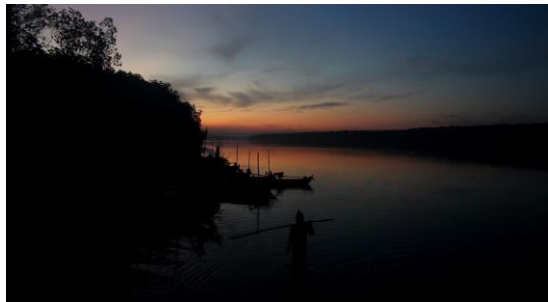
## 3. Dermaga Trail atau Mangrove Trail

Ekowisata Mangrove Blok Bedul memberikan sajian keindahan mangrove melalui dermaga trail. Sebuah dermaga memanjang sekitar 700 meter di sebelah barat dari dermaga utama. Jejak mangrove dapat dilakukan di sepanjang dermaga trail  $\pm$  700 meter. Sehingga wisatawan dapat menyusuri dan mengamati mangrove yang tumbuh di sekitar Ekowisata Mangrove Blok Bedul dari jarak dekat. Selain itu kegiatan memancing dapat dilakukan di tepian dermaga.



**Gambar 6. Mangrove Trail**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

4. Daya tarik matahari terbit dan terbenam (*sunrise & sunset moment*)  
Momentum yang menarik dapat ditemukan di Kawasan Ekowisata Mangrove Blok Bedul adalah momen saat matahari terbit dan terbenam. Lokasi Bedul yang terletak di tepi sebelah selatan daratan Banyuwangi menjadikan lokasi yang tepat untuk menemukan sunrise dan sunset. Wisatawan dapat menikmati momentum ini dengan menggunakan perahu Gondang-Gadung.



**Gambar 7. Suasana Sunrise di Ekowisata Mangrove Blok Bedul**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

5. Perahu Gondang-Gadung  
Transportasi air di Ekowisata Mangrove Blok Bedul menggunakan perahu milik kelompok nelayan Baruna Jaya. Terdapat sekitar sepuluh perahu yang memiliki bentuk unik. Berawal dari perahu tradisional milik masyarakat setempat yang dimodifikasi untuk menciptakan keunikan. Dua buah perahu nelayan digabungkan menjadi satu kemudian dilengkapi dengan kursi serta atap untuk kenyamanan berwisata mengelilingi Segara Anakan di Ekowisata Mangrove Blok Bedul.



**Gambar 8. Perahu Gondang Gandung**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

## 6. Sumber Air Randu Telu



**Gambar 9. Sumber Air Randu Telu diantara Tiga Randu**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

Kawasan Ekowisata Mangrove Blok Bedul memiliki atraksi lain yaitu sumber Air Randu Telu. Sumber Randu Telu pertama kali muncul pada tahun 2010 di dekat pintu masuk Ekowisata Mangrove Blok Bedul. Sumber air ini digunakan sebagai sumber air masyarakat sekitar Blok Bedul. Uniknya letak dari sumber air ini tepat diantara tiga pohon randu sehingga disebut Sumber air Randu Telu, dalam bahasa Jawa yang berarti Sumber Air Tiga Randu.



**Gambar 10. Sumber Air Randu Telutampak dari luar**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

### **Perancangan Film Dokumenter Pendek sebagai Media Promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul**

Pada penelitian ini, perancangan film dokumenter pendek sebagai media promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul melalui tiga tahapan penting, yaitu tahap pra produksi, produksi dan pasca produksi.

#### 1. Pra Produksi

Tahap pra produksi meliputi riset lokasi yang diikuti proses pengembangan ide kreatif cerita, menentukan pesan, menentukan inti cerita, mengembangkan alur cerita dan melakukan riset visual ke lokasi yang bersangkutan. Pada tahapan ini dilakukan pengumpulan data terkait potensi Ekowisata Mangrove Blok Bedul dari narasumber terkait. Selanjutnya informasi yang didapat disajikan dalam sinopsis serta dikembangkan dalam bentuk treatment sebagai rancangan cerita film dokumenter pendek.

#### 2. Produksi

Tahapan eksekusi dari perencanaan yang telah dibuat pada saat proses pra produksi. Proses pengambilan adegan menggunakan acuan yang sudah dibuat di dalam treatment dengan memperhatikan ukuran gambar dan pergerakan gambar. Ukuran gambar dimulai dari ukuran tampilan yang sangat besar hingga terkecil. Tipe ukuran dapat ditunjukkan



sebagai berikut:

a. *Medium Close Up (MCU)*

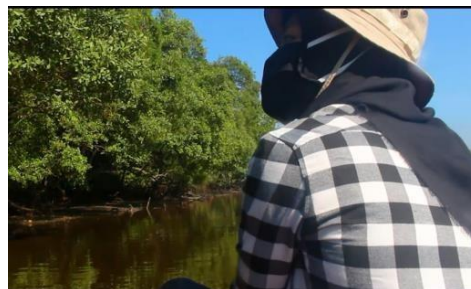
Tipe ukuran *medium close up* digunakan saat sesi wawancara. Ukuran shot dipakai untuk menjelaskan detail wajah narasumber ketika menyampaikan informasi mengenai Ekowisata Mangrove Blok Bedul. Selain itu, *shot medium close up* pada benda juga diterapkan untuk menonjolkan detailnya.



**Gambar 11. *Medium Close Up***  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

b. *Medium Shot (MS)*

Tipe *medium shot* dipakai untuk menekankan wajah dan gerakan tangan (*gesture*) dari objek yang diambil. Salah satunya adalah aktivitas yang dilakukan ketika mengamati biota mangrove ditepian Segara Anakan. Hal ini ditekankan untuk memperlihatkan bahwa di Ekowisata Mangrove Blok Bedul wisatawan dapat mengamati alam dari dekat secara intens.



**Gambar 12. *Medium Shot***  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

a. *Knee Shot (KS)*

*Knee Shot* diambil dengan ukuran dari lutut ke atas. *Shot* ini dimaksudkan untuk menampilkan ekspresi wajah, tetapi juga disertai dengan gerakan tangan. Peneliti menginginkan gambaran jauh dari kebisingan dapat dimunculkan dari gerakan-gerakan menjelajah Ekowisata Mangrove Blok Bedul dengan tipe *knee shot*.



**Gambar 13. *Knee Shot***  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

b. *Full Shot* (FS)

Tipe ukuran *full shot* yang menampilkan seluruh bagian tubuh secara utuh dengan maksud untuk tetap bisa memperlihatkan gerakan seutuhnya. Sehingga ukuran ini dipakai saat berjalan dengan gerakan relatif cepat. Tipe *shot* ini juga berusaha memberikan gambaran kepada wisatawan mengenai tampilan lokasi wisata secara dekat dan aktivitas lain yang bisa dilakukan di Ekowisata Mangrove Blok Bedul.



**Gambar 14. Medium Shot**

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

c. *Long Shot* (LS)

*Long shot* digunakan untuk ukuran pemandangan alam terbatas, yang dimaksudkan untuk menggambarkan pergerakan objek manusia yang bergerak (Semedhi, 2011). Dalam hal ini penggunaan *shot* diterapkan saat adegan nelayan di Segara Anakan sedang bersiap di atas perahu di tepian Segara Anakan. Dengan ukuran *long shot*, ekspresi dari nelayan tidak bisa dilihat dengan jelas. Motivasi pengambilan *long shot* memang hanya untuk menunjukkan pergerakan objek dan menampilkan suasana di sekitar ketika pagi hari.



**Gambar 15. Long Shot**

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

d. *Extreme Long Shot* (ELS)

Ukuran *extreme long shot* dipakai untuk menunjukkan pemandangan alam secara luas. Disamping itu untuk memperlihatkan kepada penonton objek yang bergerak secara cepat dan posisinya berada di alam atau tempat yang dilalui. *Shot* jenis ini dimaksudkan untuk memperlihatkan luasnya Segara Anakan dengan beberapa aktivitas nelayan di Segara Anakan.



**Gambar 16. Extreme Long Shot**

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

Sedangkan pergerakan gambar meliputi pergerakan kamera statis dan dinamis. Pergerakan kamera statis tanpa menggeser kamera dari tempatnya menggunakan alat bantu *tripod* dan pergerakan kamera dinamis dengan menggeser kamera dari tempatnya yang meliputi *track right/ left* dan *dolly in/out*.



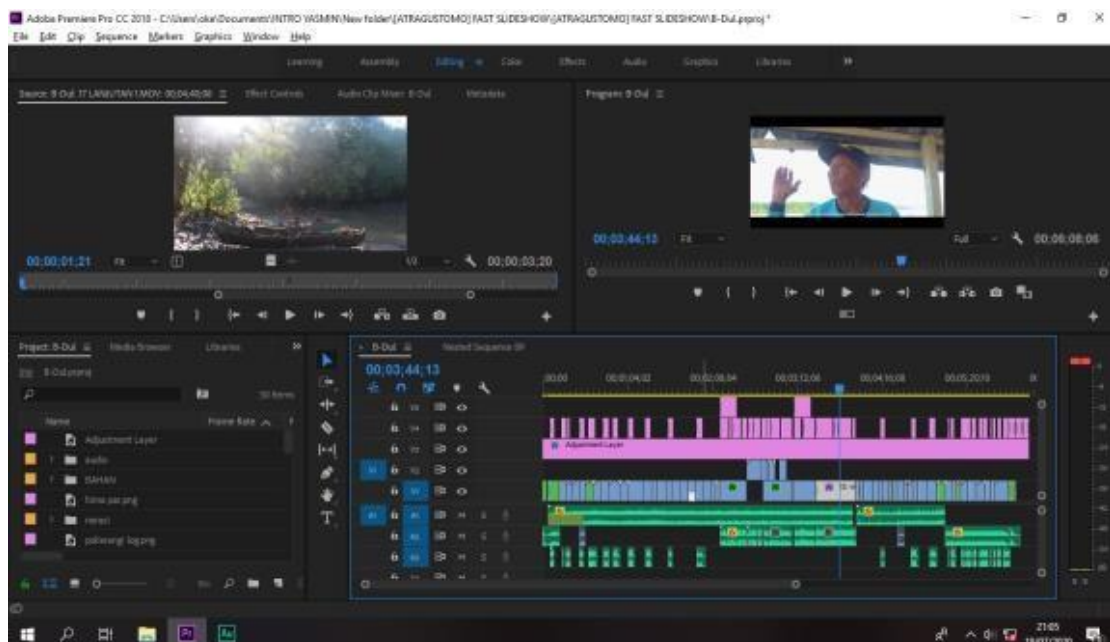
**Gambar 17. Pergerakan kamera dolly in**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

## 2. Pasca Produksi

Tahap akhir dari pembuatan film dokumenter pendek yang mencakup kegiatan *video processing* dan *audio processing*. Pada tahap ini dilakukan pencocokan ulang adegan yang sudah diambil saat proses produksi dengan adegan yang sudah direncanakan pada *treatment*. Pemilihan adegan terbaik dikombinasikan dengan *background* serta penambahan narasi berdasarkan urutan *treatment*. Terdapat setidaknya dua buah aplikasi yang dipakai dalam tahap *editing* pasca produksi yaitu meliputi:

### a. Adobe Premiere Pro CC 2018

Adobe premiere pro CC sebagai piranti proses pengeditan filmdokumenter pendek ini. Pada aplikasi ini seluruh bahan yang didapatkan dari proses produksi diolah menjadi sebuahsatu kesatuan film dokumenter pendek. Tahap ini dilakukan penyesuaian durasi, transisi dari setiap adegan serta penambahan narasi dan subtitle.



**Gambar 18. Proses Editing di AdobePremiere Pro CC 2018**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

b. Adobe Audition CC 2018

Proses penambahan narasi dibantu piranti Adobe Audition CC. Perekaman suara dari narator diolah untukmendapat akan hasil suara yang lebih jernih.



**Gambar 19 Proses perekaman narasi**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

### **Publikasi Film Dokumenter Pendek Sebagai Media Promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul**

Publikasi merupakan bentuk penempatan atau penyebaran hasil film dokumenter pendek sebagai media promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul kepada khalayak umum. Dalam hal ini film dokumenter pendek disebarluaskan melalui media sosial YouTube. YouTube telah menempati urutan pertama sebagai media sosial paling banyak dipakai di Indonesia. Selain publikasi melalui YouTube juga disokong dengan penyebaran melalui media sosial lain seperti Instagram, Whatsapp dan Facebook sehingga berbagai kalangan dari berbagai sumber media sosial juga dapat mengakses melalui tautan yang dibagikan.

Media sosial sebagai alat pemasaran yang menjadi media untuk mempublikasikan film dokumenter pendek “Ekowisata Mangrove Blok Bedul”, Selanjutnya menjadi sumber informasi respon masyarakat umum. Setelah publikasi melalui media sosial, diketahui respon dari masyarakat umum terhadap film documenter pendek sebagai media promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul melalui kuisiner online yang ditautkan dalam publikasi YouTube. Melalui kuisiner sederhana maka didapatkan informasi data respon penonton terhadap film documenter pendek Ekowisata Mangrove Blok Bedul.

Pada penelitian ini setidaknya telah didapatkan 100 responden yang mengisi kuisiner online. Hasil kuisiner online mendapatkan respon dari berbagai kalangan. Berdasarkan jenis kelamin responden, perempuan yang paling mendominasi sebesar 74% dan sisanya 26% berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan dari rentan usia paling banyak diakses oleh usia 21-30 tahun sebesar 79% dan diikuti oleh usia kurang dari 20 tahun sebesar 12% dan 9% sisanya adalah rentan usia 31-50 tahun. Hal ini dikarenakan rata-rata responden yang pernah berkunjung di Ekowisata Mangrove Blok Bedul adalah pelajar atau mahasiswa yang pernah melakukan studi wisata. Berikut hasil evaluasi penonton melalui kuisiner online menunjukkan bahwa:

1. Kesesuaian Tampilan Gambar Dengan Jalan Cerita

Responden memberikan evaluasi terhadap film dokumenter pendek Ekowisata Mangrove Blok Bedul mengenai kesesuaian tampilan gambar dengan jalan cerita. Sebanyak 98 responden menyatakan tampilan gambar sesuai dengan cerita dan 2 responden lainnya

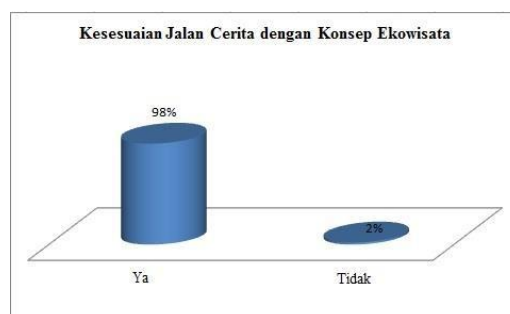
menyatakan tidak karena terdapat gambar yang pengambilannya kurang stabil.



**Gambar 20 Kesesuaian Tampilan Gambar**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

## 2. Kesesuaian Cerita Dengan Konsep Ekowisata

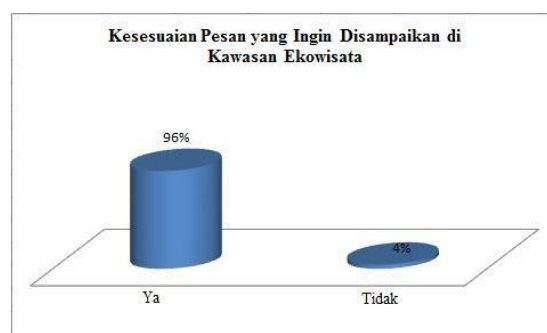
Kesesuaian cerita mencakup kegiatan wisata yang melestarikan biodiversitas, melibatkan masyarakat lokal, mengandung muatan interpretasi dan pembelajaran menunjukkan hasil bahwa sebesar 98% responden menyetujuinya dan 2% sisanya tidak setuju karena salah satu momen menanam mangrove tidak ditunjukkan dalam film dokumenter pendek. Namun pendapat responden lain mengatakan bahwa film dokumenter pendek sudah mengedukasi penonton tentang ekowisata. (Responden 90 pada tanggal 23 Juli 2020 pukul 09.33 WIB).



**Gambar 21. Kesesuaian Jalan Ceritadengan Konsep Ekowisata**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

## 3. Kesesuaian Pesan yang Ingin Disampaikan

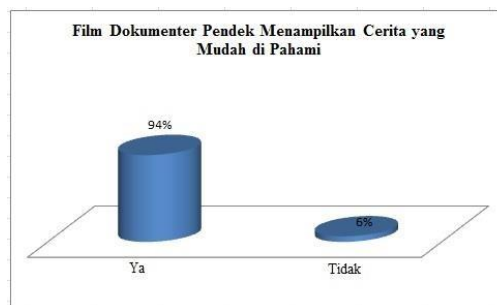
Pesan untuk berwisata di kawasan ekowisata ditonjolkan oleh peneliti melalui gambar serta didukung oleh narasi yang disajikan dalam film dokumenter pendek. Hasilnya sebesar 96% mengungkapkan pesan yang ingin disampaikan untuk berwisata di kawasan ekowisata sesuai dan 4% sisanya mengatakan tidak. Seperti diungkapkan responden ke 88 pada tanggal 23 Juli 2020 pukul 08.58 bahwa, jalan cerita dan narasi sudah sesuai.



**Gambar 22. Kesesuaian Pesan yang ingin disampaikan**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

4. Film Dokumenter Pendek Menampilkan Cerita yang Mudah Dipahami

Film dokumenter pendek dipublikasikan didapatkan hasil bahwa film dokumenter pendek menampilkan cerita yang mudah dipahami. Sebesar 94% responden dapat memahami cerita yang disajikan dan 6% sisanya tidak memahami dengan baik. Kesesuaian kejadian sebenarnya sehingga disebut film dokumenter pendek sebagai media promosi disetujui oleh seluruh 72 responden yang pernah berkunjung di Ekowisata Mangrove Blok Bedul. Dalam hal ini responden mengatakan bahwa pengambilan setiap adegan di Ekowisata Mangrove Blok Bedul sudah cukup baik menampilkan panorama, budaya dan masyarakat sekitarnya. Film dokumenter pendek sebagai media promosi menjadi alat promosi yang menarik (Responden 24 pada tanggal 22 Juli 2020 pukul 10.45 WIB).



**Gambar 23. Film Dokumenter Pendek Menampilkan Cerita Mudah Dipahami**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

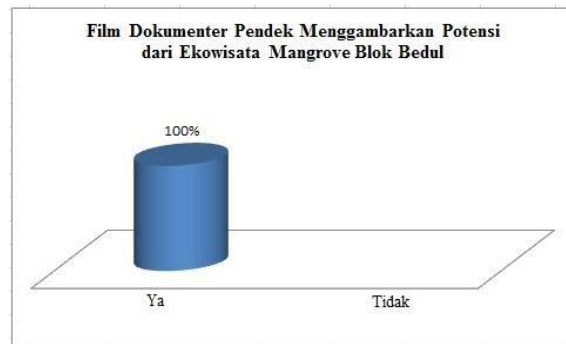
5. Penggunaan Bahasa Mudah Dipahami

Sedangkan untuk penggunaan bahasa dalam film dokumenter pendek ini sebanyak 2 responden mengatakan bahasa tidak dapat dipahami dengan baik. Sedangkan 98 responden lainnya mendominasi dapat memahami Bahasa yang disampaikan. Responden mengungkapkan bahwa narasi yang disampaikan sesuai dengan tampilan gambar sehingga mudah dipahami. Selain itu pemilihan suara latar memberikan pengaruh kepada penonton. (Responden 21 pada tanggal 22 Juli 2020 pukul 10.56 WIB).



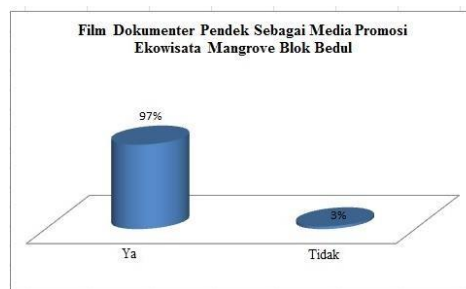
**Gambar 24 Penggunaan Bahasa**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

6. Film Dokumenter Pendek Menggambarkan Potensi dari Ekowisata Mangrove Blok Bedul  
Evaluasi mengenai film dokumenter pendek menggambarkan potensi yang dimiliki oleh Ekowisata Mangrove Blok Bedul menunjukkan respon keseluruhan 100 responden menyetujuinya. Hal ini diungkapkan pula oleh responden bahwa pengambilan dari setiap scene yang berbeda sudah cukup baik menggambarkan keadaan yang ada.



**Gambar 25 Film Dokumenter Pendek Menggambarkan Potensi**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

7. Film Dokumenter Pendek Sebagai Media Promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul Berdasarkan tanggapan responden sebesar 97% setuju bahwa film dokumenter pendek sebagai media promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul sedangkan 3% sisanya tidak setuju. Responden mengungkapkan film dokumenter pendek sudah sesuai porsi, mengena dan menarik. Hanya saja sisi edukasinya secara lebih dalam belum ditonjolkan. Kalau untuk potensi dan kearifan lokal sudah sangat mewakili. (Responden 26 pada tanggal 22 Juli 2020 pukul 10.47 WIB).



**Gambar 26. Film Dokumenter Pendek Sebagai Media Promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2020)

8. Film Dokumenter Pendek sebagai Media Promosi Dapat Diterima Khalayak Umum Penggunaan film dokumenter pendek sebagai media promosi dapat diterima dengan baik oleh khalayak umum. Responden mengungkapkan dalam kuisisioner online keseluruhan sudah menarik dan dapat digunakan sebagai salah satu alat promosi dalam bentuk film dokumenter pendek (Responden 24 pada tanggal 22 Juli 2020 pukul 10.45 WIB). Hanya saja ketika film dokumenter diterapkan sebagai media promosi sebaiknya lebih memperhatikan durasi. Format dari film dokumenter pendek yang ditampilkan juga mendapat tanggapan yang bagus dari responden. Karena 100 responden yang mengisi, 28% diantaranya tidak pernah berkunjung dan 72% pernah berkunjung mengatakan bahwa responden ingin berkunjung dan berkunjung lagi di Ekowisata Mangrove Blok Bedul sebesar 96%. Kemudian 4% sisanya tidak ingin datang kembali karena persepsi salah satu responden mengatakan bahwa tempatnya bagustapi membosankan dan menyeramkan. Namun dari responden yang belum pernah berkunjung tidak menyangka jika Banyuwangi memiliki Ekowisata mangrove yang indah seperti surga tersembunyi. (Responden 100 pada tanggal 23 Juli pukul 10.49 WIB).



**Gambar 27. Ingin Berkunjung atau Tidak di Ekowisata Mangrove Blok Bedul**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022)

## Kesimpulan

Ekowisata Mangrove Blok Bedul merupakan salah satu ekowisata mangrove terluas di pulau Jawa yang memiliki beragam potensi mangrove atau flora, fauna serta budaya. Terdapat sebuah sumber air yang terletak di antara tiga buah randu yang diberi nama Sumber Air Randu Telu selain itu terdapat pula transportasi unik bernama perahu Gondang – Gandung yang biasanya digunakan sebagai transportasi di sekitar Segara Anakan. Media utama yang digunakan sebagai media promosi Ekowisata Mangrove Blok Bedul adalah film dokumenter pendek. Sehingga dalam proses pembuatan film dokumenter pendek Ekowisata Mangrove Blok Bedul harus memperhatikan proses pra produksi, produksi serta pasca produksi. Proses pra produksi mencakup kegiatan pengumpulan potensi-potensi yang dimiliki oleh Ekowisata Mangrove Blok Bedul melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang selanjutnya dikemas menjadi ide cerita untuk acuan dalam proses produksi serta pasca produksi. Proses produksi mencakup kegiatan pengambilan adegan di lokasi sesuai dengan treatment yang sudah dibuat. Kemudian proses pasca produksi merupakan penggabungan dari video dan audio sebelum akhirnya didapatkan hasil dari film dokumenter pendek.

Publikasi melalui media sosial merupakan salah satu bentuk penyajian dan penyebaran informasi mengenai Ekowisata Mangrove Blok Bedul dalam bentuk film dokumenter pendek. Melalui akun YouTube Hariska Vlog, film dokumenter pendek dipublikasikan dengan judul Short Documentary Mangrove Blok Bedul Ecotourism dan dapat diakses pada tautan YouTube [https://www.youtube.com/watch?v=IllrJW\\_CU9c](https://www.youtube.com/watch?v=IllrJW_CU9c).

## Daftar Pustaka

- Ayawaila, G. R. (2008). *Dokumenter: dari ide sampai produksi*. Jakarta: FFTV-IKJ Press.
- Ayu, D. A., Suharyono, & Wilopo. (2015). Peran Promosi Pariwisata Melalui Film Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Effendy, H. (2002). *Mari Membuat Film*. Jakarta: Konfiden dan Pustaka Panduan.
- Haris, J. (2013). *Jurnalisme Televisi Indonesia: Tinjauan Luar Dalam*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Juškelytė, D. (2016). Film induced tourism: destination image formation and development. *Regional Formation and Development Studies*, 54-66.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. USA: Pearson Education.



- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Moving From Traditional to Digital*. New Jersey: John Willey & Sons, Inc.
- Lukitasari, R. (2017). Promosi Pariwisata Melalui Film Studi Kasus Film "Eat Pray Love" dan "Laskar Pelangi. *Jurnal Kajian Pariwisata*.
- Mecha, I. P., Wiranatha, A. S., & Sudiarta, I. N. (2019). Evaluasi Situs Web Pariwisata Wonderful Indonesia Berdasarkan Berdasarkan Model ICTRT (Information, Communication, Transaction, Relationship and Technical-Merit). *JUMPA*, 241-258.
- Sankhyaadi, A. (2015). Cerita di Balik Kesuksesan Film Dokumenter Wonderful Indonesia. *Liputan6.com*.
- Sinulingga, S., Pardosi, J., Bangun, N. C., & Siahaan, H. (2020). Pembuatan Film Wisata Sebagai Media Promosi Pariwisata di Desa Rumah Galuh Kabupaten Langkat. *JUMPA*, 350-274.
- Sj, N. A., Fadilah, E., & Basith, A. A. (2018). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata dan Potensi Kearifan Lokal di Pantai Sayang Heulang Kab. Garut. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka