

EKRANISASI KARYA SASTRA TRAVELING SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA INDONESIA

Fifi Nofiyanti¹, Rina Fitriana², Ira Mayasari³

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, ² Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti,
³ Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

IKPN Bintaro Tanah Kusir Pesanggrahan
E-mail : fifi.nofiyanti17@stptrisakti.ac.id¹, rinafitriana@stptrisakti.ac.id²,
iramayasari@stptrisakti.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini tentang ekranisasi karya sastra traveling sebagai media promosi wisata Indonesia. penelitian ini untuk mengetahui tiga karya sastra traveling yang dipilih sebagai objek penelitian. Novel tersebut telah melakukan ekranisasi atau alihwahana novel menjadi film yang mampu menjadi media promosi wisata. Metodologi penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dalam penelitian ini menggunakan alat bantu kuisioner dan wawancara, selain melihat secara langsung keadaan di lokasi penelitian yang sesuai dengan novel dan ekranisasi film. Teknik pengumpulan data dengan kajian literatur hingga menentukan 3 novel yang melalui ekranisasi (alih wahana novel menjadi film), serta melakukan survei pada lokasi-lokasi yang diceritakan dalam novel dan pengubahan film. Hasil penelitian diperoleh bahwa novel laskar pelangi, 5 cm, dan dilan 1990 dikaji dengan teori promosi berkaitan dengan menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk. ketiga novel tersebut mampu menerapkan 3 poin promosi, sehingga objek wisata yang diceritakan dalam novel dapat mendatangkan wisatawan. Laskar pelangi di Belitung berhasil mendatangkan wisatawan bukan hanya di objek laskar pelangi (pulau batu berlayar), namun membawa wisatawan ke objek lokasi lainnya. Proses ekranisasi novel 5 cm menjadi film layar lebar berhasil membuat para penonton terpengaruh dan terbujuk untuk melihat secara langsung lokasi yang terdapat pada film tersebut. Ekranisasi dari novel Dilan 1990 mendatangkan wisatawan ke jalan Asia Afrika di Bandung, lokasi yang dijadikan pusat wisata bagi pengunjung ke Bandung. Hal ini menjadi alat bantu promosi wisata, karena dapat meningkatkan jumlah wisatawan pada lokasi tersebut. Belitung yang tidak pernah diketahui masyarakat, kini menjadi objek wisata bagi masyarakat.

Kata kunci : *Ekranisasi, Karya Sastra, Traveling, Promosi, Wisata*

ABSTRACT

This research is about the expansion of traveling literary works as a medium for promoting Indonesian tourism. This research is to find out three traveling literary works which were chosen as research objects. The novel has carried out ekranisasi or conversion of the novel into a film that is able to become a tourist promotion media. This research methodology uses a qualitative descriptive method, in this study using a questionnaire and interview aids, in addition to

seeing firsthand the situation at the study site in accordance with the novel and film expansion. Data collection techniques with the study of literature to determine 3 novels through ecranization (transfer of novels into films), as well as conducting surveys at locations told in the novel and changing the film. The results showed that the novel *Laskar Pelangi*, 5 cm, and in the 1990s were studied with promotion theory relating to informing, influencing, and persuading. The three novels are able to implement 3 promotional points, so that the attractions told in the novel can bring tourists. The rainbow warriors in Belitung succeeded in bringing tourists not only in the rainbow laskar (sailing stone island), but also brought tourists to other location objects. The process of ecranisasi 5 cm novel into a big screen film succeeded in making the audience affected and persuaded to see first hand the location contained in the film. Ecranisasi from the Dilan 1990 novel brings tourists to the Asia-Africa road in Bandung, a location that is used as a tourist center for visitors to Bandung. This is a tourist promotion tool, because it can increase the number of tourists at these locations. Belitung, which has never been known to the public, is now a tourist attraction for the community.

Key words: *Ecranization, Literature, Traveling, Promotion, Tourism*

1. PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia sudah menjadi tujuan utama masyarakat untuk dikunjungi saat liburan. Berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya, pariwisata tidak terlalu dilirik oleh masyarakat. Hal ini tentunya akibat pengaruh dari media promosi yang semakin berkembang dan canggih. Menurut undang-undang no. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata merupakan kegiatan wisata yang didukung layanan dan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah, pengusaha, maupun masyarakat. Wilayah yang dikenal destinasi wisatanya, akan meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat sekitar, serta mengurangi jumlah pengangguran. Perlu adanya berbagai lapisan masyarakat untuk bersama-sama membangun promosi wisata, untuk tercapainya tujuan bersama. Era digital saat ini memang

mengedepankan *cyber promotion*, tapi tidak melupakan berbagai aspek media promosi yang ditampilkan untuk mengenalkan destinasi wisata Indonesia.

Bahasa juga merupakan media penyampaian promosi yang dominan dalam mengenalkan destinasi wisata. Jargon-jargon, kalimat indah, dan bahasa promosi yang digunakan turut menyumbangkan peran promosi wisata. Berasal dari bahasa kemudian menjadi cerita yang disampaikan dalam karya sastra. Peran penyair juga memberikan sumbangsih pada promosi destinasi wisata Indonesia. Melalui cerita yang disampaikan, membuat pembaca mampu mendeskripsikan suasana tempat kejadian cerita dan menumbuhkan rasa keingintahuan pembaca tentang lokasi yang dituliskan oleh penyair. Beberapa karya sastra berupa novel yang

ditulis penyair Indonesia menceritakan tentang latar tempat dan suasana yang terdapat di beberapa destinasi wisata.

Proses mengubah karya sastra tertulis menjadi media film atau layar lebar disebut ekranisasi. Pada proses ekranisasi ini terlebih dahulu mengubah karya sastra menjadi skenario film dan dikaji oleh sutradara. Beberapa novel pernah dilakukan proses ekranisasi dan mendapat sambutan yang disukai oleh para penikmat film, karena dapat melihat secara langsung visual dari buku-buku sastra yang mereka baca. Pada tahun 2005 muncul novel yang berjudul *Laskar Pelangi* karya Andrea Hirata. Menurut Kustanti (2016:187), *Laskar Pelangi* pada awalnya tidak bertujuan untuk ditulis menjadi sebuah novel, tetapi hanya sebuah memoar masa kecil Andrea saat bersekolah di sebuah SD Muhammadiyah di Belitong Timur, Bangka Belitung. Buku tersebut ditujukan untuk gurunya, Ibu Muslimah Hafsari, sebagai wujud apresiasi terhadap seorang guru teladan yang membimbingnya dan memotivasinya untuk maju terus mengejar pendidikan setinggi-tingginya.

Bahasa yang disampaikan oleh penyair tentang wilayah Belitung mampu membuat pembaca berimajinasi. Andrea juga melukiskan indahnya pulau tersebut dan suasana disana. Hingga akhirnya pada tahun 2008 novel tersebut difilmkan, karena penjualan novel yang *best seller*. *Laskar Pelangi* melalui proses ekranisasi yang menggambarkan keadaan Belitung dalam novel tersebut.

Pengubahan tersebut mendapat apresiasi dari penonton dan penikmat sastra. Beberapa karya sastra dibuat oleh penyair menceritakan tentang keindahan alam Indonesia dan merupakan bagian dari destinasi wisata. Kurangnya penggunaan ekranisasi karya sastra *traveling* membuat promosi wisata yang belum terkenal kurang diminati. Karena promosi wisata sangatlah penting dan dapat dilakukan dengan berbagai cara.

Tujuan Khusus :

Tujuan khusus dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui ekranisasi karya sastra *traveling* sebagai promosi wisata, sejauh mana karya sastra telah dilakukan ekranisasi menjadi film dan dapat membantu promosi pariwisata di Indonesia.

Urgensi Penelitian

Urgensi penelitian ini yaitu untuk memajukan promosi wisata di Indonesia dengan karya sastra dan ekranisasi karya sastra, dengan tema karya sastra *traveling*.

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu metode yang bersifat memaparkan gambaran yang secermat mungkin mengenai individu, keadaan bahasa, gejala atau kelompok tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan alat bantu kuisioner dan wawancara, selain melihat secara langsung keadaan di lokasi penelitian yang sesuai dengan novel dan ekranisasi film. Teknik pengumpulan data dengan kajian literatur hingga menentukan 3

novel yang melalui ekranisasi (alih wahana novel menjadi film), serta melakukan survei pada lokasi-lokasi yang diceritakan dalam novel dan perubahan film. Pembatasan ini dilakukan karena adanya proses penelitian lebih lanjut hingga menemukan bahwa ekranisasi karya sastra *traveling* ini mampu menjadikan promosi wisata Indonesia. Karena adanya tindak lanjut peneliti ke lokasi tujuan wisata yang terdapat dalam novel, untuk melihat dan mendata secara nyata kejadian di lapangan.

Proses penelitian ini yaitu:

1) mencari sumber data karya sastra *traveling*, 2) membaca karya sastra *traveling*, 3) mengkaji isi karya sastra dengan teori promosi Tjiptono, 4) mengkaji karya sastra *traveling* yang telah melalui ekranisasi, 5) menganalisis ekranisasi karya sastra membantu promosi wisata, 6) penelitian lapangan ke lokasi wisata sesuai novel.

Moleong (2010:11) menyatakan bahwa data yang dikumpulkan dalam metode deskriptif adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.

Berikut ini diagram alir penelitian:

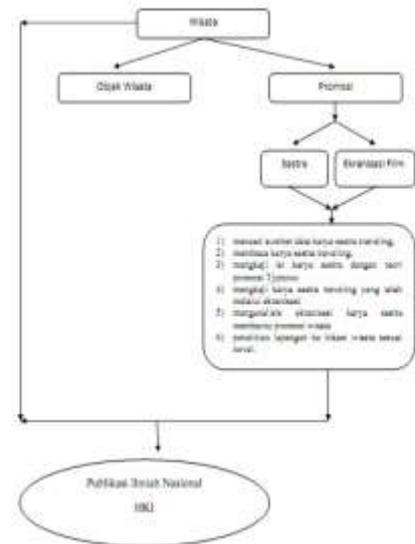


Diagram 1: diagram alir

3. LANDASAN TEORI

A. Ekranisasi

Menurut Martin (2017:95) dalam jurnal Kata, ekranisasi tidak lepas dari keterkenalan awal suatu karya. Sutradara menjadikan hal itu sebagai pijakan awal untuk lahirnya film yang sukses. Salah satu novel yang dijadikan film adalah *Surga yang Tak Dirindukan* karya Asma Nadia. Novel *Surga yang Tak Dirindukan* bukanlah satu-satunya karya Asma Nadia yang difilmkan.

Pratista (2008:3) mengatakan “Bahasa film adalah kombinasi antara bahasa suara dan bahasa gambar”. Sineas meawarkan sebuah solusi melalui filmnya dengan harapan tentunya bisa diterima dengan baik oleh yang menonton. Melalui pengalaman mental dan budaya yang dimilikinya, penonton berperan aktif secara sadar maupun tidak sadar untuk memahami sebuah film.

Teori tentang ekranisasi bersumber dari Eneste, sehingga peneliti menggunakan teori asli pada tahun terbitan buku tersebut. Teori ekranisasi yang paling pertama bersumber dari Eneste pada tahun 1991. Menurut Isnaniah (2015:29), ekranisasi bisa juga diartikan sebagai terjadinya perubahan pada proses penikmatan. Novel dinikmati dengan membaca, sementara film cara menikmatinya dengan menonton. Begitu juga perubahan dari sebuah bentuk kesenian yang bisa dinikmati pada saat-saat tertentu dan tempat-tempat tertentu pula. Dalam proses ekranisasi tentu akan menimbulkan berbagai perubahan. Proses perubahan tersebut misalnya terjadi pada perubahan alat-alat yang dipakai yakni mengubah dunia kata-kata menjadi dunia gambar-gambar yang bergerak secara berkelanjutan. Proses penggarapan antara novel dan film juga berbeda, novel adalah hasil kreasi individual dan merupakan hasil kerja perseorangan sedangkan film merupakan hasil kerja yang melibatkan banyak orang antara lain produser, penulis skenario, sutradara, juru kamera, penata artistik, perekam suara, pemain. Selain itu, terjadi pula perubahan pada proses penikmatan, yakni dari membaca menjadi menonton, penikmatnya sendiri berubah dari pembaca menjadi penonton.

2.1.2. Promosi Wisata

Menurut Wirasasmita (2002: 399), promosi (*promotion*) adalah usaha atau upaya untuk memajukan

atau meningkatkan; misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha. Menurut Tjiptono (2008:219), tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut Dimuat dalam jurnal penulis Casimeira dan Mahagangga (2016:44), pariwisata merupakan suatu hal yang memiliki peran penting dalam perkembangan suatu negara. Oleh karena itu sektor pariwisata di berbagai negara dikembangkan. Terlebih lagi pada era tahun 2000 hingga 2018, masyarakat sedang mencintai dunia wisata.

Menurut Alma (2006:179), promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen. Berbagai cara dapat digunakan untuk mempromosikan barang, jasa, wisata atau lainnya. Promosi dapat menggunakan media cetak, media visual, media audio, hingga media internet. Jenis promosi yang digunakan untuk mengenalkan pada konsumen, terutama untuk wisata yang ada di Indonesia telah dilakukan berbagai cara. Melalui program *Wonderful Indonesia*, kini objek wisata di Indonesia makin dikenal masyarakat. Menurut Swasatha (2005: 349), promosi dapat dilakukan berdasarkan pada tujuan-tujuan yaitu modifikasi

tingkah laku, memberitahu, membujuk, dan mengingatkan.

Menurut Purnomo (Media Indonesia.com), sejak tahun 2012 setelah di film *Laskar Pelangi* jumlah kunjungan wisatawan baik asing maupun lokal meningkat. Di tahun 2014 kembali terjadi peningkatan untuk wisatawan asing 2.361 orang sedangkan wisatawan lokal mencapai 282.969 orang totalnya 285.329 orang. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa perubahan karya sastra menjadi film mempengaruhi wisatawan yang datang ke lokasi wisata yang diceritakan.

Adapun *state of the art* peneliti yaitu:



Diagram 2: state of the art

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini didapatkan dari membaca novel traveling, survei ke lokasi destinasi wisata dalam novel, dan ekranisasi film

Hasil Pengumpulan Data

Hasil analisis data pada penelitian ini melalui beberapa tahap:

1) Mencari sumber data karya sastra traveling

Pada tahap ini peneliti mencari karya sastra yang ditulis oleh penulis Indonesia, menceritakan keindahan Indonesia, dan berhubungan dengan traveling. Diperoleh beberapa karya sastra yang sesuai dengan kriteria. Adapun karya sastra yang terpilih yaitu *Hujan Bulan Juni*, *5 CM*, *Dilan 1990*, *Laskar Pelangi*, dan *Genduk*. Karya-karya sastra tersebut merupakan karya penulis Indonesia yang telah dipilih oleh peneliti sebagai karya sastra traveling. Namun setelah melakukan tahap membaca karya sastra, maka akan dipilih karya sastra yang dominan menceritakan traveling dan mendapat proses ekranisasi menjadi film.

2) Membaca karya sastra traveling

Pada tahap kedua membaca karya sastra didapatkan hasil sebagai berikut:

a. *Hujan Bulan Juni*

Novel *Hujan Bulan Juni* merupakan kumpulan puisi Sapardi Djoko Damono yang dibukukan dan diterbitkan oleh Grasindo. Novel ini menceritakan dengan kisah cinta antara dua orang yang berbeda suku, budaya, dan agama. Pingkan tokoh wanita dalam novel ini berhasil meraih cita-citanya untuk kuliah di Jepang. Novel ini menggunakan bahasa-bahasa syair yang perlu dipahami. Kisah cinta Pingkan dan Sarwono tidak disetujui oleh kedua keluarga. Dalam novel tersebut mengangkat latar di

Jakarta, Solo, dan Manado. Namun, unsur latar yang diceritakan tidak terlalu banyak membahas lokasi wisata maupun keindahan di lokasi Hujan Bulan Juni.

b. *5 CM*

Novel *5 cm* merupakan karya dari Donny Dhiringantoro yang menceritakan tentang persahabatan dan cinta. Dalam novel ini diceritakan tentang kisah persahabatan yang mengadakan perjalanan ke gunung Semeru. Kisah ini juga menceritakan seseorang yang mencintai sahabatnya secara lebih. Lima sahabat yang bernama Arial, Riani, Zafran, Ian, dan Genta, mereka memiliki obsesi dan impian masing-masing. Arial adalah sosok yang paling ganteng diantara mereka, berbadan tinggi besar. Arial selalu tampak rapi dan sport. Riani adalah sosok wanita berkacamata, cantik, dan cerdas, ia mempunyai cita-cita bekerja di stasiun TV. Zafran seorang picisan yang berbadan kurus, anak band, orang yang apa adanya dan humoris. Ian memiliki postur tubuh yang tidak ideal, penggila bola, dan penggemar Happy Salma. Yang terakhir adalah Genta. Genta selalu dianggap sebagai “*the leader*” oleh teman-temannya, berbadan agak besar dengan rambut agak lurus berjambul, dan berkacamata. Lima sahabat ini telah menjalin persahabatan selama tujuh tahun. Suatu ketika mereka jenuh akan

aktivitas yang selalu mereka lakukan bersama. Terbesit ide untuk tidak saling berkomunikasi dan bertemu satu sama lain selama tiga bulan. Reuni mereka dengan cara pergi ke puncak Mahameru, pada reuni tersebut terdapat banyak kejadian yang dialami. Amanat dari novel *5 cm* yaitu : “...*Biarkan keyakinan kamu, 5 centimeter menggantung mengambang di depan kamu. Dan...sehabis itu yang kamu perlu cuma kaki yang akan berjalan lebih jauh dari biasanya, tangan yang akan berbuat lebih banyak dari biasanya, mata yang akan menatap lebih lama dari biasanya, leher yang akan lebih sering melihat ke atas. Lapisan tekad yang seribu kali lebih keras dari baja, hati yang akan bekerja lebih keras dari biasanya serta mulut yang akan selalu berdoa, percaya pada 5 centimeter di depan kening kamu.*”

c. *Dilan 1990*

Dilan 1990 merupakan novel yang menceritakan tentang kisah cinta remaja SMA yang bernama Dilan dan Milea. Lokasi latar cerita tersebut berada di wilayah Bandung dan sekitarnya. Novel ini disukai oleh para remaja, dan setelah dijadikan film mendapat jutaan penonton yang menyaksikannya. *Dilan* adalah penikmat karya-karya sastra, koran *Tempo* dan pengagum tokoh-tokoh

revolusioner. Ia orang yang unik, memiliki sifat yang romantis. Dilan Pernah mengirimkan surat kepada Milea yang berisi undangan untuk hadir ke sekolah setiap hari. Cara Dilan menunjukkan cintanya selalu aneh, mengejutkan, membuat heran Namun selalu berhasil membuat Milea tersipu, kebiasaan Dilan menitipkan cokelat pada pedang-pedagang, melewati rumah Milea. Hal tersebut selalu membuat Miela merasa istimewa.

d. *Laskar Pelangi*

Laskar Pelangi merupakan kisah persahabatan siswa SD yang berjuang untuk SD Muhammadiyah Gantong agar tetap berdiri. Novel ini memiliki latar di pulau Belitung dengan mengangkat keindahan laut dan pantai. Laskar Pelangi dapat dinikmati berbagai usia. Kisahnya yang bernuansa pendidikan dan semangat dalam menggapai cita-cita. Diceritakan juga tentang persahabatan yang tidak membedakan, karena temannya yang bernama Harun memiliki perbedaan. Perjuangan anak Laskar Pelangi untuk mencapai sekolah harus menempuh waktu yang lama, ada juga yang harus melewati rawa buaya. Keberhasilan mereka dalam lomba cerdas cermat yang dimenangkan oleh SD Muhammadiyah Gantong

membuktikan bahwa sekolah mereka masih layak berdiri.

e. *Genduk*

Genduk merupakan kisah seorang anak yang tinggal di kaki gunung Sindoro. Wilayah tersebut penghasil tembakau. Genduk merupakan karya Sundari Mardjuki yang diterbitkan oleh Gramedia. Genduk masih digambarkan sebagai seorang gadis yang mencari jati diri serta mencari keberadaan ayahnya yang seumur hidup belum pernah dilihatnya. Genduk hidup sebagai anak yatim dengan biyung yang kaku dan tegas disebuah gubuk reyot yang memiliki pohon jambu di halaman depannya yang mungil. Genduk percaya diri menemui seorang juragan tembakau terkaya di kota Parakan bernama mbah Djan dan menceritakan segala duduk persoalan para petani tembakau di desanya yang telah tertipu tengkulak dan mengalami kerugian yang cukup besar. Berkat keberaniannya tersebut, akhirnya petani-petani tembakau di desa Ringinsari tak perlu takut pada tengkulak-tengkulak yang menipu mereka sebab tembakau mereka akan dibeli dengan harga yang sesuai dengan kualitas tembakau yang mereka hasilkan. Latar yang diceritakan dalam novel Genduk terletak di bawah kaki gunung Sindoro yang indah dan menakjubkan, namun dalam novel tersebut tidak diceritakan lokasi-lokasi yang kini jadi objek wisata.

3) Mengkaji isi karya sastra dikaitkan dengan promosi menurut Tjiptono

a. Novel Laskar Pelangi dan Ekranisasi Film Laskar Pelangi

(1) Menginformasikan

Dalam novel dan ekranisasi menjadi film Laskar Pelangi alurnya menginformasikan tentang beberapa destinasi di Belitung. Adapun destinasi yang diceritakan dalam Laskar Pelangi yaitu:

- Pantai batu berlayar
Cerita di lokasi Pantai Batu Berlayar terdapat dalam kisah 10 anak laskar pelangi yang bernama: Ikal, Lintang, Mahar, Sahara, A Kiong, Syahdan, Kucai, Borek, dan Trapani, Harun. Mereka bermain dan berlari-lari di pantai batu berlayar. Pemandangan ciri khas pantai tersebut yaitu batu-batu besar yang terkena sinar matahari menjadi warna putih. Keindahan air laut di pantai tersebut juga berwarna putih bening. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa para pengunjung pantai batu berlayar datang kesana karena terinspirasi dari film laskar pelangi yang mereka tonton. Keindahan pantai yang berbeda disana yaitu banyaknya batu-batu besar yang ada di pinggir pantai maupun ditengah laut. Wisatawan yang mengunjungi pantai batu berlayar berasal dari berbagai daerah. Terdapat kelompok keluarga wisatawan dari Tangerang

yang sudah pernah mengunjungi lokasi laskar pelangi dan mereka datang kembali membawa teman-teman dan keluarga lainnya. Keindahan Belitung membuat wisatawan kembali kesana, namun ada beberapa wisatawan yang mengeluh, karena biaya tiket pesawat yang bertambah mahal membuat mereka menacaritahu biaya yang rendah agar dapat pergi kesana.

- SD Muhammadiyah Gantong
SD Muhammadiyah Gantong merupakan sekolah fenomenal yang diceritakan dalam novel dan ekranisasi film laskar pelangi. Lokasi ini dijadikan pilihan wisatawan yang mengunjungi Belitung untuk melihat langsung sekolah laskar pelangi yang diceritakan dalam novel dan film. Bangunan SD Muhammadiyah Gantong sangat sederhana, karena bangunannya masih terbuat dari kayu dan lantainya belum di keramik. Sekolah inilah yang menjadi pusat cerita laskar pelangi yang akhirnya menjadi fenomenal.

(2) Mempengaruhi

Cerita laskar pelangi yang diekranisasikan menjadi film membuat penonton terpengaruh untuk

mengetahui secara langsung proses syuting dan lokasi film tersebut. Berdasarkan hasil survei dan wawancara film laskar pelangi membuat mereka ingin mengunjungi Belitung atau disebutnya pulau laskar pelangi. 70% wisatawan menyatakan terpengaruh oleh ekranisasi film laskar pelangi yang mereka tonton di bioskop, TV, maupun Hp. Karena melihat keindahan pulau yang dijadikan latar dalam cerita tersebut menimbulkan penonton dan pembaca novel ingin menikmatinya secara langsung.

(3) Membujuk

Novel laskar pelangi yang sudah melakukan ekranisasi atau alih wahana menjadi film membuat penikmat film terbujuk untuk datang ke lokasi laskar pelangi. Hasil tersebut terukur dengan penyebaran kuisioner yang telah dilakukan oleh peneliti, yaitu wisatawan ingin menikmati secara langsung keindahan Belitung dan laskar pelangi yang ditayangkan dalam film tersebut. Membujuk diartikan mendapatkan pengaruh dan melaksanakan untuk melakukan sesuatu. Dalam hal ini wisatawan terpengaruh dan terbujuk untuk berwisata ke

Belitung atau pulau laskar pelangi.

b. Novel 5 CM dan Ekranisasi Film 5 CM

(1) Menginformasikan

Pada novel 5 CM menceritakan tentang latar Mahameru yang terdapat di gunung Semeru. Wilayah ini dikenal dengan nama Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Pada novel yang diekranisasikan tentang cerita 5 CM menginformasikan tentang keindahan Mahameru, Ranu Pane, dan Ranu Kumbolo. Penggambaran lebih menarik dan jelas ketika ditayangkan film 5 CM di layar lebar pertama kali. Film ini sukses membuat penonton menyukai dan mengundang banyak penonton. Ranu Pane dan Ranu Kumbolo merupakan sebuah danau luas yang berada di atas gunung dan memiliki keindahan.

(2) Mempengaruhi

Ekranisasi 5 CM sukses membuat penonton terpengaruh untuk mendaki gunung. Kesuksesan film ini mampu meningkatkan jumlah wisatawan berkunjung ke gunung semeru. Kegiatan pendakian gunung menjadi digemari oleh remaja dan dewasa zaman sekarang. Hal ini dianggap trend,

bergengsi, dan menjadi gaya hidup masyarakat. Banyak masyarakat terpengaruh untuk mengikuti jejak film 5 CM dengan membawa teman-temannya melakukan pendakian ke Gunung Semeru.

(3) Membujuk

Ekranisasi dari novel 5 CM berhasil membuat penonton datang langsung untuk menikmati keindahan gunung Semeru, Rabu Kumbolo, Ranu Pane. Berdasarkan hasil observasi pendaki ke Ranu Kumbolo paling banyak, karena para pengunjung ingin melihat danau di ketinggian 2.400 mdpl. Mencapai Ranu Kumbolo hanya bisa ditempuh dengan berjalan kaki, para pendaki dapat menghabiskan waktu 3-4 jam untuk mencapainya. Namun kelelahan pendaki akan terbayar dengan melihat keindahan Ranu Kumbolo. Responden terbanyak pendaki yang menuju gunung Semeru dan Ranu Kumbolo yaitu berusia 21 tahun. Dari total 100 responden yang digunakan, sebanyak 76 orang berjenis kelamin laki-laki.

c. Novel Dilan 1990 dan Ekranisasi Film Dilan 1990

(1) Menginformasikan

Hasil penelusuran tentang novel Dilan 1990 yang telah melalui ekranisasi film Dilan 1990 diperoleh informasi tentang latar

kota Bandung pada era 1990. Latar yang diceritakan dalam novel dan film Dilan 1990 yaitu rumah Dilan 1990 di Jalan Taman Cibeunying, jalan Asia Afrika, Sekolah Dilan 1990 dan Milea di SMAN 20 dekat gedung sate, dan Dago Tea House. Hal tersebut merupakan informasi latar yang tergambar dalam novel dan film Dilan 1990.

(2) Mempengaruhi

Novel Dilan 1990 yang telah melakukan ekranisasi membuat pembaca dan penonton terpengaruh. Melihat adegan romantis Dilan 1990 dan Milea di jalan Asia Afrika membuat wisatawan datang ke jalan tersebut. Jalan Asia Afrika terdapat banyak hiburan dan pameran kostum. Sepanjang jalan Asia Afrika terutama di waktu sore dan malam dipenuhi oleh pengunjung. Para pengunjung dapat berfoto dengan orang-orang yang memakai kostum kartun, robot, hantu, dan princes. Sepanjang jalan Asia Afrika ini juga terdapat kuliner yang beraneka ragam, seperti: snack, kue, makanan khas Bandung, minuman kekinian, kopi, seafood, dan lainnya.

(3) Membujuk

Adanya penggambaran dalam cerita Dilan 1990, terutama di jalan Asia

Afrika memujuk wisatawan atau pengunjung untuk menikmatinya. Para wisatawan mau mengeluarkan dana untuk foto bersama orang-orang berkostum unik. Kuliner yang terdapat di jalan Asia Afrika juga banyak diminati pengunjung, sehingga membelinya harus antri beberapa menit bahkan jam. Kuliner yang ramai disepanjang jalan Asia Afrika contohnya seafood bakar, disini dijual cumi, udang, gurita bakar dan tokoyaki. Membeli di kedai ini cukup menghabiskan waktu 20 – 45 menit untuk mengantri.

- 4) Mengkaji karya sastra traveling yang telah melalui ekranisasi dan Menganalisis ekranisasi karya sastra membantu promosi wisata Hasil dari mengkaji karya sastra traveling yang telah melalui ekranisasi dapat dijabarkan sebagai berikut:

a) 5 CM Karya Donny Dhingantoro

Berawal dari novel 5 cm karya Donny Dhingantoro ini disukai oleh pembaca. Akhirnya novel 5 cm dialihwahkan menjadi film 5 cm atau disebut dengan proses ekranisasi. Sutradara film 5 cm yaitu Rizal Antovani yang mengajar artis-artis yang sudah dikenal masyarakat untuk memerankan tokoh-tokoh 5 cm. Film 5 cm berhasil memperoleh banyak penonton yaitu mencapai 2 juta

penonton. Dari hasil 100 responden yang dijadikan sumber penelitian, diperoleh usia produktif yang mendaki ke Ranu Pane, Ranu Regulo, dan Ranu Kumbolo yang terdapat di kaki gunung semeru 17 – 47 tahun. Tujuan utama pendakian yaitu Ranu Kumbolo, karena keindahan danaunya berwarna biru dan berbentuk seperti mangkok. Usia wisatawan terbanyak dari 100 responden yaitu berusia 21 tahun sebanyak 17 orang, 17 – 19 tahun masing-masing sebanyak 6 orang, 24 dan 29 tahun berjumlah 6 orang dan sisanya di umur 30 – 47 tahun yang tidak disebutkan satu persatu.

Wisatawan pendaki berjenis kelamin pria dominan berjumlah 76 orang dan wanita 24 orang. Hobi mendaki gunung dominan diminati oleh pria, karena ada sebagian pendaki yang tujuan utamanya mencapai puncak Mahameru, walaupun tidak semua pendaki dapat mencapai puncak tersebut. Daerah asal wisatawan pendaki berasal dari 28 daerah di Indonesia yang dominan berasal dari Sidoarjo, Lamongan, Jakarta, dan Bekasi. Dilihat dari kriteria pekerjaan didapatkan 7 orang pelajar, 31 mahasiswa, dan 62 orang pegawai swasta.

Mengkaji tentang ekranisasi 5 cm dan novel 5 cm, peneliti bertanya berkaitan dengan pengetahuan para responden tentang hal tersebut. Didapatkan 89 orang pernah menonton film 5 cm dan

tersinspirasi untuk melihat secara langsung keindahan alam pada film tersebut. 66 responden menyatakan bahwa mereka mengetahui medan pendakian gunung Semeru, keindahan Ranu Kumbolo, Ranu Pane, dan Ranu Regulo dari menonton film 5 cm di bioskop. Para responden juga sudah membaca novel 5 cm, karena 71 orang menyatakan pernah membacanya. Setelah melihat secara langsung keindahan kaki gunung Semeru, para wisatawan menyatakan akan merekomendasikan kepada teman-teman dan keluarga untuk mengajak mereka mendaki ke gunung tersebut. 41 orang menyatakan sangat setuju dan 30 orang setuju bahwa mereka awalnya tidak menyukai pendakian dan tidak hobi mendaki. Namun setelah melihat keindahan di gunung tersebut, mereka tergerak menjadi pencinta alam. Berdasarkan pengalaman mendaki sebelumnya, para wisatawan berniat kembali lagi untuk menikmati keindahan gunung Semeru, Ranu Kumbolo, Ranu Pane, dan Ranu Regulo. Lokasi camping yang banyak digunakan wisatawan yaitu Ranu Kumbolo. Dapat disimpulkan bahwa proses ekranisasi novel 5 cm menjadi film layar lebar berhasil membuat para penonton terpengaruh dan terbuju untuk melihat secara langsung lokasi yang terdapat pada film tersebut. Hal ini

menjadi alat bantu promosi wisata, karena dapat meningkatkan jumlah wisatawan pada lokasi tersebut.

b) Laskar Pelangi Karya Andrea Hirata

Novel Laskar Pelangi merupakan karya Andrea Hirata yang melakukan proses ekranisasi, karena adanya alihwahana dari novel menjadi film. Film Laskar Pelangi disutradarai oleh Riri Riza. Film ini mengangkat keindahan pulau Belitung yang sebelumnya tidak terkenal dikalangan masyarakat di Indonesia. Laskar pelangi sukses menarik perhatian penonton 4 juta lebih dan novelnya terjual 600.000 eksemplar. Film Laskar Pelangi menarik perhatian penonton yang disuguhkan keindahan pulau Belitung. Lokasi Laskar Pelangi yaitu Pantai Batu Berlayar yang sajian berulang kali dalam film menggambarkan keindahan pantai berbatu yang memiliki air laut jernih. Pantai ini memiliki ciri khas terdapat banyak batu besar disekitar pantai dan terdapat juga ditengah laut. Batu besar tersebut ada yang membatasi laut, sehingga dapat digunakan oleh anak-anak untuk berenang. Berdasarkan hasil observasi dan menggunakan alat bantu kuisioner dengan 50 responden didapatkan bahwa usia yang paling dominan wisatawan Belitung dan

Laskar Pelangi yaitu 28 tahun, 27 tahun, 17 – 20 tahun, dan 30 – 50 tahun. Wisatawan yang mengunjungi Belitung didominasi oleh perempuan berjumlah 31 orang dan laki-laki 19 orang. Daerah asal wisatawan didominasi dari Bandung, Jakarta, Bekasi, Depok, Surabaya, dan lokasi lainnya yang mendapat angka kecil.

Berdasarkan hasil kajian ekranisasi Laskar Pelangi dari novel diperoleh 50 orang responden sudah pernah menonton Laskar Pelangi. Para wisatawan pernah menonton Laskar Pelangi di bioskop, Vcd, atau youtube. Para pedagang, pengurus kapal di pulau Belitung, dan driver menyatakan bahwa Belitung menjadi dikenal masyarakat dan banyak dikunjungi wisatawan sejak adanya film Laskar Pelangi. Pulau Belitung menjadi objek wisata yang membawa keuntungan bagi masyarakat lokal, karena mereka dapat memanfaatkan lokasi-lokasi wisata ini dengan berjualan, guide wisatawan, menyewakan kapal, driver, dan menyewakan pelampung. Sejumlah 48 responden menyatakan tidak mengetahui tentang Belitung, namun sejak menonton Laskar Pelangi mereka mengetahuinya. 36 orang menyatakan mengetahui bahwa keindahan pantai batu berlayar sejak menonton Laskar Pelangi. Setelah

menonton Laskar Pelangi, para reseponden menyatakan ingin mengunjungi Belitung dan melihat langsung negeri Laskar Pelangi. Tujuan utama para wisatawan ke Belitung yaitu mengunjungi negeri Laskar Pelangi, melihat SD Muhammadiyah Gantong, dan Pantai Batu Berlayar. 41 orang menyatakan akan merekomendasikan pulau Belitung kepada teman, kerabat, dan saudara mereka. Laskar Pelangi yang dijadikan pusat lokasi syuting yaitu pantai batu berlayar, pulau lengkuas dan SD Muhammadiyah Gantong. Adanya film tersebut membawa wisatawan mengunjungi wilayah lainnya di Belitung seperti Pantai Tanjung Kelayang, Pantai Tanjung Tinggi, Museum Andrea Hirata, Rumah Ahok, Pulau Punai, Batu Garuda, dan lainnya. Banyak destinasi wisata di Pulau Belitung yang bisa kita habiskan selama seminggu berwisata disana. 50 orang responden menyatakan terkesan dan menjadi kenangan saat berwisata di Belitung. Para responden akan kembali lagi menikmati keindahan Belitung, karena merasakan alamnya yang masih alami, pantainya indah, dan lautnya berwarna biru. Belitung juga terdapat danau buatan yang dikenal dengan nama Kaolin. Danau itu terbentuk dari ceruk besar bekas penggalian kaolin yang dieksploitasi besar-besaran di

kawasan tersebut. Danau Kaolin adalah danau yang airnya berwarna biru muda dan dikelilingi daratan berwarna putih. Paduan warna yang menakjubkan sangat indah diabadikan dengan lensa kamera. Kesimpulannya sejak terjadi ekranisasi Laskar Pelangi dari novel sangat meningkatkan promosi wisata di Belitung. Awalnya masyarakat tidak mengenal pulau Belitung akhirnya menjadi wisatawan di pulau tersebut. Keindahan Belitung terkenal sejak film Laskar Pelangi, hal ini juga menguntungkan masyarakat lokasi di Pulau Belitung. Jadi, ekranisasi novel traveling menjadi film sangat bermanfaat dan menguntungkan promosi wisata Indonesia.

c) Dilan 1990 Karya Pidi Baiq

Novel Dilan 1990 merupakan karya Pidi Baiq yang melalui ekranisasi menjadi film layar lebar. Sutradara film Dilan 1990 adalah Fajar Bustomy yang menceritakan tentang anak SMA yang jatuh cinta pada seorang gadis bernama Milea. Penonton film Dilan 1990 berkisar 6 juta orang. Latar film ini berada di wilayah Bandung dan sekitarnya. Hasil dari pencarian data di Bandung didapatkan 40 responden. Usia responden yang menonton Dilan 1990 dominan 15 – 19 tahun, 20 – 27 tahun. Dilan 1990 lebih disukai oleh para remaja,

terlihat dari usia yang paling dominan. Responden yang membaca novel Dilan 1990 hanya sebanyak 6 orang dan sisanya tidak pernah membaca, namun yang menonton film Dilan berjumlah 42 orang. Sejumlah 32 orang responden menonton Dilan 1990 di bioskop bersama teman-teman. Para pengunjung yang datang ke kota Bandung dominan datang ke jalan Asia Afrika untuk menikmati atraksi foto kostum (kartun, hantu, princes), menikmati kuliner, dan hanya di lapangan yang berada dekat dengan masjid raya Bandung. Latar film Dilan berada di jalan Asia Afrika, pengunjung teringat dengan cerita film Dilan yang romantis di lokasi tersebut. Jalan Asia Afrika merupakan pusat kota Bandung yang menggambarkan bangunan zaman Belanda. Film Dilan dominan disaksikan oleh warga Bandung, Jakarta, Riau, Palembang, dan lainnya. Latar film Dilan lainnya yaitu Dago Tea House yang letaknya tidak terlalu jauh dari jalan Asia Afrika. Namun, Dago Tea House sangat sepi pengunjung. Lokasi tersebut merupakan tempat pertunjukan teater dan tidak menjadi lokasi wisatawan. Dago Tea House dalam film Dilan merupakan adegan Dilan ditinggalkan Milea. Sekitar lokasi tersebut terdapat cafe, namun tidak terlalu ramai pengunjung. Lokasi

selanjutnya yaitu rumah Dilan yang dinyatakan orang sekitar akan dijual. Lokasi tersebut juga tidak menarik perhatian wisatawan untuk melihatnya ataupun mengunjunginya. Dapat disimpulkan dari ekranisasi novel Dilan menjadi film hanya satu lokasi yang menarik perhatian wisatawan yaitu jalan Asia Afrika.

5. KESIMPULAN

Novel sastra traveling yang sudah melakukan ekranisasi yaitu novel Laskar Pelangi, 5 cm, dan Dilan 1990. Hasil ekranisasi atau alihwahana menjadi film menjadi promosi wisata yang menguntungkan. Karena observasi dari hasil penelitian, responden menyatakan mengetahui lokasi-lokasi wisata di Belitung, Gunung Semeru, dan Jalan Asia Afrika Bandung, dari film yang mereka tonton tersebut. Dapat disimpulkan bahwa novel yang dialihwahana menjadi film sangat menguntungkan. Novel-novel yang menceritakan tentang traveling dan diubah menjadi film menjadi media promosi yang baik untuk mendatangkan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2006). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Casimeira, Azita Yeja dan I Gst Agung Oka Mahagangga. (2016). *Jurnal Destinasi Pariwisata: Strategi Pengembangan Pariwisata Bumi Sakti Alam Kerinci Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi*. Vol 4. No.2. hlm 44-48.
- Isnaniah, Siti. (2015). *Ketika Cinta Bertasbih Transformasi Novel Ke Film*. Jurnal Kawistara. Vol. 5. Nomor 1. hlm. 1-98.
- Kustanti, Meryana Chandri. (2016). Tema Dan Pesan Dalam Fungsi Media Pada Novel Laskar Pelangi Karya Andrea Hirata (Analisis Wacana Pragmatik). *Jurnal SAP*. Vol. 1 No. 2 Desember 2016 ISSN: 2527-967X. 186-195.
- Martin, Megasari. (2017). *Ekranisasi Novel Surga Yang Tak Dirindukan Karya Asma Nadia Ke Film Surga Yang Tak Dirindukan Karya Sutradara Kuntz Agus*. Jurnal KATA : Vol 1 No. 1. Mei 2017. hlm. 94-100.
- Moleong, Lexy J. (2008). *Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pratista, Himawan. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Ed III. Yogyakarta: ANDI.
- Wirasmita, Rivai., dkk. (2002). *Kamus Lengkap Ekonomi*. Bandung: Pionir Jaya.
- Purnomo, Abdi. (2013). <https://gaya.tempo.co/read/463203/gara-gara-5-cm-pendaki-ke-semeru-melonjak-drastis>. diunduh 18 Januari 2018. Pukul 13.40.
- Swasatha, Basu dan Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- jdih.kemenpar.go.id/dokumen/file.../4636_1364UUtentangKepariwisataannet1. diunduh 16 Januari 2018. Pukul 20.05.