

MOVIE-INDUCED TOURISM SEBAGAI GAGASAN PEMAJUAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PESISIR INDONESIA DALAM PERWUJUDAN POROS MARITIM DUNIA

Wishnu Mahendra Wiswayana 

Hubungan Internasional, Universitas Brawijaya
Jl. Veteran, Kota Malang, 65145
E-mail: wishnu.mahendra@ub.ac.id

ABSTRAK

Poros Maritim Dunia sejak dicanangkan oleh Presiden Joko Widodo pada KTT Asia Timur 2015 di Myanmar menjadi nafas setiap kebijakan strategis di Indonesia. Salah satu pilar yang memiliki posisi penting adalah membangun kembali budaya maritim di Indonesia. Strategis dalam hal ini karena menyangkut kesadaran diri bangsa Indonesia atas karakternya sendiri. Secara khusus, dalam hal ini masyarakat pesisir memiliki kontak langsung dengan budaya maritim setiap hari. Melalui film, sebagai salah satu budaya populer; budaya maritim di Indonesia dapat lebih diidentifikasi dan dilakukan dengan pendekatan yang sarat dengan unsur hiburan. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan sumber data dan literatur yang berkaitan dengan Poros Maritim Dunia dan pariwisata yang diinduksi film. Temuan menunjukkan bahwa ada contoh yang dapat di replikasi menjadi ide pemberdayaan masyarakat pesisir di daerah ataupun kawasan lain.

Kata kunci: Poros Maritim Dunia, Masyarakat Pesisir, Movie Induced Tourism, Budaya Populer, Indonesia

1. PENDAHULUAN

Poros Maritim Dunia (PMD) sebagai agenda pembangunan baru Indonesia sejak kepemimpinan Presiden Joko Widodo menuntut banyak perubahan dalam memenuhinya. Sejak disampaikan pada tahun 2015, tiap kementerian dan lembaga berusaha menentukan kebijakan-kebijakan yang dapat menjadi napas dari perwujudan PMD tersebut. Konsekuensi dari sebuah negara kepulauan tentu membuat Indonesia perlu memperhatikan orientasi pembangunannya dalam konteks maritim. Munculnya ide PMD bukan tanpa alasan, melainkan berkaitan adanya transformasi besar abad ini, yakni pergeseran gravitasi geoekonomi dan geopolitik dari Barat ke Asia Timur (Portal Informasi Indonesia, 2019a). Transformasi tersebut perlu disambut oleh Indonesia agar dapat ikut berperan aktif tidak hanya menjadi ladang kontestasi kekuasaan saja. Namun perwujudan ide PMD tersebut memerlukan biaya besar, waktu yang tidak sebentar dan konsistensi yang perlu dijaga keberlanjutannya.

Masih dalam ide PMD, sebagaimana yang disebutkan pada kali pertama bahwa terdapat lima pilar sebagai upaya untuk mewujudkan PMD. Kelima pilar tersebut yang sekaligus menjadi respon dari perkembangan lingkungan strategis dunia saat ini antara lain; pertama, membangun kembali budaya maritim; kedua, menjaga dan mengelola sumber daya laut dengan fokus membangun kedaulatan pangan laut; ketiga, pengembangan infrastruktur dan konektivitas maritim; keempat, diplomasi maritim; dan kelima, membangun kekuatan pertahanan maritim (Portal Informasi Indonesia, 2019a). Kelima pilar tersebut merupakan arah baru pembangunan Indonesia yang selama ini tidak

ramah dengan lautan, pembangunan banyak diarahkan pada daratan saja. Hingga muncul sebuah pernyataan bahwa pembangunan di Indonesia selama ini disebut memunggungi laut karena orientasinya yang tidak menjangkau karakteristik negara kepulauan.

Salah satu pilar yang selanjutnya sekaligus menjadi bahasan dalam penelitian ini adalah pilar membangun kembali budaya maritim di Indonesia. Ketika kali pertama tentang budaya maritim disebutkan sebagian masyarakat memiliki pengetahuan dan juga mengalaminya langsung. Hanya saja sebagai satu bentuk budaya, dan penggunaan kata 'membangun kembali' tentu menunjukkan bahwa selama ini budaya tersebut di Indonesia telah lama diabaikan meski telah ada sejak masa lampau. Seperti halnya yang disebutkan oleh Staf Ahli Menko Kemaritiman, Tukul Rameyo Adi yang menyebutkan bahwa sejak 8000 SM telah melahirkan perspektif bio-kultur, membentuk pengetahuan tradisi dan kearifan lokal serta kebinekaan budaya, termasuk di dalamnya kemaritiman (KEMENKO MARVES, 2018). Hanya saja ketidakberlanjutannya budaya maritim selama ini pada akhirnya menyulitkan gerak dari perwujudan ide PMD di Indonesia. Tidak menutup kemungkinan kesulitan tersebut juga terjadi pada pilar-pilar lain dalam ide PMD.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menawarkan gagasan secara spesifik dalam pembangunan budaya maritim di Indonesia. Berbicara tentang budaya dalam era kontemporer saat ini, memerlukan pemahaman dalam mengidentifikasi siapa kita-siapa mereka dan pergeseran ini membutuhkan pendekatan ilmu sosial untuk menjangkaunya (Reeves, 2004). Salah satu perkembangan terkini, budaya yang dapat menjangkau

orang banyak disebut sebagai *popular culture*, yang di dalamnya terdapat film, program televisi, musik, buku sampai dengan kartun (Van Riper, 2002). Melalui budaya populer, jangkauan pada orang banyak tidak hanya dari karyanya saja, melainkan juga dapat memunculkan *spillover effect* pada bidang lain yang selanjutnya dalam penelitian ini akan membahas pada bidang pariwisata. Jangkauan pada orang banyak dan *spillover effect* pada bidang pariwisata itulah yang dapat menjadi peluang untuk mempercepat pembangunan kembali budaya maritim Indonesia.

Dari sekian elemen masyarakat di Indonesia pihak yang berinteraksi dan melakukan budaya maritim langsung adalah masyarakat yang tinggal di daerah pesisir. Masyarakat di daerah pesisir memiliki kebiasaan, aktivitas dan norma yang bersinggungan dengan kemaritiman. Posisi sebagai masyarakat di pesisir memiliki potensi menjadi contoh bagi masyarakat di daerah lain untuk mengenal budaya maritim. Pengenalan budaya tersebut dapat dilakukan dengan adanya interaksi yang intens dan digemari oleh masyarakat itu sendiri, yang juga bisa didapat dari kunjungan wisata. Hubungan antara film sebagai budaya populer, aktivitas masyarakat pesisir dan pariwisata menjadi keterhubungan yang konstruktif memberdayakan masyarakat untuk membangun kembali budaya maritim. Poin sebelumnya tentang budaya maritim, membangun kembali dan juga jangkauan orang banyak yang selanjutnya oleh penulis dielaborasi sebagai kebutuhan oleh pemangku kepentingan untuk dapat menghiraukan budaya populer sebagai salah satu instrumen mewujudkan PMD di Indonesia.

2. RUANG LINGKUP

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah melihat identifikasi film *Laskar Pelangi*, film *The Mirror Never Lies* dan Festival Film Bahari #2 sebagai bentuk budaya populer. Karakteristik dari kedua film dan satu penyelenggaraan festival tersebut memiliki keterkaitan dengan budaya masyarakat pesisir di Indonesia. Peneliti kemudian berusaha mendapatkan identifikasi karakteristik sesuai dengan paparan konsep *movie-induced tourism*. Teridentifikasinya karakteristik dari budaya populer di atas sesuai dengan penggunaan konsep *movie-induced tourism* merupakan tujuan dari pelaksanaan penelitian yang dilakukan.

3. BAHAN DAN METODE

Pada bagian ini penulis memaparkan dua subbab yakni subbab pertama membahas tentang konsep *movie-induced tourism* yang diuji dalam penelitian. Kemudian pada subbab kedua penulis menyebutkan tentang desain penelitian yang dilakukan, yang berisi tentang jenis penelitian, teknik pengumpulan data sampai dengan sumber-sumber data yang ditelusuri oleh penulis.

3.1 Konsep *Movie Induced Tourism*

Movie-Induced Tourism merupakan satu terobosan baru dalam dunia wisata yang mulai berkembang populer di beberapa negara. Negara secara khusus mengalokasikan sumber dayanya untuk dapat memastikan aktivitas wisata semakin meningkat dengan mengeksplorasi potensi wisata yang dimilikinya. Secara definisi, *movie-induced tourism* disebut sebagai satu konsep kajian kunjungan wisata pada destinasi atau atraksi yang bersumber dari produksi film, serial televisi atau video promosi wilayah (Cardoso dkk., 2017). Pariwisata yang didasari atau dimulai dari film diperkuat dengan berkembangnya industri hiburan dan meningkatnya perjalanan lintas batas daerah ataupun negara saat ini (Hudson and Ritchie, 2006). Film menawarkan satu semesta baru dalam pikiran manusia tanpa harus beranjak dari tempat menonton, dalam perkembangannya terdapat keinginan untuk menjadikannya nyata sehingga perlu mengalokasikan dana dan waktu untuk memenuhi keinginannya tersebut (Gjorgievski, 2012). Konsekuensi dari pemenuhan 'keinginan' tersebut selanjutnya membuat destinasi wisata baru bermunculan, bahkan konsep *movie-induced tourism* sendiri mengalami perluasan makna.

Konsep kajian ini kemudian memiliki ruang lingkup yang luas dalam memanfaatkan 'film' atau produk audio visual, dalam satu artikel lain disebutkan bahwa terdapat sepuluh cara, yakni kunjungan turis pada lokasi asli syuting sebuah produksi film atau televisi, kunjungan turis pada studio produksi film, kunjungan turis pada taman tematik dan atraksi spesifik dalam sebuah produksi, kunjungan turis pada atraksi tematik yang sama dengan tema sebuah produksi, kunjungan turis pada satu lokasi yang sedang berlangsung sebuah produksi, kunjungan turis pada lokasi yang disiapkan untuk proses produksi, keikutsertaan dalam tur ke lokasi produksi, keikutsertaan dalam tur ke rumah aktor atau aktris, kunjungan turis pada satu festival film, dan terakhir, kunjungan turis pada peluncuran film perdana (Connell, 2012). Kesepuluh cara tersebut dapat menjadi peluang yang besar untuk dapat dimaksimalkan dengan merujuk pada situasi dan kondisi sekitar di Indonesia. Semuanya dapat dilakukan secara keseluruhan ataupun hanya sebagian saja.

Penelitian ini selanjutnya melihat beberapa kemungkinan dari kesepuluh ide *movie-induced tourism* yang dapat ditemui di Indonesia dengan mempertimbangkan fokus pada konteks maritim. Belajar dari pengalaman film produksi tahun 2006 yakni *Borat: Cultural Learnings of America for Make Benefit Glorious Nation of Kazakhstan* yang mengenalkan Kazakhstan menjadi negara yang terbelakang, dan menimbulkan reaksi keras dari pemerintah Kazakhstan (Pratt, 2015). Citra negara Kazakhstan terlanjur dikenal oleh dunia dengan latar dan karakter yang muncul dalam film tersebut dan butuh waktu untuk memulihkan citra sebagai negara yang terbelakang tersebut. Tentu pengalaman Kazakhstan bukan sesuatu yang ideal untuk

Indonesia dengan keragaman karakteristik dan potensi besar yang dimiliki. Identitas sebagai bangsa dengan budaya maritim perlu dikenalkan, tidak hanya pada masyarakat dunia melainkan juga pada tingkat domestik. Film Borat menunjukkan bahwa melalui sebuah film (dengan sisi kontroversialnya) terbukti menjadikan citra satu negara bisa jelek di mata dunia, yang sesungguhnya negara tersebut tidak seperti yang dimunculkan dalam penggambaran di dalam film.

3.2 Penelitian Berbasis Perbandingan Kasus - A *Comparative Case Based Research*

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan perbandingan kasus sebagai karakter utama. Metode penelitian deskriptif merupakan metode yang digunakan dalam penulisan artikel ini. Penelitian tersebut dipilih dengan mempertimbangkan bahwa dalam ilmu sosial terdapat banyak hal yang terlihat tidak memiliki urgensi, namun pada prinsipnya memiliki peran yang penting, atau yang kemudian disebut dengan *imponderabilia*. Fokus yang digunakan dalam penelitian ini kemudian melihat hubungan antara dua atau lebih kasus dengan bertujuan untuk menguji atau mengidentifikasi berdasar kajian literatur yang dipilih (Roselle, Spray & Shelton, 2016). Melalui satu deskripsi gambaran situasi atau peristiwa yang diperbandingkan kemudian dapat digunakan untuk membuat satu putusan kebijakan. Tentu setelah mempertimbangkan segala kesesuaian dengan lokasi yang berbeda dengan yang dilakukan penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik pengumpulan kepustakaan atau referensi dengan mencari, mengumpulkan, mendalami dan meneliti data melalui buku, jurnal, artikel dan sumber literatur lain yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada rentang waktu yakni bulan Juni hingga Agustus 2019 dalam pencarian referensi dan literatur yang mendukung penelitian, termasuk terdapat lokasi khusus yang dijadikan bagian dari penelusuran penelitian adalah Kota Cirebon dan Kabupaten Cirebon terutama pada penyelenggaraan Festival Film Bahari #2 tanggal 15-17 Agustus 2019.

4. PEMBAHASAN

Peneliti dalam bagian ini melihat film Laskar Pelangi, film *The Mirror Never Lies* dan penyelenggaraan Festival Film Bahari #2 sebagai bentuk budaya populer yang dapat berpengaruh pada identitas budaya maritim di Indonesia. *Pertama*, dari dua film yakni Laskar Pelangi dan *The Mirror Never Lies*; keduanya merupakan satu karya fiksi dengan latar tempat yang mengeksplorasi keindahan dan kehidupan masyarakat pesisir. Latar film Laskar Pelangi merupakan potret daerah Belitung yang sesuai dengan latar novelnya yang berjudul sama. Pada beberapa adegan ditunjukkan aktivitas kehidupan masyarakat pesisir, seperti aktivitas pelabuhan dari bongkar muat sampai dengan kegiatan nelayan, tak ketinggalan terdapat eksploitasi pemandangan dari pantai serta pulau kecil di Belitung. Sajian sinematografi dalam

film itulah yang akhirnya membuka peluang potensi wisata untuk dilirik tiap mata yang menyaksikan film tersebut.

Pasca suksesnya film Laskar Pelangi di pasar film Indonesia, dan mulai disebarluaskannya translasi novel Laskar Pelangi berbahasa asing ke berbagai negara di dunia turut meningkatkan kunjungan pariwisata ke Pulau Belitung. Tercatat pada tahun 2009-2010, disebutkan bahwa popularitas Belitung mengalami *booming*, dan berdasar data Badan Pusat Statistik disebutkan bahwa rata-rata kunjungan meningkat sebesar 29 persen dari tahun 2011 sampai 2017 (Portal Informasi Indonesia, 2019b). Bahkan satu dekade kemudian kesuksesan film Laskar Pelangi dilanjutkan dengan penetapan Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Kelayang dengan kegiatan utamanya pada sektor pariwisata, diharapkan mampu menarik investasi sebesar Rp. 20 Triliun hingga 2025, 59.000 wisatawan per tahun serta nilai ekonomi sebesar Rp. 751,4 miliar per tahun (Dewan Nasional KEK RI, 2019). Hal itu menunjukkan bahwa di Indonesia sendiri, suksesnya film Laskar Pelangi memungkinkan untuk mengeksplorasi kekayaan maritim melalui pengenalan pada masyarakat dengan sebuah produksi film. Film Laskar Pelangi berhasil menjadi faktor penarik sekaligus pendorong bagi penontonnya untuk datang ke lokasi pengambilan gambar di Belitung (Wijaya & Rosikha, 2020). Bahkan menyambut potensi kunjungan yang bertambah besar tiap tahunnya, Pulau Belitung juga terus berbenah dalam segi infrastruktur, pembangunan tempat wisata dan *branding* daerah sebagai Bumi Laskar Pelangi.

Sementara pada film *The Mirror Never Lies* karya sutradara Kamila Andini merupakan film drama dengan berlatar pada kehidupan Suku Bajo. Suku Bajo sendiri merupakan potret elemen masyarakat yang tinggal dan hidup dari laut. Film ini diproduksi bersama dengan WWF Indonesia dan Pemerintah Kabupaten Wakatobi dengan tetap mempertahankan konteks sosial dan membawa pesan ramah lingkungan tanpa melepaskan bangunan dramatik sebagai napas utama film (Paquet, 2011). Gambaran lokasi yang dipilih sebagai latar film merupakan kepulauan kecil di daerah *Syllabus* di perairan Wakatobi, hasil laut adalah makanan satu-satunya dan kapal atau perahu merupakan alat transportasi utama (Lee, 2011). Pengambilan gambar menjadi peluang artistik yang memanjakan mata ketika menyaksikan film tersebut. Melalui film tersebut, sebagai penonton tentu mendapati citra Indonesia yang memiliki kekayaan bahari melalui sajian visual di adegan dalam film *The Mirror Never Lies*.

The Mirror Never Lies menjadi instrumen untuk mengenalkan maritim Indonesia dalam perhelatan internasional. Tercatat banyak penghargaan nasional dan internasional diperoleh film tersebut, dari 3 nominasi (*Best Music Director, Best Original Story dan Best New Talent Actor*) dalam Festival Film Indonesia 2011, 4 nominasi (*Best Cinematography, Best Artistic, Best Director dan Best Film*) dalam Festival Film Bandung

2012; selain itu film ini juga diikuti dalam *Cinema International Film Festival 2012 – Amsterdam, Seattle International Film Festival 2012 – Amerika Serikat, Edinburgh International Film Festival 2012, Taipei International Film Festival 2012* dan juga *Melbourne International Film Festival 2012* (Film Indonesia, 2022). Prestasi di atas senada dengan upaya pembuat film untuk menyajikan satu potret langka tentang kekayaan maritim Indonesia, yang kadang kerap dilupakan sebagai warga yang mengaku hidup di nusantara (Pasaribu, 2011). Film *The Mirror Never Lies* tidak hanya sebagai pengenalan budaya maritim Indonesia ke luar negeri, melainkan juga menjadi instrumen untuk masyarakat Indonesia lebih mengenali budayanya sendiri.

Kedua, pada penyelenggaraan Festival Film Bahari #2; penyelenggaraan tersebut merupakan inisiatif generasi muda Cirebon untuk aktualisasi diri dalam bidang perfilman. Pada penyelenggaraan kedua ini, Festival Film Bahari diselenggarakan di beberapa tempat antara lain; Desa Bondet Kabupaten Cirebon, Fahmina Institute Kota Cirebon dan Sekolah Alam Wangsakerta. Ketiga lokasi tersebut dipilih penyelenggara festival dengan pertimbangan telah ada relasi kerja sama dan kedekatan terkait isu kebaharian yang menjadi ide utama festival film ini. Melalui festival tersebut, diselenggarakan juga beberapa kegiatan yang mengenalkan budaya maritim pada pesertanya. Beberapa kegiatan tersebut antara lain; pemutaran film dengan tema bahari baik dari dalam maupun luar negeri, dengan 51 judul film dari dokumentasi di Instagram resmi Festival Film Bahari @festivalfilmbahari. Kemudian terdapat Kelas Pengalaman dengan beberapa kegiatan, antara lain pelatihan membuat jaring, pelatihan membuat ikan asin, hingga menyaksikan pembuatan perahu kayu yang dilakukan pengrajin setempat. Bagi warga sekitar tentu kegiatan-kegiatan tersebut bukanlah hal yang luar biasa, namun bagi peserta atau pengunjung kegiatan itu merupakan hal yang menarik dan menjadi pengalaman berharga.

Seperti tahun sebelumnya, pada penyelenggaraan Festival Film Bahari #2 juga memiliki tema besar sebagai penggerak festival. Tahun 2019 tema yang diangkat adalah “Keluar, Temukan, Rekam!”, dengan bertujuan untuk bisa keluar dari ruang personal, bersentuhan, berhadapan, berdekatan dengan sekitar. Harapannya melalui penyelenggaraan festival ini dapat menjadi ingatan, melalui karya, menginspirasi dan sebagai bahan belajar bersama (Festival Film Bahari, 2019b). Peserta yang hadir tidak hanya dari sekitar Cirebon, melainkan juga dari Jawa Timur, DKI Jakarta, Sumatera Barat, Vietnam dan bahkan dari Hungaria. Kesan yang dalam juga disampaikan oleh salah satu peserta dari Jawa Timur, Ary seorang guru dari Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 3 Kota Batu menyampaikan bahwa Festival Film Bahari #2 merupakan kemas festival yang beda dari umumnya dengan berbagai aktivitas kelas pengalaman yang sangat khas Indonesia (Festival Film Bahari, 2019a). Festival Film Bahari #2

dapat menjadi alternatif hiburan dan sumber pemasukan bagi masyarakat setempat dengan berbagai aktivitasnya. Tentu festival ini harus didukung oleh seluruh pihak dan dijaga konsistensinya untuk dapat diselenggarakan lagi pada tahun-tahun selanjutnya.

Dua film dan satu festival film di atas merupakan beberapa pilihan dari sekian karya atau kegiatan lain yang ada di Indonesia. Kedua film dan satu kegiatan tersebut dipilih penulis berdasar pengalaman pribadi penulis mengikuti proses produksi yang dilakukan ketiganya; pada film *Laskar Pelangi* penulis mengikuti perkembangan proses kreatif dari sejak novel, dalam film *The Mirror Never Lies* penulis memiliki kesempatan untuk bertemu langsung dengan sutradaranya yakni Kamila Andini dan dalam Festival Film Bahari #2 penulis merupakan salah satu pemateri dalam kegiatan tersebut. Berdasar dari 10 cara pemanfaatan film pada konteks pariwisata, berikut tabel yang dapat menjadi pertimbangan potensi terkait *movie-induced tourism* berdasar dua film dan satu festival film yang telah disebutkan sebelumnya.

Tabel 1. Potensi Pemanfaatan *Movie-Induced Tourism*

No.	Cara Pemanfaatan	Laskar Pelangi	The Mirror Never Lies	Festival Film Bahari
1.	Kunjungan turis pada lokasi asli syuting sebuah produksi film atau televisi	√	√	√
2	Kunjungan turis pada studio produksi film	-	-	√
3	Kunjungan turis pada taman tematik dan atraksi spesifik dalam sebuah produksi	√	√	-
4	Kunjungan turis pada atraksi tematik yang sama dengan tema sebuah produksi	-	-	-
5	Kunjungan turis pada satu lokasi yang sedang berlangsung sebuah produksi	-	-	√
6	Kunjungan turis pada lokasi yang disiapkan untuk proses produksi	-	-	√
7	Keikutsertaan	√	√	√

	dalam tur ke lokasi produksi			
8	Keikutsertaan dalam tur ke rumah aktor atau aktris	-	-	√
9	Kunjungan turis pada satu festival film	-	-	√
10	Kunjungan turis pada peluncuran film perdana	√	√	√

Potensi yang tertera dalam Tabel 1 merupakan peluang yang dapat dimaksimalkan dalam tiap penyelenggaraan kegiatan atau produksi serupa di masa mendatang. Potensi-potensi tersebut menunjukkan perlu adanya kerja sama lintas sektor untuk memberikan dampak besar. Salah satu contohnya dalam proses produksi *The Mirror Never Lies* melibatkan Pemerintah Kabupaten Wakatobi, kerja sama seperti ini mulai jamak dilakukan di Indonesia. Pemerintah pusat pun dapat memberikan dukungan yang kuat seperti yang ditunjukkan pada penetapan KEK Tanjung Kelayang dengan memaksimalkan ‘peninggalan’ Laskar Pelangi. Inisiatif-inisiatif mandiri seperti yang ditunjukkan Festival Film Bahari #2 juga menjadi momentum bahwa masyarakat pun dapat berkontribusi untuk membangun daerahnya melalui kegiatan-kegiatan dengan mengusung budaya maritim sebagai identitasnya.

Pada Tabel 1 berdasarkan beberapa perbandingan kasus dalam dua film serta satu festival film dapat dimanfaatkan oleh pemerintah setempat untuk memetakan kekhasan daerah setempat sebagai bagian untuk mempromosikan diri. Tidak hanya sebagai jalan mengenalkan keunikan, namun juga menjadi sarana untuk memahami keunggulan budaya maupun keindahan setempat yang dapat dibangun sebagai citra positif di masyarakat luas. Baik pemerintah pusat maupun secara khusus oleh pemerintah daerah sesungguhnya menyadari bahwa potensi berbasis kedaerahan adalah keharusan untuk dikembangkan serta diberdayakan. Tawaran kreatif melalui produksi karya-karya populer perlu untuk disambut dengan antusias tinggi, sebab di era saat ini antusiasme tersebut digemari oleh masyarakat luas dan khususnya juga masyarakat Indonesia. Karya-karya populer yang dihasilkan itu kemudian dapat menjadi sebuah kebanggaan apabila kemudian mendapat apresiasi seluas-luasnya, tidak hanya secara domestik melainkan juga mancanegara.

5. KESIMPULAN

Berdasar ide *movie-induced tourism* dan melihat beberapa film seperti Laskar Pelangi dan *The Mirror Never Lies*, serta perhelatan Festival Film Bahari #2 menunjukkan bahwa banyak sekali potensi yang dapat dieksekusi dengan menghiraukan budaya maritim di Indonesia. Budaya maritim sesungguhnya telah ada dan

diksi untuk ‘membangun kembali’ sesuai dengan pilar PMD membutuhkan percepatan. Film serta perhelatan festival di atas menunjukkan bahwa budaya maritim dapat dikemas penuh dengan unsur hiburan sehingga dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat. Masyarakat pesisir sebagai elemen masyarakat yang paling dekat dengan budaya maritim perlu diberikan ruang untuk berekspresi menyampaikan pengalaman hidupnya. Melalui potensi yang ada terkait *movie-induced tourism*, masyarakat pesisir dapat berbenah dan memiliki potensi ekonomi yang besar. Masyarakat pesisir kemudian dapat menjadi daya utama untuk memaksimalkan pembangunan budaya maritim melalui kebiasaan-kebiasaan yang selama ini dianggap biasa saja.

Penulis kemudian merekomendasikan satu kebijakan kepada Kementerian Kelautan dan Perikanan RI (KKP RI) untuk dapat mendukung aspek hiburan melalui film untuk proses produksi film dan festival yang mengungkus misi yang sesuai dengan tugas dan fungsi KKP RI. KKP RI juga perlu menyadari bahwa sesuai Kebijakan Kelautan Nasional perlu ada sinergi dengan seluruh pemangku kepentingan untuk mewujudkan PMD (KEMENKO KEMARITIMAN RI, 2017). Dukungan KKP RI dapat ditunjukkan dengan sekurang-kurangnya memberikan supervisi kegiatan yang beririsan dengan tugas dan fungsi KKP RI, tidak khawatir dengan alokasi dana saja. Sudah menjadi satu kewajiban dari tugas KKP RI untuk melaksanakan penelitian serta pengembangan di bidang kelautan dan perikanan (KKP RI, 2022), tentu hal tersebut perlu diiringi dengan memperhatikan selera masyarakat yang mulai sadar dengan wisata, film dan sarat dengan nilai-nilai ramah lingkungan laut. Melalui ide *movie-induced tourism* ini, KKP RI dapat menjalin relasi lintas sektoral tanpa menghilangkan posisi kebijakan kementerian itu sendiri dengan tujuan besarnya adalah mewujudkan PMD dalam cara yang dekat dengan masyarakat.

6. SARAN

Peneliti kemudian melihat bahwa perlu diadakannya penelitian lanjutan terutama dalam segi identifikasi serta dampak strategis yang didapat dari film serta agenda terkait *movie-induced tourism*. Peneliti lain dalam bidang kajian hubungan internasional, pariwisata serta komunikasi dapat berkontribusi untuk melihat kepentingan strategis dari identifikasi *movie-induced tourism* sesuai kepakarannya masing-masing. Melalui pendalaman penelitian berbasis keilmuan tersebut dapat membuka peluang untuk semakin semaraknya produksi film dengan mengangkat eksotisme wilayah-wilayah di Indonesia. Serta mendapatkan alternatif pilihan bagi masyarakat untuk semakin mengenal, memperkenalkan serta memahami keragaman di Indonesia sebagai bekal perwujudan Poros Maritim Dunia sebagai gagasan geopolitik negara melalui budaya populer yang digemari oleh masyarakat luas.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Cardoso, L. *et al.* (2017) 'Film induced tourism: a systematic literature review', *Tourism & Management Studies*, 13(3), pp. 23–30. doi: 10.18089/tms.2017.13303.
- Connell, J. (2012) 'Film tourism – Evolution, progress and prospects', *Tourism Management*. Pergamon, 33(5), pp. 1007–1029. doi: 10.1016/J.TOURMAN.2012.02.008.
- Dewan Nasional KEK RI (2019) *KEK Tanjung Kelayang, Kawasan Ekonomi Khusus*. Available at: <https://kek.go.id/kawasan/KEK-Tanjung-Kelayang> (Accessed: 22 October 2022).
- Festival Film Bahari (2019a) *Festival Film Bahari on Instagram: 'Kesan pesan Pak Ary Agung, guru pendamping dari Batu, Jawa Timur terhadap Festival Film Bahari: #Repost @ary_agung_w ••••• Rangkaian...'*, *Kesan Pesan*. Available at: <https://www.instagram.com/p/B1ltzSuAKJB/> (Accessed: 22 October 2022).
- Festival Film Bahari (2019b) *KELUAR, TEMUKAN, REKAM!*, *Blog Festival Film Bahari*. Available at: <https://festivalfilmbahari.wordpress.com/2019/02/13/keluar-temukan-rekam/> (Accessed: 22 October 2022).
- Film Indonesia (2022) *Penghargaan bagi The Mirror Never Lies (2011)*, *filmindonesia.or.id*. Available at: http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-t018-11-989303_the-mirror-never-lies/award#.Y1N1-nZBzIU (Accessed: 22 October 2022).
- Gjorgievski, M. (2012) 'MOVIE INDUCED TOURISM: A NEW TOURISM PHENOMENON Sinolicka Melles Trpkova', *UTMS Journal of Economics*, 3(1), pp. 97–104. Available at: <http://utmsjoe.mk/files/Vol. 3 No. 1/1-C3-Gjorvievski.pdf>.
- Hudson, S. and Ritchie, J. R. B. (2006) 'Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives', *Journal of Travel Research*, 44(4), pp. 387–396. doi: 10.1177/0047287506286720.
- KEMENKO KEMARITIMAN RI (2017) *Kebijakan Kelautan Indonesia, maritim.go.id*. Available at: https://maritim.go.id/konten/unggah/2017/07/Kebijakan_Kelautan_Indonesia_-_Indo_vers.pdf.
- KEMENKO MARVES (2018) *Hidupkan Budaya Maritim Nusantara Diskusi Peradaban Maritim Tepian Kali Brantas*, *Berita*. Available at: <https://dev.maritim.go.id/hidupkan-budaya-maritim-nusantara-diskusi-peradaban-maritim-tepian-kali-brantas/> (Accessed: 22 October 2022).
- KKP RI (2022) *KKP | Kementerian Kelautan dan Perikanan, Tugas dan Fungsi*. Available at: <https://kkp.go.id/page/139-tugas-dan-fungsi> (Accessed: 22 October 2022).
- Lee, M. (2011) *The Mirror Never Lies: Busan Film Review – The Hollywood Reporter, The Hollywood Reporter*. Available at: <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-reviews/mirror-never-lies-film-review-245620/> (Accessed: 22 October 2022).
- Paquet, D. (2011) *The Mirror Never Lies | Reviews | Screen, Screen Daily*. Available at: <https://www.screendaily.com/the-mirror-never-lies/5032867.article> (Accessed: 22 October 2022).
- Pasaribu, A. J. (2011) *The Mirror Never Lies: Sebuah Arketip Tentang Kehilangan – Cinema Poetica, Cinema Poetica*. Available at: <https://cinemapoetica.com/the-mirror-never-lies-sebuah-arketip-tentang-kehilangan/> (Accessed: 22 October 2022).
- Portal Informasi Indonesia (2019a) *Indonesia.go.id - Indonesia Poros Maritim Dunia, Kebijakan Nasional*. Available at: <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/indonesia-poros-maritim-dunia> (Accessed: 22 October 2022).
- Portal Informasi Indonesia (2019b) *Indonesia.go.id - Laskar Pelangi dan Kebangkitan Destinasi Wisata Kelas Dunia, Profil Kota*. Available at: <https://www.indonesia.go.id/ragam/pariwisata/pariwisata/laskar-pelangi-dan-kebangkitan-destinasi-wisata-kelas-dunia> (Accessed: 22 October 2022).
- Pratt, S. (2015) 'The Borat effect: Film-induced tourism gone wrong', *Tourism Economics*, 21(5), pp. 977–993. doi: 10.5367/te.2014.0394.
- Reeves, J. (2004) *Culture and international: Relations narratives, natives and tourists, Culture and International: Relations Narratives, Natives and Tourists*. doi: 10.4324/9780203486153.
- Van Riper, A. B. (2002) *Science in Popular Culture, a Reference Guide*. Westport Connecticut, London: Greenwood Press.
- Roselle, L., Spray, S. and Shelton, J. (2016) *Research and Writing in International Relations*. Third Edit, *Research and Writing in International Relations*. Third Edit. New York & London: Routledge. doi: 10.4324/9781315508498.
- Wijaya, M. I. and Rosikha, N. A. (2020) 'MOVIE-INDUCED TOURISM AS A POWERFUL TOURISM BRANDING MEDIA (Study Case on "Laskar Pelangi" The Movie)', *Airlangga Journal of Innovation Management*, 1(2), p. 153. doi: 10.20473/ajim.v1i2.20392.