

Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film Pendek “Tema Kotaku Kebanggaanku”

Finky Fitria Weo¹, Sylvania S.E. Mandaru², Abner P.R. Sanga³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Nusa Cendana

ABSTRAK

Film merupakan salah satu bentuk sebuah karya seni yang mampu menjangkau kelompok-kelompok sosial sehingga memiliki potensi yang efektif dalam menyampaikan pesan pada masyarakat. Para pencipta film seringkali menyisipkan unsur-unsur informasi, edukasi, dan persuasi di dalam film yang mereka buat dengan maksud untuk meningkatkan nilai atau *value* dari karya mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi pariwisata di Kota Kupang dalam film pendek *youtube* berjudul "Tema Kotaku Kebanggaanku", dalam penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) adanya keterkaitan antara ketiga makna dari kajian analisis semiotika Roland Barthes yakni denotatif, konotatif, dan mitos dalam rekaman film pendek ini. Masing-masing dari ketiga makna tersebut memiliki keterkaitan melalui *scene-scene* dalam film pendek tersebut. (2) adanya kesamaan atau pencerminan antara *scene-scene* di dalam film pendek ini dengan kenyataan yang terjadi di dalam kehidupan sehari-hari. (3) dalam Film pendek ini tidak ditampilkan secara langsung atau secara terang-terangan bahwa film pendek ini merupakan video promosi. Namun, di dalam film pendek ini terdapat *product placement* (penempatan produk).

Kata-kata Kunci: Semiotika Roland Barthes, Film Pendek, Promosi Pariwisata, Kota Kupang

Roland Barthes Semiotics Analysis on Short Film “Tema Kotaku Kebanggaanku”

ABSTRACT

Film is a form of art that is able to reach social groups so that it has the potential to be effective in conveying messages to the public. Filmmakers often insert elements of information, education, and persuasion in the films they make with the intention of increasing the value of their work. The purpose of this study is to determine the tourism promotion strategy in Kupang City in a YouTube short film entitled "Tema Kotaku Kebanggaanku" using Roland Barthes semiotic analysis. The results of this study are: (1) there is a connection between the three meanings of Roland Barthes' semiotic analysis study, namely denotative, connotative, and myth in this short film recording. Each of the three meanings has a connection through the scenes in the short film. (2) there is a similarity or reflection between the scenes in this short film and the reality that occurs in everyday life. (3) In this short film, it is not shown directly or openly that this short film is a promotional video.

Keywords: Roland Barthes Semiotics, Short Film, Tourism Promotion, Kupang City

PENDAHULUAN

Film merupakan salah satu bentuk sebuah karya seni yang mampu menjangkau kelompok-kelompok sosial sehingga memiliki potensi yang efektif dalam menyampaikan pesan pada masyarakat. Para pencipta film seringkali menyisipkan unsur-unsur informasi, edukasi, dan persuasi di dalam film yang mereka buat dengan maksud untuk meningkatkan nilai atau value dari karya mereka. Selain itu, film dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan ekspresi dan pengembangan seni seseorang, biasanya film digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan yang menurut mereka tidak bisa secara langsung disampaikan secara gamblang, serta film bisa menjadi medium yang tepat bagi seseorang yang ingin mengembangkan bakat seninya.

Terdapat beberapa jenis film yang diproduksi, salah satunya adalah jenis film pendek yang tidak kalah populernya dengan film layar lebar, film pendek dapat dilihat berbagai media massa, termasuk *youtube*. Penelitian ini akan meneliti sebuah film pendek yang terdapat di akun *youtube* bernama @stepimagine. Akun ini bergabung dengan *youtube* pada 18 Agustus 2011 dan memiliki 2,27 ribu *subscriber* dengan jumlah 170.937 *viewers*, dan total video yang telah diposting adalah

35 video hingga ketika penelitian ini dilakukan. Dari 35 video yang telah dibuat oleh akun tersebut, 29 video diantaranya adalah video yang menampilkan tempat-tempat indah di NTT, terlebih lagi di Kota Kupang dan sekitarnya seperti di TTS yang sudah menjadi objek wisata ataupun yang berpotensi menjadi objek wisata. Salah satu video dari *channel* tersebut yang menampilkan objek wisata di Kota Kupang adalah sebuah video yang merupakan film pendek dengan judul ‘Tema Kotaku Kebanggaanku’ yang diunggah pada 6 Maret 2021 dan berhasil meraih 10 besar nasional film pendek dengan tema kotaku kebanggaanku.

Youtube telah menjadi salah satu fenomena global yang merupakan situs berbagi segala macam informasi dalam bentuk video secara online. Mempromosikan destinasi pariwisata melalui *youtube* bukan lagi fenomena yang asing di tengah-tengah masyarakat. *Youtube* sebagai media sosial dapat memfasilitasi pengunggahan konten dalam format video. *Youtube* adalah media sosial yang populer di antara masyarakat, siapa pun dapat mengunggah atau menonton video secara gratis. Di lain sisi, *youtube* memungkinkan komunikasi dua arah dengan penonton di mana penonton bisa dengan cepat memberikan respon terhadap

konten tersebut dengan meninggalkan komentar pada kolom komentar *youtube*. Hal ini memungkinkan *youtube* untuk menjadi sarana promosi termasuk di dalamnya promosi destinasi pariwisata.

Manfaat promosi melalui film dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang karena melihat lokasi dari sebuah film (Hudson & Ritchie, 2006). Dalam penelitian ini yang akan diteliti bukanlah film yang berdurasi panjang ataupun yang tayang di bioskop-bioskop, melainkan film pendek yaitu film yang berdurasi pendek yang simple dan singkat yang menampilkan situasi tertentu dan biasanya berdurasi sekitar 15 menit hingga 30 menit, tidak sampai 60 menit. Selain itu, proses pengambilan gambar juga lebih pendek dan tidak panjang seperti film-film layar lebar.

Maka, berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, disusunlah penelitian dengan judul “Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film Pendek ‘Tema Kotaku Kebanggaanku’ dalam Promosi Pariwisata di Kota Kupang”, untuk mengetahui strategi promosi pariwisata di Kota Kupang melalui media sosial *Youtube* dan dengan harapan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi masyarakat dan pemerintah Kota Kupang untuk mengelola dan mengembangkan tempat-tempat pariwisata ini dengan semakin lebih baik lagi sebagai objek

wisata sejarah yang ada di Kota Kupang, terutama menggunakan berbagai media informasi dan komunikasi yaitu salah satunya adalah *youtube*.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan pendekatan kualitatif yang digunakan, maka penelitian ini akan menggunakan jenis metode kualitatif deskriptif yaitu pengumpulan data dalam bentuk kalimat dan bukan angka. Metode kualitatif adalah pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen. Menurut (Kriyantono, 2006) penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, serta akurat, dan tidak bertujuan untuk mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis ataupun membuat prediksi. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengumpulkan data dan informasi tentang status gejala yang ada, yaitu apa yang terjadi pada saat penelitian dilakukan. Metode deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk menggambarkan sebuah objek dan menghubungkannya dengan masalah yang diteliti, yaitu mengenai strategi pariwisata

di Kota Kupang yang diaplikasikan melalui media online Youtube, terutama dalam menyebarkan informasi mengenai objek wisata di Kota Kupang dan bagaimana dampak dari hal tersebut. Dasar dari penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes yang menelusuri tentang makna dengan pendekatan budaya, dimana Barthes membahas pemaknaan terhadap tanda dengan menggunakan tiga tahap pemaknaan yaitu denotasi (makna sesungguhnya), konotasi (makna kiasan), dan mitos. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika, maka tidak ada subjek penelitian dan hanya menggunakan objek penelitian. Objek penelitian dan unit analisis dalam penelitian ini adalah scene-scene yang terdapat dalam film pendek dari akun youtube @stepimagine yang berjudul ‘Tema Kotaku Kebangganku’. Dalam penelitian ini, sumber data utama dalam penelitian ini adalah film pendek berjudul ‘Tema Kotaku Kebanggaanku’ yang bisa ditemukan di platform youtube dan juga sumber data sekunder yang berupa

data tertulis seperti jurna, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi dan literature/dokumentasi dan teknik validasi datanya menggunakan triangulasi sumber data yaitu menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai sumber dan perolehan data (dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi, gambar/foto, serta video) dan teknik analisi datanya adalah, setelah data primer dan data sekunder terkumpul, kemudian diklasifikasi sesuai dengan pertanyaan penelitian yang telah ditentukan. Setelah data terklasifikasi, dilakukan analisis data melalui analisis semiotika Roland Bartes, waktu dan lokasi penelitian Penelitian ini akan berlangsung selama 3 bulan dan akan dilakukan secara virtual dengan meneliti dan mengamati video film pendek youtube yang berjudul ‘Tema Kotaku Kebangganku’, dan akan lebih terfokus pada objek-objek bersejarah yang terdapat di dalam film pendek tersebut yaitu Monumen Patung Tirosa di

Kecamatan Oebobo, Taman Patung Sonbai di Kecamatan Kota Lama, Taman Patung Ina Bo'I di Kecamatan Kelapa Lima, Meriam PD II di Kecamatan Kelapa Lima, dan Klenteng Siang Lay atau Rumah Abu Keluarga Lay di Kecamatan Kota Lama

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menyelesaikan identifikasi masalah diatas, maka peneliti mengambil lima *scene* yang memiliki pesan terkait dengan sejarah dan keunikan yang ada di Kota Kupang yang telah dianalisis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, sebagai berikut:



(Sumber: Peneliti, 2022)

Foto 1. *Scene 1, 00:03:01*

Makna Denotasi: Pada gambar diatas menampilkan monumen patung 3 pria dewasa dari jarak jarak dekat, yang memperlihatkan masing-masing dari 3 pria dewasa tersebut yang memegang sesuatu ditangan mereka.

Makna Konotasi: Konotasi yang terdapat dalam *scene* ini adalah pria di sebelah kiri (jika dilihat dari depan) adalah Prof. Dr. Ir. Herman Johannes yang memegang sebuah

obor, kemudian pria ditengah adalah Hendrik Arnold Koroh yang memegang cangkul, dan pria disebelah kanan adalah El Tari yang memegang anakan tanaman.

Mitos: Melalui konotasi pada gambar diatas, pemaknaan yang sudah adalah sebelumnya adalah obor yang dipegang oleh Prof. Dr. Ir. Herman Johannes memiliki makna ilmu atau kepintaran dan kejeniusan yang dimiliki oleh Prof. Dr. Ir. Herman Johannes dalam bidang sains dan teknik. Kedua, makna cangkul yang dipegang oleh Hendrik Arnold Koroh adalah kejayaan dalam bidang pertanian di Amarasi yang berhasil diciptakan oleh beliau ketika menjadi Raja Amarasi. Ketiga, makna dari tunas atau anakan tanaman yang dipegang oleh El Tari adalah simbol dari motto yang beliau miliki yaitu “tanam, sekali lagi tanam”, dengan tujuan untuk melestarikan pepohonan. Jadi mitos yang ada pada *scene* ini adalah obor yang dianggap sebagai lambang yang mewakili hal-hal positif seperti semangat juang dan lambang ilmu pengetahuan, cangkul dikatakan sebagai simbol yang berkaitan dengan ekonomi dan kemakmuran, khususnya dalam bidang pertanian, dan anakan /tunas tumbuhan yang digambarkan sebagai simbol pertumbuhan dan kemakmuran.



(Sumber: Peneliti, 2022)
Foto 2. Scene 2, 00:02:57

Makna Denotasi: Pada gambar diatas tampak patung seorang laki-laki yang dengan gagah menunggangi kudanya sambil menunjuk kearah depan.

Makna Konotasi: Pria di patung tersebut adalah Raja Sobe Sonbai III. Makna konotasi dalam gambar ini adalah seorang raja yang menunggangi kuda dimaknai sebagai jiwa ksatria, patriotisme, dan kepahlawanan untuk membela dan mempertahankan hak-hak milik rakyat yang dirampas oleh bangsa penjajah.

Mitos: Berdasarkan makna konotasi diatas, mitos pada *scene* ini adalah jika dua kaki depan pada patung kuda terangkat, hal itu menandakan bahwa sang tokoh wafat di medan perang. Namun, berdasarkan informasi dan pengetahuan yang ada, Raja Sobe Sonbai III meninggal dunia ketika beliau ditawan di Kupang, terdapat informasi bahwa beliau meninggal akibat ditembak oleh tentara Belanda. Dikatakan bahwa beliau meninggal dengan status sebagai tawanan perang.



(Sumber: Peneliti, 2022)
Foto 3. Scene 3, 00:04:08

Makna Denotasi: Dari yang terlihat dalam *scene* tersebut terdapat sebuah monumen seorang perempuan yang duduk sambil bermain sebuah alat musik tradisional Sasando. Di belakang perempuan tersebut terdapat patung Sasando sama seperti yang ia mainkan namun berukuran berkali-kali lipat lebih besar. Kemudian dibagian bawah, terdapat 3 patung patung perempuan yang sedang menari menggunakan selendang disebelah kiri monumen dan 3 patung perempuan yang masing-masing sedang memegang sebuah wadah disebelah kanan patung besar tersebut.

Makna Konotasi: Alat musik yang dimainkan oleh perempuan tersebut adalah alat musik tradisional Sasando. Dari gambar potongan *scene* diatas terdapat makna konotasi yaitu sang perempuan yang memainkan alat musik Sasando tersebut untuk mengiringi para penari yang ada di sebelah kiri dan kanannya.

Mitos: Sesuai dengan nama taman yang menjadi lokasi monumen patung tersebut, patung ini dinamakan Patung Ina Bo'I.

Nama ini sendiri bukan saja hanya sekedar nama, namun memiliki arti. Ina adalah panggilan untuk seorang perempuan dalam Bahasa Sabu, sedangkan Ina Bo'i dalam Bahasa Rote berarti ibu tersayang. Dikatakan bahwa pembuatan Sasando terinspirasi dari pekerjaan laba-laba. Diceritakan bahwa pada zaman dahulu, di pulau Rote ada seorang lelaki yang terkesima dengan jaring laba-laba yang ada pada haik miliknya, dan ketika tertiuip angin, terdengarlah alunan suara dari jaring laba-laba tersebut, dan *haik* yang berfungsi sebagai alat resonansi (alat untuk membuat gema pada suara. **haik*: wadah penampung air yang terbuat dari daun lontar.



(Sumber: Peneliti 2022)
Foto 4. Scene 4, 00:09:03

Makna Denotasi: Makna denotasi pada scene ini adalah sang pemeran utama mengunjungi sebuah bangunan berwarna merah dan kuning yang pada memiliki tulisan dalam bahasa asing di bagian depannya.

Makna Konotasi: Bangunan tersebut adalah Rumah Abu Keluarga Lay. Sesuai dengan ciri khas bangunan tersebut yang berwarna merah-kuning yang biasanya

digunakan sebagai warna bangunan masyarakat Tionghoa. Bangunan ini merupakan rumah doa bagi masyarakat Tionghoa yang ada di Kupang untuk beribadah atau mendoakan leluhur mereka. **Mitos:** Nama bangunan tersebut sebelumnya adalah Kelenteng Siang Lay yang sudah berdiri sejak tahun 1865, tempat ini menjadi penanda kedatangan masyarakat Tionghoa ke NTT. Pada sekitaran tahun 1800an terdapat beberapa kelenteng yang dibangun oleh warga Tionghoa yang bermigrasi di NTT, namun akibat terjadinya Perang Dunia II, hanya tersisa Kelenteng Siang Lay ini yang sekarang lebih disebut sebagai Rumah Abu Keluarga Lay. Dikatakan bahwa yang datang ke tempat ini haruslah orang yang merupakan keturunan Marga Lay. Namun seiring berjalannya waktu, terdapat orang-orang diluar marga Lay yang datang ke tempat ini sebagai pengunjung atau untuk melakukan penelitian, tetapi tentu saja tetap harus mendapatkan izin terlebih dahulu dari penjaga Rumah Abu ini.



(Sumber: Peneliti, 2022)
Gambar 5. Scene 5, 00:09:30

Makna Denotasi: Pada *scene* diatas memperlihatkan sang pemeran utama yang sedang memotret papan nama cagar budaya Meriam PD II dan di belakang papan tersebut terdapat sebuah meriam.

Makna Konotasi: Makna konotasi pada *scene* ini adalah meriam tersebut merupakan bukti nyata lainnya bahwa Kota Kupang juga pernah menjadi bagian dari Perang Dunia II, dan masyarakatnya juga pernah dijajah dan berjuang untuk kemerdekaan.

Mitos: Dikatakan bahwa meriam berasal dari nama Maria(m), nama tersebut sering diucapkan orang-orang Portugis ketika menggunakan senjata tersebut dalam pertempuran. Dikatakan juga bahwa meriam ini ditempatkan oleh tentara sekutu untuk melawan Jepang pada masa perang dulu yaitu pada tahun 1942.

Film pendek ‘Tema Kotaku Kebanggaanku’ ini dapat digolongkan sebagai film pariwisata karena memenuhi unsur-unsur film pariwisata. Film pendek dalam penelitian ini memiliki *opening* yang cukup menarik yaitu dimulai dengan pemandangan laut dan sebuah pohon di pinggir laut tersebut. *storytelling* yang kreatif juga terdapat di dalam film pendek ini, dimana pada awal film terdapat sebuah monolog dari narator yang cukup menarik. Gambar dan nama objek wisata juga terpampang jelas dalam film pendek ini,

yang menampilkan keistimewaan dan keunikannya masing-masing, dan dari segi komponen pengambilan gambar visual suara, musik, serta pengambilan *shoot* juga cukup bagus dan menarik, seimbang sesuai proporsi masing-masing. Dalam keterkaitannya dengan promosi wisata, film pendek ini termasuk ke dalam kategori publikasi melalui media massa karena memanfaatkan *youtube* sebagai media untuk menyampaikan pesan pada masyarakat tanpa melakukan promosi secara langsung. Analisis semiotika Roland Barthes yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pemikiran dan pendapat orang-orang atau masyarakat memiliki arti, baik hal yang benar-benar terjadi maupun hal yang hanya simpang siur atau belum tentu kebenarannya. Hal ini sesuai dengan paradigma yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu paradigma interpretif yang menjelaskan bahwa pengetahuan dan pemikiran publik memiliki arti dan makna yang berasal dari individu dan tertuju pada pengalaman dan kehidupan sehari-hari. Selain itu teori konstruktivisme sosial yang termasuk dalam paradigam interpretif juga menjelaskan bahwa realitas kehidupan yang kita tinggali saat ini terbentuk atau berasal dari waktu ke waktu, melalui proses komunikasi serta sejarah yang terjadi.

Pada analisis yang telah diatas, peneliti mengemukakan bahwa hasil penelitian ini memiliki berbagai macam maksud, sebagai berikut.

1. Peneliti menemukan adanya keterkaitan antara ketiga makna dari kajian analisis semiotika Roland Barthes yakni denotatif, konotatif, dan mitos dalam rekaman film pendek ini. Masing-masing dari ketiga makna tersebut memiliki keterkaitan melalui *scene-scene* dalam film pendek tersebut. Dalam membuat sebuah film, meskipun hanya sebuah film pendek memiliki durasi yang tidak lebih panjang dari film-film layar lebar, namun tetap saja ide-ide untuk alur ceritanya harus original sehingga film tersebut dapat memiliki sudut pandang, gaya, serta teknik yang berbeda dari film pendek lain yang pernah ada. Alur cerita dari film pendek “Tema Kotaku Kebanggaanku” dibuat dari sudut pandang sang pemeran utama, yaitu Gaby yang merupakan seorang fotografer. Dengan menggunakan tempat-tempat indah dan memiliki nilai sejarah atau makna lain dibalik objek-objek tersebut, menjadikan hal itu sebagai keunikan dari film pendek tersebut sehingga dapat

menjadi nilai tambah tersendiri yang kemudian peneliti jadikan sebagai objek penelitian.

2. Peneliti menemukan adanya kesamaan atau pencerminan antara *scene-scene* di dalam film pendek “Tema Kotaku Kebanggaanku” dengan kenyataan yang terjadi di dalam kehidupan sehari-hari. Contohnya pada salah satu *scene* di menit 4:19 – 4:40 yang menampilkan Gaby yang sedang membeli sirih-pinang di pasar. Mengonsumsi sirih-pinang sendiri sudah menjadi kebiasaan dan budaya yang ada di Kota Kupang, sering dilakukan oleh orang tua-orang tua kita serta ada beberapa anak muda yang juga mengonsumsi sirih-pinang.
3. Berkaitan dengan promosi pariwisata di Kota Kupang, peneliti menemukan dalam video film pendek “Tema Kotaku Kebanggaanku” tidak ditampilkan secara langsung atau secara terang-terangan bahwa film pendek ini merupakan video promosi. Namun, di dalam film pendek ini terdapat *product placement* (penempatan produk) yang dalam hal ini adalah lokasi-lokasi indah dan bersejarah yang ada di Kota Kupang. Dengan

adanya *product placement* yang sesuai yakni menempatkan lokasi-lokasi indah dan bersejarah sebagai latar tempat di dalam film pendek ini dapat menyajikan keindahan dan keunikannya pada para penonton.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa film pendek ini memiliki makna denotatif, konotatif, dan mitos untuk membuktikan adanya unsur makna dibalik film singkat tersebut. Film pendek ini mengusuh tema perjalanan wisata sejarah pada sebuah kota, yakni Kota Kupang. Pada deskripsi dan dalam film ini pun sebenarnya tidak dicantumkan penjelasan bahwa film ini merupakan film yang bertujuan untuk maksud promosi, namun channel youtube yang mengunggah film pendek ini merupakan channel yang berisikan video-video 62 singkat lainnya yang berkaitan dengan keindahan Kota Kupang dan tempat-tempat lainnya yang ada di Nusa Tenggara Timur, dan ada beberapa video dari channel tersebut yang bekerja sama dengan Pesona Indonesia yang merupakan sebuah kampanye pariwisata dalam Indonesia yang dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI untuk mempromosikan tempat-tempat wisata di Indonesia. Keterbatasan dari penelitian ini adalah menggunakan peneliti hanya

menggunakan analisis Roland Barthes peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat diterima dan menjadi suatu referensi bagi penelitian pada bidang lainnya seperti studi media video/film dan lainnya yang berkaitan dengan rekaman video atau film dan Peneliti harapan dapat dimanfaatkan menjadi bahan rujukan bagi para peneliti selanjutnya yaitu dalam program studi Ilmu Komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhika, A. (2019). Penggunaan Video Promosi Wisata Melalui Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 26–30.
- Andih, D. C. (2018). Peran Media Sosial (Facebook, Instagram, Youtube) Dalam Menarik Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Tetempangan Hill Kab. Minahasa Prov. Sulawesi Utara. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 13(1), 74–80.
- Bakry, N. (1994). *Tuntunan Praktis Metodologi Penelitian*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation* (E. B. Supriyanto (ed.)). Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Creswell, J. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta.
- Hudson & Ritchie. (2006). Promoting Destination via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives. *Journal of Travel Research*.
- Lestari, D. A., Suhartanto, D., Amalia, F. A., & Kunci, K. (2020). Pengaruh 70 Pariwisata Film terhadap Minat Berkunjung: Penelitian Kasus Film

- “Ada Apa dengan Cinta 2”, 26–27.
- Mayasari, D. (2014). STRATEGI PROMOSI PARIWISATA PULAU DERAWAN (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Berau Kalimantan Timur Dalam Upaya Menjadikan Pulau Derawan Sebagai Tujuan Wisata). 10–11.
- Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif* (B. P. R. Rosdakarya (ed.); Cetakan 40).
- Saraswati, Z., & Sekarnegara, Y. (2022). YOUTUBE AS AN ALTERNATIVE MEDIUM FOR APPRECIATING. 14(1).
<https://doi.org/10.33153/capture.v14i1.4056>
- Sinulingga, S., Pardosi, J., Cahya, B. N., & Siahaan, H. (2020). Pembuatan Film Wisata Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Desa Rumah Galuh Kabupaten Langkat. 6.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi, Yogyakarta.
- Yudaninggar, K., & Ajibulloh, A. A. (2019). Mengkaji Ulang Strategi Promosi Pariwisata Melalui Film. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 4(2), 149–165.