Perancangan Film Pendek Sebagai Media Kampanye Wisata *Historical Sailing and Conservation* di Kepulauan Seribu Kepada Generasi Z

Anita Faridah[1], Aris Kurniawan, Agustina Kusuma Dewi
Jurusan Desain Komunikasi Visual
FAD, Itenas Bandung
Email : anita.faridah4@itenas.ac.id, ariskurniawan@itenas.ac.id

Diterima : xx/xx/xx Revisi : xx/xx/xx Diterbitkan : xx/xx/xx

Abstrak. Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki wilayah perairan laut yang sangat luas dan sebagian besar wilayahnya terletak di wilayah pesisir pantai dan memiliki potensi untuk menjadi wisata bahari terbesar di dunia. Selain keanekaragaman sumber daya alamnya, masyarakat Indonesia dapat memanfaatkan dan mengembangkan berbagai macam potensi wisata perairan, salah satunya berlayar. Namun, bagi sebagian masyarakat Indonesia, terutama generasi Z, berlayar bukanlah kegiatan yang biasa dilakukan, hal ini dikarenakan fasilitas yang belum memadai dan informasi yang masih kurang memasyarakat. Padahal dengan adanya kegiatan berlayar menggunakan kapal layar, masyarakat Indonesia dapat mengenal lebih dekat wilayah lautan yang luas, sejarah laut Indonesia dan membangun karakter budaya bahari, khususnya di wilayah DKI Jakarta. DKI Jakarta yang kita kenal sebagai pusat perekonomian nasional, dan kota pesisir lautan ini terbagi kedalam beberapa wilayah, salah satunya Kepulauan Seribu. Minimnya media informasi mengenai wisata berlayar di Kepulauan Seribu menyebabkannya sulit untuk diketahui oleh kalangan generasi Z. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan media informasi yang dekat dengan generasi Z dengan tujuan agar generasi Z dapat ikut serta dalam melestarikan budaya Indonesia sebagai bangsa bahari, salah satunya melalui wisata berlayar.

Kata kunci: Wisata, Berlayar, Kepulauan Seribu

Abstract. *Indonesia is identical to the term islands nation because geographically Indonesia is the largest marine country in the world. As an archipelago, Indonesia has the potential to be the world's largest marine tourism. Besides the diversity of natural resources, Indonesians can develop a wide range of water tourism potential, including sailing. However, for some of Indonesia's younger generation, particularly Gen Z, sailing is not a common activity, due to inadequate facilities and lack of public information. Even though through sailing activity Indonesian could learn about the history of Indonesia Maritime and build up maritime cultural characteristics, especially for the DKI Jakarta region. DKI Jakarta is divided into several*

regions, one of them is Kepulauan Seribu Islands. However, Kepulauan Seribu Island has no media information about sailing that can reach out to Gen Z. Lack of information caused sailing activity in Kepulauan Seribu to be unknown to the Gen Z. Therefore, an attempt should be made to provide media information closer to Gen Z to enable Gen Z to participate to preserve the culture of sailing and restore the resilience of Indonesia as a maritime nation-state.

***Keywords**: Sailing, Tourism, Kepulauan Seribu*

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki wilayah perairan laut yang sangat luas dan sebagian besar wilayahnya terletak di wilayah pesisir pantai, dan memiliki letak wilayah yang strategis, yaitu berada diantara Samudera Pasifik dan Hindia. Indonesia memiliki iklim tropis yang menjadikannya sebagai salah satu tujuan wisata utama, juga pulau-pulaunya yang indah dan mempunyai daya tarik tersendiri. Oleh sebab itu, kekayaan sumber daya alam Indonesia ini sangat penting untuk dilestarikan, salah satunya adalah wilayah perairan Indonesia.

Secara geografis, wilayah Indonesia merupakan negara bahari (*archipelagic state*), mempunyai luas wilayah yang membentang mulai dari 95‟ sampai dengan 141‟ BT dan diantara 60‟ LU sampai 110‟ LS. Dengan total luas wilayah 5.180.083 km² yang mencakup daratan dan lautan, 2/3 luas wilayah Indonesia merupakan lautan. Luas lautan Indonesia ini yang menjadi kekuatan utama Indonesia untuk dapat memanfaatkan laut sebagai sumber kesejahteraan rakyatnya. Indonesia merupakan negara yang hidup dalam wilayah negara dengan lingkungan kepulauan (kelautan) dan memiliki potensi untuk menjadi wisata bahari terbesar di dunia. Bangsa Indonesia memerlukan simbol kebaharian sebagai nilai-nilai kebangsaan dan wawasannya. Dengan kata lain, karakter kebangsaan Indonesia harus berciri “Nasionalisme Bahari”. Bangsa yang memiliki karakter bahari tidak berarti sebagai bangsa yang sebagian besar bermata-pencaharian sebagai nelayan atau pelaut. Bangsa berkarakter bahari adalah bangsa yang memiliki nasionalisme menyatu bagaikan air, tanpa mengenal identitas kelompok, dan memiliki keimanan yang teguh (religius). Bangsa bahari adalah bangsa yang sadar bahwa hidup dan masa depannya bergantung pada kekayaan alamnya. Kekayaan alam ini harus dimanfaatkan dengan bijak dalam rangka mempersiapkan generasi yang unggul di masa depan, dan demi keberlangsungan bangsa. Falsafah bangsa berkarya yang merupakan karakter bangsa bahari, yang harus dijadikan motivasi dan inspirasi dalam rangka membangun sumber daya manusianya. Agar Indonesia tidak kehilangan karakteristiknya, masyarakat Indonesia dapat memanfaatkan dan mengembangkan berbagai macam potensi wisata perairan, salah satunya berlayar.

Bagi sebagian masyarakat Indonesia, terutama generasi Z, berlayar bukanlah kegiatan yang biasa dilakukan, hal ini dikarenakan berbagai macam hambatan, diantaranya informasi yang masih kurang memasyarakat, tidak tersedianya sarana dan fasilitas yang belum ada. Padahal dengan adanya kegiatan berlayar di laut dengan menggunakan kapal layar, masyarakat Indonesia dapat mengenal lebih dekat wilayah lautan yang luas, dan membangun karakter budaya bahari.

Selain sebagai bentuk menumbuhkan rasa cinta terhadap wilayah laut Indonesia yang kaya, kegiatan berlayar ini pun berfungsi sebagai sarana

This work is licensed under a CC-BY-NC

menumbuhkan kepedulian untuk melestarikan laut dan pulau-pulau kecil, khususnya di wilayah DKI Jakarta. DKI Jakarta merupakan ibu kota Indonesia, yang merupakan salah satu pusat perekonomian nasional dan kota pesisir lautan Indonesia. DKI Jakarta terbagi kedalam beberapa wilayah, salah satunya ada di sebelah utara, yaitu Kepulauan Seribu.

Kepulauan Seribu memiliki rangkaian pulau pulau kecil yang memiliki daya tarik tersendiri dan menarik untuk dieksplorasi. Sangat disayangkan jika Kepulauan Seribu tidak populer dan tenggelam dikalangan generasi Z. Kementerian Perhubungan Kepulauan Seribu menjelaskan bahwa Kepulauan Seribu telah menjadi salah satu Destinasi Pariwisata Prioritas di tahun 2021. Hal ini sesuai dengan misi Presiden Joko Widodo mengenai peningkatan industri wisata.

Kepulauan Seribu sendiri memiliki rangkaian pulau pulau kecil dan terumbu karang yang tak kalah indahnya dengan Raja Ampat dan Labuan Bajo yang menjadi surganya para wisatawan. Ikan-ikan cantik dan biota laut yang masih langka juga bisa ditemukan di Kepulauan Seribu, seperti penyu sisik dan penyu hijau.

Minimnya media informasi mengenai wisata berlayar di Kepulauan Seribu menyebabkan sulit untuk dipelajari dan diketahui, khususnya di kalangan generasi Z. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan media informasi mencakup promosi wisata berlayar yang dikemas ke dalam film pendek, dengan sasaran target audiens generasi Z, dengan tujuan agar generasi Z dapat ikut serta dalam melestarikan budaya samudra sebagai bangsa bahari, salah satunya melalui wisata berlayar.

Metode

Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode ini dipilih agar fakta dan fenomena yang terjadi dapat lebih mudah dipahami (*understandable*) dan menghasilkan hipotesis baru (Hennink et al., 2020). Metode ini juga memberikan pemahaman yang lebih jauh tentang masalah yang dihadapi dalam penelitian ini. (Fadli 2021) menyatakan bahwa data yang diperoleh penelitian kualitatif sangat mendasar, sebab berdasarkan fakta, peristiwa dan realita yang ada, bukan rekayasa peneliti.

Metode ini cenderung menjabarkan pertanyaan umum yang kemudian mendetail. Bersifat umum, karena metode ini memberikan ruang kebebasan yang luas kepada narasumber untuk mengungkapkan pikirannya tanpa ada keterbatasan. Menurut (Hermawan 2018), penelitian kualitatif cenderung mengolah data lapangan dan hasil teori yang sudah ada sebelumnya untuk menghasilkan sebuah teori baru.

Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mengetahui pandangan masyarakat terhadap wisata berlayar di Kepulauan Seribu, hal tersebut dilakukan dengan pengumpulan data primer yang diperoleh melalui berupa kuesioner, wawancara, observasi dan studi literatur. Kuesioner ini disebarluaskan kepada kedua gender dengan rentang usia 18-24 tahun yang berdomisili di sekitar DKI Jakarta melalui form online. Tujuan dilakukannya metode penelitian melalui kuesioner ini adalah untuk mendapatkan informasi dan data yang relevan mengenai pengetahuan kedua gender dengan rentang usia 18-24 tahun di DKI Jakarta tentang wisata berlayar di Kepulauan Seribu. Wawancara dilakukan secara langsung kepada *Co-Founder* mitra penelitian ini, yaitu Maryam Rodja dari Pulau Pulau Indonesia. Wawancara ini akan mencakup pertanyaan mendalam mengenai wisata berlayar di Indonesia terutama di Kepulauan

This work is licensed under a CC-BY-NC

Seribu bersama dengan mitra yang akan bekerja sama dengan kampanye ini, yaitu Pulau Pulau Indonesia. Observasi dilakukan dengan meninjau secara langsung ke lokasi untuk mengetahui kondisi dan membuktikan kebenarannya dan memahami fenomena yang terjadi. Observasi dilakukan secara langsung bersama Pulau Pulau Indonesia yang berada di wilayah Marina Batavia. Studi Literatur ini diperoleh dari berbagai jurnal dan *ebook* yang berkaitan dengan penelitian yang akan diangkat. Didapatkan literatur dari Dwi Prasetyo dan Denny Indrayana Setyadi (2017) yang berjudul Perancangan Film Pendek Bertema Wisata dengan Pendekatan Storytelling sebagai Media Promosi Pulau Bawean dan literatur milik Anisa Noor Fitriana, Sigit Tripambudi, Prayudi (2018) yang berjudul *ANALYSIS EFFECTIVENESS OF ADVERTISING ON WEB SERIES TO THE DECISION OF PURCHASING TROPICANA SLIM STEVIA (Study on Sore*: Istri Dari Masa Depan Web Series).

Metode Perancangan

Metode perancangan menggunakan model *Design Thinking*. *Design Thinking* dimana kita dapat menyelesaikan masalah dengan melihatnya dari berbagai sisi. (Patrick 2012) menyampaikan bahwa design thinking adalah sebuah sistem bentuk pemikiran dari sudut pandang desainer untuk menyelesaikan sebuah masalah melalui pendekatan *human oriented. Design Thinking* melalui lima tahap, yaitu *emphatise,* tahap pertama untuk mendapatkan pemahaman dari sebuah masalah yang diangkat pada penelitian ini. *Define,* Tahapan untuk menganalisis informasi yang didapatkan pada tahap *empathise* yang menghasilkan *problem statement*. *Ideate,* tahap mencari segala macam solusi yang dapat memecahkan problem statement yang telah ditetapkan pada tahap sebelumnya. Dengan tujuan menghasilkan *problem solution. Prototype,* tahapan untuk membuat kerangka minimum dari *problem solution* guna mendapatkan tolak ukur kelayakan pada media yang dipilih. Tahapan terakhir adalah test, dimana media yang telah dirancang dapat disebarluaskan kepada target audiens untuk mengetahui uji keberhasilan dan respon ketika media tersebut digunakan.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Data

Wisata berlayar di Indonesia memiliki potensi pengembangan yang prospektif. Di wilayah DKI Jakarta sendiri terdapat spot berlayar yang dapat dikembangkan menjadi daerah wisata terintegrasi, salah satunya adalah Kepulauan Seribu. Kepulauan Seribu memiliki daya tarik dari berbagai hal, diantaranya keindahan pulau-pulaunya dan sejarahnya. Banyak pulau-pulau di Kepulauan Seribu yang mempunyai peninggalan sejarah dan cagar budaya. Ini menunjukkan bahwa wisata berlayar tidak hanya sebagai wisata yang menyenangkan, namun juga dapat menjadi obyek wisata yang edukatif. Pada tahun 2021, Kemenhub memprioritaskan 6 destinasi wisata, salah satunya adalah Kepulauan Seribu. Hal ini menjadi kesempatan sekaligus tantangan dalam pengembangan wisata berlayar di Jakarta.

Sehubungan dengan itu, peningkatan literasi masyarakat, khususnya Generasi menjadi faktor penting dalam mengembangkan wisata berlayar. Hal ini dikarenakan karakteristik Generasi Z yang yang senang mencoba hal baru dan senang mempengaruhi (*influence*) satu sama lain melalui media sosial menjadi pengaruh yang sangat besar untuk mendobrak popularitas wisata berlayar di Kepulauan Seribu.

This work is licensed under a CC-BY-NC

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan melalui *Forms Google*, dengan total 58 responden berusia 18-24 tahun yang berdomisili di DKI Jakarta yang bertujuan untuk mengetahui pengetahuan dan ketertarikan generasi Z dengan wisata berlayar adalah, bahwa banyak dari generasi Z yang mengetahui wisata berlayar namun masih sedikit yang mengetahui bahwa wisata bisa dilakukan di wilayah sekitar mereka, yaitu Kepulauan Seribu. Sehingga pengetahuan mereka akan wisata berlayar ini belum diaplikasikan ke dunia nyata dan kesadaran mereka akan Kepulauan Seribu yang memiliki wisata berlayar pun masih kurang. Generasi Z tertarik dengan film pendek bergenre drama, horror dan *romance comedy* dan video bertemakan wisata dan alam yang disajikan di beberapa *platform* seperti youtube dan instagram.

Kepulauan Seribu sendiri memiliki daya tarik dari berbagai hal. Banyak pulau pulau di Kepulauan Seribu yang mempunyai peninggalan sejarah. Benang merah yang bisa ditarik disini bahwa wisata berlayar yang dilakukan di Kepulauan Seribu tidak hanya sebagai objek wisata, melainkan dapat menjadi *historical sailing* dan *conservation* yang menjadi potensi untuk mengedukasi para peserta wisata berlayar. Kepulauan Seribu memiliki peluang untuk menjadikan pariwisatanya lebih *impactful* jika melihat dari sejarah, dampak sosial dan dampak lingkungannya.

Kondisi saat ini

Banyak pulau pulau di Kepulauan Seribu yang mempunyai peninggalan sejarah. Ini menunjukkan bahwa wisata berlayar tidak hanya sebagai objek wisata, melainkan dapat menjadi *historical sailing* dan *conservation*. Media yang disebarkan oleh Komunitas Ayo Berlayar dan Pulau Pulau Indonesia melalui Instagram (*feeds*) dinilai belum cukup efektif untuk mendobrak popularitas wisata berlayar di kalangan generasi Z. Banyak generasi Z yang masih belum tahu dengan keberadaan wisata berlayar, karena saat ini wisata berlayar hanya tersebar bagi orang orang yang sering berwisata ke laut dan sudah bergabung dengan komunitas Ayo Berlayar. Oleh karena itu, strategi komunikasi dan media promosi wisata berlayar di Kepulauan Seribu perlu lebih digencarkan lagi.

Problem Statement

Wisata berlayar di Kepulauan Seribu memiliki daya tarik sendiri, antara lain keindahan panorama laut utara Jakarta dan sejarahnya yang menjadikannya *historical sailing dan conservation.* Hal ini merupakan salah satu potensi yang bisa dimanfaatkan oleh pemerintah dan Generasi Z agar mengetahui potensi laut Indonesia yang begitu besar. Namun masih banyak Generasi Z yang belum aware terhadap hal ini. Maka *problem statement* yang di dapat adalah Perancangan kampanye untuk meningkatkan *awareness* Generasi Z mengenai wisata berlayar di Kepulauan Seribu. Hal ini diharapkan akan memberikan *impact* terhadap wisata bahari dan mendobrak kepopularitasan Kepulauan Seribu, agar masyarakat menjadi tahu, lebih peduli dan nantinya pemerintah akan menjadikan wisata berlayar di Kepulauan Seribu sebagai obyek wisata yang edukatif.

Tujuan Penelitian

Tujuan jangka pendek berdasarkan hasil penelitian ini, diproyeksikan menjadi media informasi bagi para generasi Z untuk dapat lebih mengenal wisata berlayar di Kepulauan Seribu. Sementara tujuan jangka panjang berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diharapkan film pendek ini dapat terus menjadi media sarana dan wadah para generasi Z untuk melestarikan dan mempromosikan wisata berlayar historical sailing dan conservation di Kepulauan Seribu. Selain itu, film pendek ini

This work is licensed under a CC-BY-NC

diharapkan dapat menjadi sarana untuk mengajak generasi Z sebagai volunteer untuk melakukan kegiatan berlayar yang bermanfaat bagi Kepulauan Seribu, contohnya pemungutan sampah di area pantai dan pesisirnya, juga menaikkan tingkat pendapatan daerah dan masyarakat sekitar pulau Kepulauan Seribu.

Problem Solution

Perancangan film pendek sebagai media kampanye untuk meningkatkan awareness Generasi Z mengenai wisata historical sailing dan conservation di Kepulauan Seribu. Hal ini diharapkan akan memberikan impact terhadap wisata bahari dan mendobrak kepopularitasan Kepulauan Seribu, agar masyarakat menjadi tahu dan lebih peduli dan nantinya pemerintah akan menjadikan wisata berlayar di Kepulauan Seribu sebagai obyek wisata yang edukatif.

Segmentasi Target

Segmentasi target merupakan kedua gender, laki-laki dan perempuan, berusia 18-24 tahun yang tinggal di daerah urban dengan intensitas aktivitas dan penduduk yang tinggi dan kelas ekonomi menengah ke atas. Memiliki *lifestyle* yang *modern*, *up-to-date* dan *FOMO (Fear of Missing Out*) dan *personality* yang fleksibel, menyukai tantangan, senang belajar hal baru dan menyukai *travelling*. Dengan teknografis pengguna aktif *gadget* dan media sosial.

Strategi Komunikasi

Tahapan komunikasi yang tepat melalui alur komunikasi AISAS, tahap pertama diperlukan *ATTENTION*, yaitu dengan menyebarkan visual berupa *Photography Story Telling* di Instagram story. Tahap selanjutnya yaitu *INTEREST*, yaitu dengan memberikan informasi melalui media sosial dalam bentuk film pendek yang memperlihatkan kegiatan berlayar, keindahan panorama Teluk Jakarta hingga pulau damar di Kepulauan Seribu yang akan menarik minat TA mengenai wisata berlayar.

Setelah menangkap pesan dan informasi tersebut, TA akan mendapatkan informasi baru mengenai *Historical Sailing and Conservation* melalui tahapan *SEARCH* lalu penyedia kampanye mengajak TA untuk menggunakan informasi dan menjadikan film pendek tersebut sebagai acuan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai *Historical Sailing and Conservation* di Kepulauan Seribu melalui tahapan *ACTION*. Pada tahapan *SHARE*, TA diminta untuk menyebarluaskan tentang *Historical Sailing and Conservation* dan membagikan pengalamannya melalui media sosial dengan mengunggah foto/video tentang kegiatan berlayar.

What to Say yang didapatkan yaitu "*Sailing Near Us"* yang merujuk pada problem statement, dimana target audiens belum aware terhadap potensi kelautan Indonesia terutama di wilayah Kepulauan Seribu yang menyajikan panorama laut utara Jakarta dalam genggaman. Sehingga dibutuhkan sajian informasi yang dapat menjangkau target audiens agar mereka memiliki atensi terhadap wisata berlayar di Kepulauan Seribu.

Konsep Kreatif

Creative Approach yang diambil adalah *storytelling* dan *first person point of view*. *Storytelling* ini disajikan dalam bentuk film pendek monolog yang bertujuan agar mudah dicerna oleh target audiens. Mengambil first person point of view, dengan membawakan cerita dari sudut pandang narator, seolah-olah target audiens sedang membaca tulisan pribadi milik narator yang menceritakan pengalaman mengarungi

This work is licensed under a CC-BY-NC

Teluk Jakarta. Naskah monolog yang digunakan sebagai pendukung storytelling menggunakan majas hiperbola dan personifikasi.

Perancangan Media

1. Pre Produksi
- Ide Utama
- Logline
- Sinopsis
- Scripting
- Storyboard
- Budgeting
- Casting

2. Produksi
- Shooting

3. Post Produksi
- Editing
- Colour Grading
- Rendering

4. *Publish*

Tone and Manner

Tone and manner yang dipilih adalah alluring, dramatic dan calm. Menyajikan visual panorama laut utara Jakarta dari atas kapal Candola Sailing Yacht dan Pulau Damar dengan monolog pendukung. Alluring dan Calm dipilih untuk menghilangkan kesan aktivitas padat perkotaan yang melekat pada generasi Z di wilayah Jabodetabek.

Palet Warna

Gambar 1. Palet Warna

Palet Warna dalam film pendek ini mengambil beberapa warna biru dominan yang memberikan efek menenangkan, relaksasi, dan kedamaian jiwa. Warna *beige* dan putih sebagai warna pendukung, yang diambil dari warna pasir pantai dan ombak laut.

Pre Produksi

Premis

Seorang perempuan ibukota yang mencoba berlayar untuk melihat laut lebih dekat.

Sinopsis

Ini semua tentang laut, yang selalu larut tak ingin surut. Aku mengambil sedikit waktu untuk membiarkan hal hal baru masuk. Sebuah ruang baru untuk lebih hidup, fase baru untuk lebih tumbuh. Kukira laut adalah bagian dari dunia yang sulit kujangkau, imaji yang jauh terlampau, nyatanya banyak yang dapat di eksplorasi

This work is licensed under a CC-BY-NC

daripada sekedar lampu lampu pada gedung tinggi yang mulai padam bersahutan satu sama lain

Crew and Cast

Sutradara Dan D.O.P : Anita Faridah
Cameramen I : Rifky Dafa
Cameramen II : Doni Firasyidin
Cast : Ghea Grahmaulidya

Naskah

Pembabakan Naskah :
Master Plan : Indonesia Negara Kepulauan, Karakteristik
Site Plan : DKI Jakarta, Perjalanan, Berlayar
Detail Plan : Kepulauan Seribu, Pulau Edam, Bangunan Sejarah

Wardrobe and Properti

Gambar 2. Detail *Wardrobe* dan Properti

Produksi

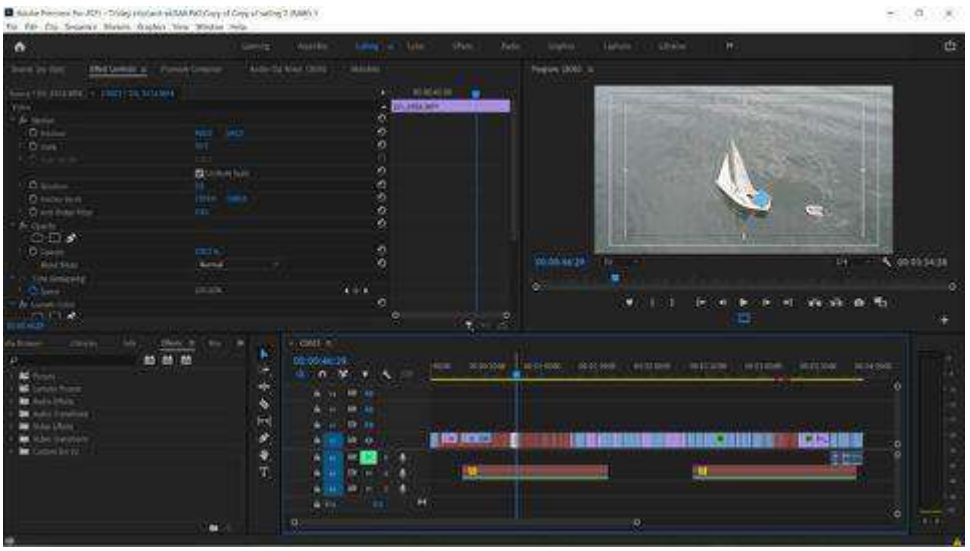
Proses Produksi dilakukan di dua tempat, yaitu Batavia Marina dan Kepulauan Seribu.

This work is licensed under a CC-BY-NC

Gambar 3. Dokumentasi *Shooting*

Post Produksi

Software yang digunakan untuk Rough Cut dan Sound Editing adalah Adobe Premiere CC. Sedangkan untuk Colour Grading menggunakan DaVinci resolve.



Gambar 4. Adobe Premiere Pro - Cut to Cut and Sound Editing

This work is licensed under a CC-BY-NC

Gambar 6. DaVInci Resolve - Colour Grading

Colour Grading Step

1. sLOG

Gambar 7. Sony A6300 // Sony 50mm F1.8

2. Colour Correction

Gambar 8. Colour Correction

This work is licensed under a CC-BY-NC

Hasil Perancangan

Menampilkan tokoh utama wanita yang hendak memulai perjalanan berlayarnya

Menampilkan Candola Sailing Yacht yang dipakai untuk berlayar

Tokoh utama yang sedang belajar untuk menurunkan layar kapal

Menampilkan Mercusuar Vas Lischt

Menampilkan tokoh utama yang berada di puncak mercusuar sembari memperlihatkan detail dari mercusuar tersebut

Menampilkan pesona keindahan Pulau Edan melalui angle bird's eye.

Film pendek berdurasi 5 menit ini ditayangkan di Instagram dan berkolaborasi dengan Pulau Pulau Indonesia. Diharapkan film pendek ini dapat menjadi sebuah ajakan kepada generasi Z untuk berlayar di Kepulauan Seribu.

Simpulan

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa wisata berlayar di Kepulauan Seribu dapat dikembangkan menjadi daerah wisata terintegrasi dan dapat menjadi obyek wisata yang edukatif. Kepulauan Seribu sendiri memiliki daya tarik dari berbagai hal, diantaranya keindahan pulau-pulaunya dan sejarahnya. Banyak pulau-pulau di Kepulauan Seribu yang mempunyai peninggalan sejarah dan cagar budaya.

Sehubungan dengan itu, peningkatan literasi masyarakat, khususnya generasi Z menjadi faktor penting dalam mengembangkan wisata berlayar. Sebagian besar generasi Z masih belum mendapatkan informasi keberadaan wisata berlayar yang dekat dengan mereka yaitu di Kepulauan Seribu DKI Jakarta, sebagian generasi Z masih menganggap wisata berlayar adalah wisata yang jauh dan sulit dijangkau.

Hal ini menjadi salah satu faktor kurangnya *awareness* generasi Z terhadap pelestarian laut Indonesia, terutama Kepulauan Seribu. Film pendek ini dapat menjadi media yang tepat untuk menarik minat dan atensi generasi Z terhadap wisata berlayar di Kepulauan Seribu agar generasi Z dapat turut melestarikan potensi laut Indonesia yang sangat kaya, terutama di di wilayah Kepulauan Seribu DKI Jakarta.

Ucapan Terima Kasih

This work is licensed under a CC-BY-NC

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Pulau Pulau Indonesia dan Yayasan Ayo Berlayar Indonesia selaku Mitra Bestari yang terlibat dalam proses Perancangan Film Pendek Sebagai Media Kampanye Wisata Historical Sailing and Conservation di Kepulauan Seribu Kepada Generasi Z.

Saya haturkan terima kasih kepada Institut Teknologi Nasional Bandung sebagai tempat menimba ilmu dan dukungan atas penelitian ini, dan juga saya ucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan mendukung saya yaitu :

1. Aris Kurniawan, S.Sm., M.Sn., selaku pembimbing utama dalam penelitian dan perancangan.
2. Agustina Kusuma Dewi S. sos. M. Ds, selaku co-pembimbing dalam penelitian dan perancangan.
3. Keluarga serta kerabat terdekat yang memberikan dukungan kepada saya.

References

Anisti. (2017). Komunikasi Media Film Wonderful Life. Jurnal Komunikasi, 8(1).

Badan Pusat Statistik. (2021, January 21). Badan Pusat Statistik. April 4, 2022, https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, 21(1).

Fitiriana, A. N., Tripambudi, S., & Prayudi. (2018, June). ANALYSIS EFFECTIVENESS OF ADVERTISING ON WEB SERIES TO THE DECISION OF PURCHASING TROPICANA SLIM STEVIA (Study on Sore: Istri Dari Masa Depan Web Series). The Indonesian Journal of Communication Studies, 11(1).

Gomez, K., Mawhinney, T., & Betts, K. (2019). Welcome to Generation Z. NEW & Deloitte.

Gonggong, A. (2020). Membangun Kembali Budaya Maritim Indonesia dengan Strategi Maritim Indonesia. Jurnal Maritim Indonesia, 8(2).

Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). Qualitative Research Methods. SAGE Publications.

Hermawan, H. (2018). Metode Kualitatif untuk Riset Pariwisata.

Isamuddin, Nugraha, M. H. R., & Fathun, L. M. (2021). Peran Media Sosial Dalam Membangun Kesadaran Maritim Pada Generasi X, Milenial, Dan Z Di Era Digital. Jurnal Kybernan, 12(1).

Jenkins, R. (2017, January 26). 4 Reasons Generation Z Will be the Most Different Generation. Ryan Jenkins. https://blog.ryan-jenkins.com/2017/01/26/4-reasons-generation-z-will-be-the-most-different-generation

Kongalla, R. (2013). Tourism Resources. Pondicherry University.

This work is licensed under a CC-BY-NC

Maryam, S., Prasetyo, P., & Mahdalena, V. (2021, Maret). Literasi Media Digital Pada Kampanye Greenpeace Id Di Media Sosial Instagram Dalam Merubah Perilaku Masyarakat. Jurnal IKRA-ITH Humaniora, 5(1).

Marzuqi, A. M. (2018, 02 11). Maritim Sejak Dulu. Media Indonesia.

Patrick, G. (2012). Design Thinking and The Facilitation Process Collaborative Design Workshop. NSW, Australia. https://www.slideshare.net/glinskiii/ic-dt-facilitation

Prasetyo, D., & Setyadi, D. I. (2017). Perancangan Film Pendek Bertema Wisata dengan Pendekatan Storytelling sebagai Media Promosi Pulau Bawean. Jurnal Sains Dan Seni ITS, 6(1).

Rodiah, I. (2019). MENJADI GURU BAGI GENERASI “Z”. EDU PUBLISHER.

Setiawan, A. H. (2019, 08 22). Sail Indonesia. Tribun News.

This work is licensed under a CC-BY-NC