

# Analisis Proses Kreatif Film Laskar Pelangi dan Efek Multiplier Pada Pariwisata Provinsi Bangka Belitung

Yohanes Mikha Boediarto \*

\* Penulis korespondensi. Jurusan Ilmu Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia.

Ferryera Fauzan

Jurusan Ilmu Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia.

Ilham Laksono

Jurusan Ilmu Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia.

---

## Abstract

**JEL Classification Code:**  
L83, Z32, R11.

**Kata kunci:** Proses Kreatif,  
*Film-Induced Tourism*, Efek  
Multiplier, Laskar Pelangi

**Email penulis:**

6021801025@student.unpar.ac.id\*,  
6021801038@student.unpar.ac.id  
6021801065@student.unpar.ac.id

Film-induced tourism is an approach to filmmaking that connects the creative process with aspects of natural beauty/tourism objects. One film that implements this concept is the film *Laskar Pelangi* (2008). This study wants to analyze the creative process of making the film *Laskar Pelangi* (2008) and its multiplier impact on the economy, especially the tourism sector in Bangka Belitung Province. The analysis was carried out using a descriptive and literature study based on value chains in the creative industries, film-induced tourism and the theory of the multiplier effect. The results of the study explain that with a creative process that combines input place, personality & performance, a film can significantly impact the tourism sector and have a multiplier effect on other economic aspects.

## Abstrak

Film Induced Tourism adalah pendekatan pembuatan film yang menghubungkan proses kreatif dengan aspek keindahan alam/obyek wisata. Salah satu film yang menerapkan konsep ini adalah film *Laskar Pelangi* (2008). Penelitian ini ingin menganalisis proses kreatif pembuatan film *Laskar Pelangi* (2008) dan dampak gandanya terhadap perekonomian khususnya sektor pariwisata di Provinsi Bangka Belitung. Analisis dilakukan dengan menggunakan studi deskriptif dan literatur berdasarkan rantai nilai dalam industri kreatif, pariwisata yang diinduksi film dan teori efek pengganda. Hasil kajian menjelaskan bahwa dengan proses kreatif yang menggabungkan input place, personality & performance, sebuah film dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap sektor pariwisata dan memberikan multiplier effect terhadap aspek ekonomi lainnya.

---

## Pendahuluan

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana proses kreatif dalam pembuatan film *Laskar Pelangi* dan menjelaskan dampak perilisan film *Laskar Pelangi* dan efek multipliernya pada perekonomian Provinsi Bangka Belitung. Dalam film *Laskar Pelangi* dikenalkan berbagai tempat wisata yang ada di pulau Belitung.

Saat ini perusahaan dan individu berlomba-lomba untuk berinovasi dalam bidang teknologi (Kumaran, 2021), perkembangan teknologi ini memberikan dampak positif terhadap berbagai industri termasuk ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif tumbuh sangat baik di Indonesia dan menjadi

kontributor penting untuk ekonomi yang menyumbangkan PDB sebesar Rp 1,1 triliun (Liputan 6, 2021), ekonomi kreatif telah menjadi sektor penggerak ekonomi yang menyediakan hampir 30 juta lapangan pekerjaan di seluruh dunia (Kusumawardhani, 2018). Ekonomi kreatif terbelah tumbuh sangat pesat (Andriani, 2013). Berhubungan dengan itu ekonomi kreatif menjadi sektor ekonomi yang potensial untuk saat ini. Ekonomi Kreatif adalah ekonomi yang menekankan pada kreativitas untuk menghasilkan output dari pemanfaatan kreativitas dan bakat untuk menciptakan nilai tambah dan peningkatan kualitas hidup (Putri, 2020).

Kreativitas sangat dibutuhkan untuk terus bisa berinovasi, dari kreativitas ini menghasilkan berbagai macam produk dan jasa baru yang meningkatkan perekonomian dan kualitas hidup manusia (Great Day, 2020). Besarnya kontribusi industri ini membuat pemerintah Indonesia menaruh perhatian khusus kepada industri kreatif dengan adanya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), industri kreatif atau yang dikenal dengan istilah kreatif merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia (Kemenkeu, 2017). Pada tahun 2016 PDB yang diperoleh dari ekonomi kreatif adalah sebesar 922,59 triliun rupiah. Pada ekonomi kreatif memiliki beberapa sektor, pada tahun 2016 kontribusi PDB 5 terbesar subsektor ekraf adalah kuliner, fashion, kriya dan perfilman. Di Indonesia industri perfilman akhir-akhir ini sedang menjadi sorotan masyarakat luas (Media Indonesia, 2018).

Industri perfilman Indonesia sempat mengalami kondisi fluktuatif karena terbatasnya *genre* dan kualitas film yang ada, Indonesia sempat mengalami titik terendah pada tahun 90-an, untungnya pada saat tahun 2000 perfilman di Indonesia mulai menanjak pelan-pelan diawali dengan munculnya film Petualangan Sherina, Jelangkung, dan Ada Apa Dengan Cinta? Menjadi tiga film yang membuat munculnya harapan dari film-film Indonesia kedepannya (BKPM, 2021). Ketika industri perfilman Indonesia semakin meningkat, hal itu ditandai dengan film-film Indonesia yang sudah mulai merajai bioskop-bioskop yang ada di setiap kota di Indonesia (BKPM, 2021). Setiap bulannya film Indonesia terbaru selalu bermunculan dan bukan hanya *genre horror* saja melainkan berbagai macam. Kondisi perfilman di Indonesia kian menanjak dibuktikan pada tahun 2017 penjualan tiket film Indonesia hanya mencapai 38 juta dan pada tahun 2018,2019 mengalami peningkatan dengan menjual 51 juta tiket untuk film Indonesia (Farisi, 2020).

Dunia perfilman Indonesia dan industrinya terus mengalami perkembangan seiring perjalanan waktu. Kontribusi industri perfilman ini sangatlah besar terhadap perekonomian karena dapat membuka ruang pekerjaan yang cukup besar, dana yang dibutuhkan untuk menggarap sebuah film sangatlah bervariasi. Banyak film yang dibuat dengan dana ratusan juta hingga triliunan rupiah tergantung dari kualitas dari film tersebut yang secara tidak langsung itu sangatlah membantu perekonomian Indonesia (Lingga, 2019), terlebih lagi perfilman di Indonesia kini sedang naik-naiknya dan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Sebagai contoh kontribusi 845,1 juta dollar AS, dan lebih dari 191.000 lapang pekerjaan, dan pemasukan sebesar 86,5 juta dollar AS yang bisa disumbangkan industri perfilman terhadap perekonomian (Lingga, 2019). Selain itu pengaruh industri perfilman adalah dapat meningkatkan suatu nilai dari tempat tersebut, seperti film Laskar Pelangi yang dimana proses *shooting* nya diambil di Bangka-Belitung yang dimana sebelum adanya film tersebut penerbangan yang menuju daerah tersebut dapat dihitung jari dan setelah adanya film tersebut menjadi banyak penerbangan yang menuju kesana (Aditiasari, 2016). Indonesia sedang mengalami peningkatan dalam industri perfilman yang dimana banyak bermunculan berbagai *genre* film untuk menarik minat masyarakat (BKPM, 2021). Banyak dari film yang dibuat berlatarbelakangkan tempat yang indah di Indonesia untuk mendapatkan momen yang pas dan memperindah film tersebut, sebagai contohnya ada film Laskar Pelangi dengan keindahan Bangka-Belitung dan AADC dengan gereja ayamnya. Sehubungan dengan itu tidak hanya film mancanegara seperti Braveheart tahun 1996 dapat meningkatkan kunjungan wisata ke Skotlandia hingga 300 persen, setelah 12 bulan penayangan di layar lebar (Andriani, 2013). The Lord of the Rings (2001-2003) pun menjadi salah satu film yang berpengaruh terhadap meningkatnya wisata, tempat yang menjadi tempat tinggal para *hobbit* dalam film selalu banyak wisatawan yang datang untuk penginapan, tur, atau membeli souvenir (Kompas Klasika, 2017). Berhubungan dengan itu ini menandakan bahwa Indonesia memiliki potensi pariwisata yang banyak dan besar yang belum

banyak orang tahu oleh karena itu film induced tourism bisa jadi salah satu solusi keterkaitan dua sektor yang dapat merealisasikan pertumbuhan ekonomi.

## Landasan Teori dan Tinjauan Literatur

Dalam penelitian ini, analisis dalam bagian pembahasan didasari oleh tiga konsep, yaitu konsep rantai nilai dalam industri kreatif, *film-induced tourism* dan efek multiplier. Untuk konsep rantai nilai kreatif dan *film-induced tourism* pada dasarnya merupakan dua konsep terpisah yang dalam penelitian ini dimaknai sebagai konsep yang memiliki keterhubungan satu sama lain. Sementara konsep efek multiplier digunakan sebagai dasar analisis deskriptif dalam penelitian ini. Berikut pemaknaan dan relevansi masing-masing konsep terhadap penelitian.

### Rantai nilai dalam industri kreatif

Menurut Departemen Perdagangan RI dalam Mangifera (2016), rantai nilai dalam industri kreatif merupakan rantai nilai proses penciptaan nilai yang umumnya terjadi dalam industri kreatif. Proses itu sendiri meliputi empat tahapan yang terdiri atas, *Creation / Origination, Production, Distribution* dan *Commercialization*.

**Gambar 1.** Rantai Nilai Generik Industri Kreatif



Sumber : Departemen Perdagangan RI (2008)

Tahap pertama adalah *creation / origination*, pada tahap awal ini terjadi proses penciptaan di mana daya kreasi merupakan faktor suplai atau input dalam industri kreatif, dengan melibatkan segala hal yang berhubungan dengan cara-cara mendapatkan input, menyimpannya dan mengolahnya. Selanjutnya tahap *production*, di mana pada tahap ini terjadi segala aktivitas yang dibutuhkan dalam mentransformasikan input-input pada tahap kreasi, menjadi output baik berupa produk maupun jasa yang sifatnya mereplikasi kreasi yang sudah ada. Kemudian proses produksi ini berlanjut pada tahap *distribution* di mana terjadi proses penyimpanan dan penyaluran output tersebut ke dalam pasar. Terakhir, tahap *commercialization* adalah terjadinya segala aktivitas yang berfungsi memberi pengetahuan kepada pembeli tentang produk dan layanan yang disediakan dan proses persuasi kepada konsumen untuk membeli produk atau layanan tersebut. Pada akhirnya relevansi penggunaan konsep rantai nilai dalam industri kreatif dengan penelitian ini adalah, dengan melihat bagaimana konsep dasar rantai nilai generik dalam industri kreatif, pembahasan akan didasarkan pada pembagian proses yang jelas, sehingga dapat dilihat bagaimana setiap proses pembuatan film Laskar Pelangi berpengaruh terhadap hasil akhir produk kreatif yang diakui oleh banyak pihak. Konsep ini digunakan dalam menggali lebih dalam terkait bagaimana sebenarnya produk ekonomi kreatif itu terbentuk. Bagaimana proses penambahan nilai yang terjadi dalam pembuatan film, dalam mengkombinasikan sejumlah input menjadi sebuah produk akhir yang mampu memberikan pengalaman unik bagi para penontonnya.

### Film Induced Tourism

Konsep ini merupakan sebuah konsep yang menyatukan dua bidang ekonomi, yaitu sektor perfilman dan pariwisata. Pembahasannya sangat dekat dengan konsep ekonomi kreatif. Definisi konsep itu sendiri adalah, lokasi pariwisata tertentu yang terbentuk karena keberhasilan sebuah film yang memakai lokasi tersebut sebagai latar tempat pengambilan gambar (Beeton, 2006). Sementara menurut Macionis (2004), *film-induced tourism* adalah pengalaman akan suatu tempat yang

tergambarkan melalui presentasi visual sebuah media, sebuah pengalaman yang sangat personal dan unik untuk setiap individu, bergantung pada interpretasi dan konsumsi dari sebuah media visual. Konsep ini menjelaskan bahwa dalam produk kreatif berupa film yang menggunakan pendekatan *film-induced tourism*, faktor yang menyebabkan kunjungan wisata tersebut adalah aspek internal para penonton yang disebut sebagai faktor pendorong (*push factors*), dan faktor film atau faktor penarik (*pull factors*), yang secara lengkap dijelaskan pada tabel berikut.

**Tabel 1.** Faktor penarik dan pendorong dalam *film-induced tourism*

Pull Factors (film)			Push Factors (Internal Drive)
<b>Place</b>	<b>Personality</b>	<b>Performance</b>	Ego enhancement
Location attributes	Cast	Plot	Status/prestige
Scenery	Characters	Theme	Fantasy/Escape
Landscapes	Celebrity (stars)	Genre	Vicarious Experience
Weather			Search for self identity
Cultural Origin			
Social Origin			
Activity Origin			

Sumber : (Macionis, *Film-Induced Tourism: The Tourist in the Film Place.*, 2004)

Dengan menggunakan konsep ini sebagai landasan teoritis dalam pembahasan, analisa akan didasarkan pada aspek-aspek apa yang sebenarnya berperan sebagai faktor penarik sebuah film kepada para penontonnya. Bagaimana sebuah film bisa memberikan pengalaman personal pada penontonnya sehingga mendorong penonton tersebut untuk bisa secara langsung berada pada lokasi yang digambarkan dalam film. Bagaimana sebenarnya hubungan pengalaman dari menyaksikan produk kreatif dengan pembahasan pariwisata. Konsep *Film-Induced Tourism* berperan sebagai jembatan yang menghubungkan kedua pembahasan tersebut (ekonomi kreatif dan pariwisata) yang kemudian membuat pembahasan dan pertanyaan penelitian menjadi relevan

### Efek Multiplier

Konsep selanjutnya yang digunakan pada penelitian ini adalah konsep efek multiplier. Menurut Lestari (2015), konsep ini menjelaskan suatu keterkaitan baik langsung maupun tidak, yang kemudian mendorong adanya kegiatan pertumbuhan sebagai akibat dari kegiatan pada bidang lain yang dapat bersifat positif maupun negatif. Efek multiplier pada umumnya dibedakan ke dalam tiga kategori yaitu, (1) efek langsung (*direct effect*), (2) efek tidak langsung (*indirect effect*), dan (3) efek lanjutan (*induced effect*) (Putra, Wijayanti & Prasetyo, 2017). Dalam konteks pariwisata, efek multiplier yang dapat terjadi tidak hanya diberikan kepada sektor ekonomi yang terlibat langsung dengan industri pariwisata, namun juga industri paralel yang tidak secara langsung berhubungan.

Penggunaan konsep efek multiplier pada penelitian berguna untuk, menjelaskan sebenarnya atas dasar apa dampak yang diberikan oleh suatu sektor industri ke sektor lainnya, dalam hal ini bagaimana sebuah film yang dapat berpengaruh ke sektor pariwisata, selanjutnya juga berpengaruh terhadap pertumbuhan di sektor lainnya. Bagaimana efek berganda yang sebenarnya terjadi pada Provinsi Bangka Belitung atas pertumbuhan yang terjadi di sektor pariwisata karena perilsan film Laskar Pelangi.

## Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan data persentase pengunjung hotel di provinsi Bangka Belitung sebagai objek penelitian. Data tersebut merupakan data sekunder yang diperoleh melalui sumber Badan Pusat Statistik (BPS) dan di konversi menjadi grafik guna melihat tren dari data tersebut dan menganalisis berdasarkan dua jenis *time-frame* yaitu sebelum dan setelah perilisasi film Laskar Pelangi.

## Hasil dan Pembahasan

### Proses kreatif dan *Film-Induced Tourism* dalam Film Laskar Pelangi

Dalam membahas bagaimana proses kreatif dan penerapan pendekatan *film-induced tourism* dalam film laskar pelangi, pertama-tama dilihat bagaimana proses di setiap tahapan dalam pembuatan film ini yang disajikan dalam tabel 2.

Analisa dilakukan dengan berdasar pada tahapan rantai nilai pada industri kreatif, namun dalam analisa tersebut, dapat terlihat pula bagaimana penanaman unsur-unsur film sebagai penarik wisatawan *film-induced*. Pertama, faktor lokasi, dalam konsep dijelaskan bahwa lokasi menjadi salah satu faktor penarik yang dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sarana pemberi pengalaman kepada penonton film. Hal ini dengan baik dilakukan oleh sang sutradara dalam memilih / survey lokasi pengambilan gambar di Belitung. Lokasi yang pada akhirnya digunakan dan berkesan bagi para penonton adalah Pantai Tanjung Tinggi dengan hamparan batu-batu granit besar yang menjadi salah satu latar tempat pada adegan di film Laskar Pelangi. Selain itu pengalaman diberikan dalam melibatkan unsur budaya, sosial dan aktivitas asli masyarakat Belitung, seperti dalam adegan pesta rakyat, dan ditunjukkannya keberagaman budaya baik Melayu hingga Tionghoa. Selanjutnya, dalam faktor personality hal ini secara baik ditunjukkan dengan begitu alaminya watak yang dimainkan oleh para aktor. Hal ini salah satunya ditunjang oleh penggunaan putra putri daerah sebagai pemeran utama film ini yang menghadirkan kedekatan pribadi dengan peran yang dimainkan. Selain itu faktor personality dalam film juga ditunjang dengan penggunaan aktor kawakan seperti Cut Mini, Slamet Rahardjo, Tora Sudiro, Mathias Muchus, Lukman Sardi, dan lain lain. Aspek faktor penarik yang terakhir, yaitu performa film juga sangat baik, terutama karena plot yang digunakan adalah kisah nyata, kisah yang benar-benar dijalani oleh sang penulis, dan dikemas dalam pembahasan yang sangat kontekstual sehingga berbagai adegan dapat tergambarkan dengan baik pada film. Selain itu genre yang diangkat juga berdasar pada sebuah cita-cita yang luhur, tentang perjuangan pendidikan, yang sangat relevan dengan kondisi masyarakat Indonesia.

**Tabel 2.** Analisa Proses Kreatif film Laskar Pelangi

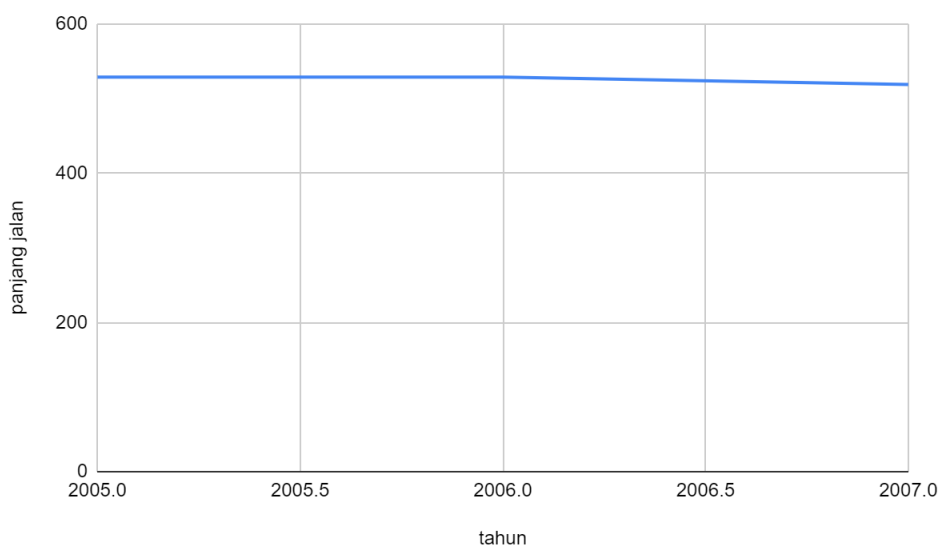
Tahapan	Keterangan
<i>Creation / Origination</i>	<p>Film Laskar Pelangi merupakan adaptasi dari novel karya Andrea Hirata dengan judul yang sama. Novel tersebut merupakan perjalanan kisah masa kecilnya yang besar di Belitung. Meski saat ini dikenal publik sebagai seorang sastrawan, sebenarnya Andrea Hirata memiliki latar belakang pendidikan yang menarik, yaitu sebagai Magister di bidang Ekonomi. Ia juga dikenal dengan ketertarikannya terhadap Kimia, Fisika dan Biologi.</p> <p>Novel merupakan karya sastra yang erat hubungannya dengan penguasaan imajinasi. Imajinasi dalam Laskar Pelangi tidak dimanifestasikan dalam bentuk mereka-reka karakter dan kejadian, tetapi dengan cara menceritakan, sebabnya apa yang tertulis merupakan apa yang benar-benar Andrea jalani. Selain itu, Andrea bukan seorang sastrawan yang fanatik, ia banyak menghabiskan waktu untuk membaca buku ilmiah, teori ekonomi, utamanya tentang ilmu pengetahuan. Hal ini membuat Andrea memiliki kekhasan dan kelebihan dalam menjelaskan sesuatu secara sangat kontekstual.</p> <p>Perangkaian novel Laskar Pelangi ke dalam sebuah film berawal dari rasa kagum Mira Lesmana dan Riri Riza, produser dan sutradara film ini, terhadap novel Andrea tersebut. Sebabnya tokoh-tokoh di dalam novel ini memiliki pesona karakter yang sangat kuat dan dilatar belakangi oleh cita-cita besar dan luhur yang sangat menggetarkan para pembacanya.</p>
<i>Production</i>	<p>Film Laskar Pelangi memasuki tahap pengambilan gambar pada tanggal Mei 2008. Setelah melewati proses pertemuan dan diskusi dengan sang penulis selama satu tahun. Persiapan produksi pun dilakukan sejak tahun 2007 dengan melakukan proses penulisan skenario, survey lokasi, serta <i>casting</i> para pemain Laskar Pelangi. Menurut sumber, proses pengambilan gambar pada film ini hampir 100% diambil di Belitung. Selain itu kedekatan emosional dan intimasi karakter dibangun dengan memilih 12 orang pemain utama dalam film ini diperankan oleh putra-putri daerah Belitung.</p> <p>Adapun keinginan Riza dan Mira untuk menampilkan anak-anak asli Belitung agar penghayatan antara cerita dan para pemain muncul secara asli dan alami. Keinginan ini memang sudah ditetapkan dari awal sehingga proses <i>casting</i> sudah secara terfokus dilakukan kepada anak-anak di Belitung. Mira mengatakan meski anak-anak ini tidak memiliki latar belakang seni peran dan terbiasa dengan dunia akting, tapi mereka adalah anak-anak yang sangat berbakat, punya keberanian, mau mencoba, dan yang terpenting, mereka bisa mempresentasikan tokoh tokoh utama di film.</p> <p>Selain pemain, ada juga kombinasi input berupa lokasi yang mengangkat keindahan alam Belitung untuk menambah pengalaman dalam menonton filmnya, serta nilai-nilai kehidupan yang menjadi salah satu input paling berdampak terhadap produksi film ini.</p>
<i>Distribution</i>	<p>Film ini diproduksi oleh Miles Film dan Mizan Production serta digarap oleh sutradara Riri Riza. Skenario adaptasi ditulis oleh Salman Aristo dibantu oleh Riri Riza dan Mira Lesmana. Miles Film sendiri sudah terbukti berhasil menciptakan berbagai karya film box office seperti : Petualangan Sherina (1999), Ada Apa Dengan Cinta? (2001), Gie (2005), hingga akhirnya terlibat dalam pembuatan film Laskar Pelangi ini di tahun 2008. Film Laskar Pelangi ini dilaporkan menelan biaya 8 miliar rupiah (US\$890.000; ~ US\$1.000.000 pada tahun 2017 termasuk inflasi) untuk dibuat dan merupakan tahun produksi.</p>
<i>Commercialization</i>	<p>Proses komersialisasi terjadi dengan alami karena terlibatnya sutradara dan beberapa aktor senior yang pada akhirnya menarik atensi publik. Selain itu dilakukan juga perilisasi album OST. Laskar Pelangi yang diisi oleh berbagai artis ternama seperti;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "Laskar Pelangi" (<u>Nidji</u>)</li> <li>• "Ku Bahagia" (<u>Sherina</u>)</li> <li>• "Lintang" (<u>Netral</u>)</li> <li>• "Tak Perlu Keliling Dunia" (<u>Gita Gutawa</u>)</li> <li>• "Sababat Kecil" (<u>Ipang</u>)</li> <li>• "Waltz Musim Pelangi" (<u>Meng Float</u>)</li> <li>• "Sababat" (<u>Garasi</u>)</li> <li>• "Mengejar Harapan" (<u>Gugun &amp; The Bluesbug</u>)</li> <li>• "Bunga Seroja" (<u>Verrys Yamarno &amp; Mara Karma</u>)</li> </ul>

Sumber : Berbagai sumber

### Faktor pendorong pariwisata dan keadaannya di Provinsi Bangka Belitung

Faktor perkembangan atau pendorong pariwisata merupakan hal atau kondisi yang berpengaruh dalam perkembangan pariwisata dimana perkembangan tersebut terarah dan dapat dilihat perubahan antara sebelum perkembangan dan sesudah perkembangan (Febrianingrum, Miladan, & Mukaromah, 2019). Terdapat beberapa faktor atau kondisi yang dianalisis lebih lanjut sebagai faktor penggerak pariwisata di Bangka Belitung. Faktor-faktor tersebut adalah fasilitas dan infrastruktur yang menyangkut aksesibilitas, kebijakan pemerintah dan objek wisata.

**Grafik 1.** Data Panjang Jalan Provinsi Bangka Belitung Sebelum Perilisan Film Laksar Pelangi



Sumber : (BPS, 2021)

Fasilitas dan infrastruktur menjadi salah satu faktor pendorong pariwisata, menurut Yoeti dalam jurnal (Febrianingrum, Miladan, & Mukaroh, 2019) wisatawan memerlukan infrastruktur/fasilitas wisata untuk memenuhi kebutuhannya selama berwisata dan menurut Whardono dalam jurnal yang sama perkembangan jaringan jalan juga dibutuhkan oleh wisatawan yang memudahkan wisatawan menuju objek wisata tersebut. Fasilitas dan infrastruktur BABEL pada tahun 2005-2007, pada tahun 2005 sampai 2006 panjang jalan di BABEL tidak berubah yaitu sepanjang 529,17 km dan pada tahun 2007 mengalami penurunan menjadi 519,17 km (BPS, 2021). Dilihat dari data 2005-2007 bahwa di BABEL infrastruktur/fasilitas yang ada justru tidak terlihat adanya peningkatan yang akan mempengaruhi wisata disana dan malah menurun. Selain dari infrastruktur/fasilitas faktor pendorong lainnya adalah kebijakan pemerintah.

Kebijakan pemerintah juga menjadi faktor pendorong pariwisata yang dikarenakan dengan adanya kontribusi pemerintah untuk memajukan pariwisata dengan cara deregulasi yang cepat dan serius di sektor pariwisata dapat meningkatkan pariwisata. Kebijakan pemerintah pada prov BABEL ini adalah untuk mengedepankan dan mengembangkan potensi-potensi yang ada pada BABEL yaitu seperti pertanian, perkebunan, pertambangan dan pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Kebijakan Arahana Penempatan Ruang provinsi BABEL bertujuan untuk mensejahterakan dan menciptakan ketahanan untuk daerahnya seperti membagi-bagi besaran tanah yang akan dijadikan wilayah budidaya seperti pariwisata maupun pertanian, lalu faktor pendorong pariwisata itu ada objek wisata dan budaya.

Objek wisata dan budaya juga merupakan salah satu faktor pendorong pariwisata yang jika semakin banyak destinasi wisatanya maka akan semakin menarik suatu daerah untuk dikunjungi, sama halnya dengan Indonesia yang memiliki banyak warisan budaya yang membuat banyak wisatawan mancanegara memilih Indonesia menjadi tujuan wisata mereka (Lingga, 2019).

### Pergerakan tren pariwisata di Provinsi Bangka Belitung

Dalam menjelaskan pergerakan tren pariwisata di Provinsi Bangka Belitung makalah ini menggunakan data persentase pengunjung hotel di Provinsi Bangka Belitung pada tahun 2002-2019. Data tersebut konversi menjadi sebuah grafik guna melihat tren dari tingkat pariwisata yang ada di provinsi Bangka Belitung sehingga, diperoleh grafik sebagai berikut :

**Grafik 2.** Persentase Pengunjung Hotel di Provinsi Bangka Belitung tahun 2002-2019



Sumber: (BPS, 2020)

Berdasarkan pada grafik persentase pengunjung hotel di provinsi bangka belitung pada tahun 2002-2019 dapat dilihat bahwa tingkat pariwisata pada provinsi bangka belitung cenderung mengalami penurunan sebelum dirilisnya film Laskar Pelangi yaitu pada tahun 2002-2007. Sedangkan setelah perilisn film laskar pelangi yaitu pada tahun 2008 tren dari tingkat pariwisata di provinsi Bangka Belitung mengalami peningkatan sampai pada puncaknya di tahun 2011 sebesar 48,01% dan setelah tahun 2011 tren tersebut kembali mengalami penurunan sampai di tahun 2019 menjadi sebesar 36,07%.

Setelah meninjau tren dari data persentase pengunjung hotel, dapat dikatakan bahwa peningkatan signifikan yang terjadi di tahun 2007 ke 2008 terjadi karena perilisn film Laskar Pelangi. Hal tersebut terjadi karena dengan adanya film laskar pelangi membuat masyarakat menjadi lebih mengetahui dan mengenal provinsi bangka belitung sehingga menimbulkan ketertarikan untuk datang mengunjungi Bangka Belitung. Hal ini didasari oleh konsep *film-induced tourism*, yang menjelaskan bahwa sebuah film memiliki *pulling factor* melalui kombinasi input lokasi, pendalaman karakter dan tema film yang dilakukan pada proses pengambilan gambar film tersebut. Kombinasi tersebut menciptakan daya dorong bagi para penonton untuk mengunjungi lokasi yang dijadikan latar tempat pada film terkait akibat pengalaman yang mereka dapatkan dari menonton film tersebut, dalam konteks ini film Laskar Pelangi dan Bangka Belitung. Akan tetapi, sebuah film pada akhirnya akan mencapai titik dimana film tersebut sudah tidak lagi ditonton dan berhenti memberikan dampaknya. Hal tersebut dibuktikan dengan terjadinya penurunan tren pariwisata pada provinsi Bangka Belitung pada tahun 2011-2019 karena, terdapat kemungkinan seluruh orang yang tertarik untuk mengunjungi Bangka Belitung akibat dari adanya film Laskar Pelangi sudah seluruhnya mengunjungi objek wisata yang ada di Bangka Belitung dan film Laskar Pelangi sudah tidak lagi ditayangkan sehingga tidak menimbulkan wisatawan baru yang mengetahui objek wisata yang ada provinsi Bangka Belitung.

### Pengaruh pertumbuhan pariwisata terhadap aspek-aspek kepariwisataan lainnya

Pada pembahasan sebelumnya terlihat bagaimana perilisn film Laskar Pelangi berpengaruh terhadap peningkatan yang signifikan pada persentase pengunjung hotel dari tahun 2008 ke 2011. Selanjutnya, analisis coba dilakukan untuk melihat bagaimana pertumbuhan signifikan tersebut berdampak pada aspek-aspek kepariwisataan dan perekonomian di Provinsi Bangka Belitung.

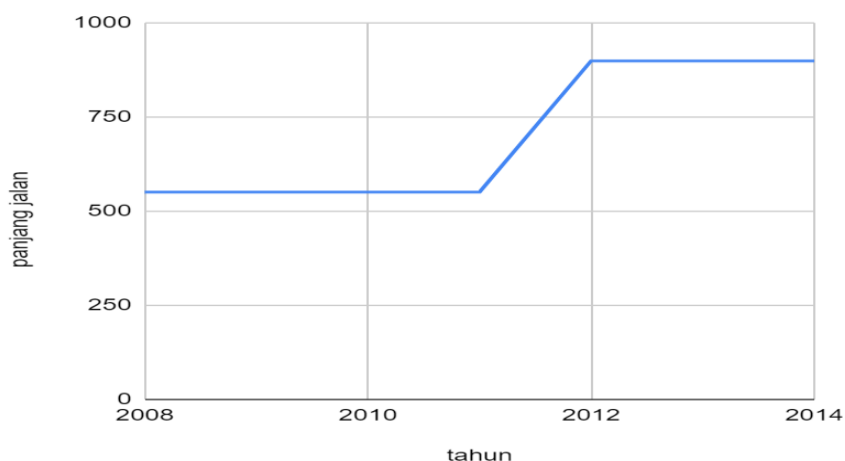


Perilisan film laskar pelangi memiliki dampak terhadap perekonomian di Provinsi Bangka Belitung. Berdasarkan data yang diperoleh (Zukhri, Haryadi, & Cholilah, 2015) bahwa pendapatan regional perkapita pada Kabupaten Belitung Timur mengalami pertumbuhan, pada tahun 2006 pendapatan perkapita regional pada Kabupaten Belitung Timur adalah sebesar 12.288.688 Rupiah sedangkan, pada tahun 2012 atau setelah perilisan film Laskar pelangi pendapatan regional pada Kabupaten Belitung Timur mengalami pertumbuhan sebesar 97,85% sehingga pendapatan perkapita menjadi 24.312.604 Rupiah.

Selain berdampak kepada perekonomian di Provinsi Bangka Belitung, perilisan film Laskar Pelangi juga menimbulkan *multiplier effect* pada faktor-faktor pendorong pariwisata di Provinsi Bangka Belitung. Dimana, faktor-faktor pendorong pariwisata terdiri dari tiga faktor yaitu : fasilitas dan infrastruktur, kebijakan pemerintah dan objek wisata. Hal tersebut didukung ungkapan Perhimpunan Travel Agent DPD Kepulauan Bangka Belitung dalam Wulan (2017) bahwa antusias masyarakat terhadap pariwisata di Bangka Belitung karena adanya film Laskar Pelangi dan akses pada provinsi bangka belitung juga mengalami peningkatan setelah pariwisata pada provinsi tersebut berkembang.

Pertama, Fasilitas dan infrastruktur pada provinsi Bangka Belitung mengalami peningkatan apabila ditinjau setelah waktu perilisan film Laskar Pelangi. Peningkatan tersebut dibuktikan dengan bertumbuhnya panjang jalan yang ada pada provinsi Bangka Belitung setelah perilisan film Laskar Pelangi.

**Grafik 3.** Data panjang jalan setelah perilisan film laskar pelangi



Sumber: (BPS, 2021)

Berdasarkan data yang diperoleh melalui Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2008 atau tahun perilisan film Laskar Pelangi, panjang jalan pada Provinsi Bangka Belitung mengalami pertumbuhan menjadi sebesar 550,97 Km dan setelah perilisan film Laskar Pelangi yaitu pada tahun 2014, panjang jalan pada provinsi Bangka Belitung kembali mengalami pertumbuhan menjadi 899,33 Km.

Kedua, Kebijakan pemerintah. Setelah perilisan film laskar pelangi, membuat pemerintah daerah lebih fokus dalam mengembangkan pariwisata Bangka Belitung, seperti munculnya kampanye *visit Babel archipelago 2010*. Kampanye tersebut menurut Dirjen Pemasaran Depbudpar dalam Antara (2008) merupakan langkah yang dilakukan guna mendorong sektor pariwisata pada Provinsi Bangka Belitung dan akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada provinsi tersebut. Berhasilnya film laskar pelangi membuat film tersebut menjadi sebuah ikon wisata pada Provinsi Bangka Belitung.

Ketiga, Objek Wisata. perilisan film laskar pelangi membuat muncul objek wisata baru pada kawasan wisata Provinsi Bangka Belitung, contohnya replika SD Muhammadiyah, museum kata dan pantai Tanjung Tinggi. Menurut Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (2016-2025) objek wisata yang berhubungan dengan film Laskar pelangi memiliki nilai daya tarik yang lebih tinggi daripada objek wisata yang tidak berhubungan dengan film Laskar Pelangi yaitu untuk Museum Kata dengan nilai daya tarik sebesar 6 dan Pantai Tanjung Tinggi

dengan nilai daya tarik sebesar 7. Kedua objek wisata tersebut mempunyai nilai diatas rata-rata dari seluruh objek wisata yang ada di Provinsi Bangka Belitung sehingga, kedua objek wisata tersebut termasuk kedalam objek wisata dengan daya tarik unggulan di Provinsi Bangka Belitung. Berdasarkan pada nilai daya tarik untuk objek wisata yang berhubungan dengan film Laskar Pelangi yaitu Museum Kata dan Pantai Tanjung Tinggi dapat dilihat bahwa sebuah film yaitu Laskar Pelangi dapat mendorong daya tarik dari sebuah objek wisata.

## Kesimpulan dan Implikasi

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor perekonomian yang bertumbuh pesat seiring dengan berkembangnya teknologi dan globalisasi. Salah satu industri dalam ekonomi kreatif yang juga berkembang dengan baik dan menunjukkan kontribusi yang besar terhadap perekonomian adalah industri perfilman. Dalam industri ini, terdapat konsep *film-induced tourism* yang dewasa ini semakin umum diimplementasikan dalam proses pembuatan film-film lokal maupun mancanegara. Konsep ini berbicara tentang perkawinan antara sektor perfilman dan sektor pariwisata. Di mana proses pembuatan film mengombinasikan berbagai input, salah satunya pemilihan lokasi atau latar tempat yang pada akhirnya mampu mendorong pariwisata kepada lokasi tersebut akibat pengalaman yang didapat dari menonton film terkait. Beberapa contoh film yang sukses dalam menggunakan konsep tersebut adalah, *Braveheart* (1996) dan *Lord of the Rings* (2001-2003). Tidak hanya film mancanegara, film produksi dalam negeri yang juga terlihat mengadaptasi konsep ini adalah film Laskar Pelangi. Pada dasarnya penggunaan konsep ini pada pembuatan film di Indonesia bisa menjadi sangat potensial, melihat begitu kayanya potensi pariwisata atau keindahan alam yang bangsa ini miliki.

Melalui pembahasan yang dilakukan menggunakan rantai nilai industri kreatif dalam menganalisis bagaimana proses kreatif dalam pembuatan film laskar pelangi, ditemukan bahwa terjadi kesinkronan antara rantai nilai tersebut dengan unsur *pulling factors* sebuah film yang dijelaskan oleh konsep *film induced tourism*. Dalam pembuatan film laskar pelangi terdapat penggunaan input lokasi (pemandangan dan objek wisata di Bangka Belitung), kombinasi aktor lokal dan aktor senior yang menunjukkan *personality* film yang baik serta penanaman nilai-nilai kehidupan yang membuat performa keseluruhan film mampu memberikan pengalaman yang menyeluruh pada penonton dan pada akhirnya mendorong para penonton tersebut untuk mendatangi lokasi pembuatan film.

Selanjutnya, dalam pembahasan tentang bagaimana pengaruh film laskar pelangi terhadap perekonomian Provinsi Bangka Belitung, pada sektor sektor pariwisata ditemukan tren di mana sejak tahun 2008, yang adalah tahun perilis film Laskar Pelangi, persentase kunjungan hotel di Bangka Belitung terus mengalami peningkatan, hingga tahun 2011. Hal ini selaras dengan konsep *film-induced tourism* yang menjelaskan *pulling factors* dari sebuah film dan hubungannya dengan pariwisata. Selain itu, peningkatan signifikan yang terjadi pada pariwisata Bangka Belitung akibat perilis film Laskar Pelangi nyatanya juga berpengaruh terhadap aspek-aspek perekonomian dan kepariwisataan lainnya melalui efek multiplier. Hal ini ditunjukkan pada aspek pendapatan per kapita di tahun 2012 yang mengalami pertumbuhan sebesar 97,85% dari tahun 2006. Bukti efek multiplier lain ditemukan pada aspek infrastruktur, melalui data panjang jalan yang juga mengalami kenaikan signifikan di tahun 2012. Selanjutnya pada kebijakan pemerintah yang terlihat lebih fokus mengembangkan pariwisata Bangka Belitung melalui berbagai kampanye dan promosi kepariwisataan. Terakhir pada menambahnya dan berkembangnya objek wisata yang ada di Bangka Belitung.

Melalui penelitian ini dapat dimengerti bagaimana dampak perilis film yang mengimplementasi konsep *film-induced tourism* terhadap perekonomian suatu daerah. Dengan proses kreatif yang mengombinasikan input *place, personality & performance*, sebuah film mampu memberikan dampak signifikan pada sektor pariwisata dan berefek multiplier pada aspek ekonomi lainnya. Oleh karena itu Indonesia, sebagai negara yang kaya akan keindahan alam dan potensi pariwisata, disarankan mampu menggunakan konsep ini sebagai salah satu dorongan untuk sektor pariwisata dan mengoptimalkan manfaat ekonomi objek wisata tersebut bagi masyarakat sekitar.

## Daftar Pustaka

- Aditiasari, D. (2016, July 21). *Berapa Besar Pengaruh Industri Film Terhadap Ekonomi RI?* Retrieved from Detik Finance: <https://finance.detik.com/industri/d-3258266/berapa-besar-pengaruh-industri-film-terhadap-ekonomi-ri>
- Andriani, D. (2013, November 18). *Industri Kreatif Mampu Tumbuh 5,76% Artikel ini telah tayang di Bisnis.com dengan judul "Industri Kreatif Mampu Tumbuh 5,76%", Klik selengkapnya di sini: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20131118/87/187220/industri-kreatif-mampu-tumbuh-576>. Author: Dewi A. Retrieved from Ekonomi Bisnis: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20131118/87/187220/industri-kreatif-mampu-tumbuh-576>*
- Antara. (2008, Oktober 15). *Visit Babel Archipelago 2010` Dorong Kebangkitan Pariwisata Bangka-Belitung*. Retrieved from Antara News: <https://www.antaranews.com/berita/120575/visit-babel-archipelago-2010-dorong-kebangkitan-pariwisata-bangka-belitung#mobile-nav>
- Beeton, S. (2006). Understanding Film-Induced Tourism. *Tourism Analysis*, 181-188.
- BKPM. (2021). *Bagaimana Perkembangan Industri Perfilman Indonesia Saat Ini?* Retrieved from Invest Indonesia: <https://www.investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/bagaimana-perkembangan-industri-perfilman-indonesia-saat-ini>
- BPS. (2020). *Tingkat Penghunian Kamar Hotel (persen) 2011-2013*. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/indicator/16/282/3/tingkat-penghunian-kamar-hotel.html>
- BPS. (2021). *Panjang Jalan Provinsi Menurut Jenis Permukaan Jalan 2001-2004*. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://babel.bps.go.id/indicator/17/48/1/panjang-jalan-provinsi-menurut-jenis-permukaan-jalan.html>
- Great Day. (2020, October 22). *Industri Kreatif dan Kontribusinya dalam Perekonomian Indonesia*. Retrieved from Great Day: <https://greatdayhr.com/id/blog/industri-kreatif/>
- Farisi, B. (2020, May 30). *Joko Anwar Sebut Perfilman Indonesia Melonjak Pesat Sebelum Pandemi Covid-19*. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.com/hype/read/2020/05/30/153359166/joko-anwar-sebut-perfilman-indo>
- Febrianingrum, S., Miladan, N., & Mukaromah, H. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan. *Desa-Kota*, 130-142.
- Kemenkeu. (2017, October 9). *Pengembangan dan Pemanfaatan Teknologi dalam Mendukung Ekonomi Kreatif*. Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pengembangan-dan-pemanfaatan-teknologi-dalam-mendukung-ekonomi-kreatif/>
- Kompas Klasika. (2017). *4 Lokasi Film yang Akhirnya Menjadi Destinasi Wisata Populer*. Retrieved from Kompas Klasika: <https://klasika.kompas.id/baca/4-lokasi-film-yang-akhirnya-menjadi-destinasi-wisata-populer/>
- Kumparan. (2021, February 2). *Pengertian IPTEK Menurut Para Ahli dan Dampaknya bagi Kehidupan Manusia*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/berita-hari-ini/pengertian-iptek-menurut-para-ahli-dan-dampaknya-bagi-kehidupan-manusia-1v61nh0k8F5/full>
- Kusumawardhani, A. (2018, May 3). *WCCE Bali Diyakini Gali Potensi Ekonomi Kreatif Indonesia Artikel ini telah tayang di Bisnis.com dengan judul "WCCE Bali Diyakini Gali Potensi Ekonomi Kreatif Indonesia", Klik selengkapnya di sini: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180503/12/791181/wcce-> Retrieved from Ekonomi Bisnis: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180503/12/791181/wcce-bali-diyakini-gali-potensi-ekonomi-kreatif-indonesia>*
- Lestari, A. (2015). *Analisis Multiplier Effect Ekonomi Perkebunan Kelapa Sawit di Kabupaten Mesuji*. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

- Lingga, M. A. (2019, April 7). *Menurut Pengamat, Ini Sejumlah Dampak Industri Film ke Perekonomian* Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Menurut Pengamat, Ini Sejumlah Dampak Industri Film ke Perekonomian", Klik untuk baca: <https://money.kompas.com/read/2019/04/07/11100>. Retrieved from Kompas: <https://money.kompas.com/read/2019/04/07/111000426/menurut-pengamat-ini-sejumlah-dampak-industri-film-ke-perekonomian>
- Liputan 6. (2021, January 26). *Optimisme Menparekraf Sandiaga Uno Tahun Ini Jadi Pemulihan Ekonomi Kreatif Global*. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4467542/optimisme-menparekraf-sandiaga-uno-tahun-ini-jadi-pemulihan-ekonomi-kreatif-global>
- Macionis, N. (2004). Film-Induced Tourism: The Tourist in the Film Place. In T. Ferrero-Regis, & A. Moran, *Placing the Moving Image*. QLD: Griffith University.
- Macionis, N., & Sparks, B. (2009). Film-Induced Tourism: An Incidental Experience. *Tourism Review International*, 93-101.
- Mangifera, L. (2016). Pengembangan Industri Kreatif Produk Batik Tulis Melalui Value Chain Analysis. *The 3rd University Research Colloquium*, 157-166.
- Media Indonesia. (2018, February 27). *PDB Ekonomi Kreatif Capai Rp922 Triliun, Kuliner Sumbang 40%* Sumber: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/147110/bekraf-bps-catat-pdb-ekonomi-kreatif-2016-rp922-59-triliun>. Retrieved from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/147110/bekraf-bps-catat-pdb-ekonomi-kreatif-2016-rp922-59-triliun>
- Putra, A. P., Wijayanti, T., & Prasetyo, J. S. (2017). Analisis Dampak Berganda (Multiplier Effect) Objek Wisata Pantai Watu Dodol Banyuwangi. *Journal of Tourism and Creativity*, 1(2).
- Putri, A. S. (2020, January 5). *Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif* Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif", Klik untuk baca: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/05/070000769/ekonomi-kreatif-dan-industri-kreatif?page=all>. Penuli. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/05/070000769/ekonomi-kreatif-dan-industri-kreatif?page=all>
- Wijaya, M., & Roshika, N. (2020). Movie-Induced Tourism as a Powerful Tourism Branding Media (Study Case on Laskar Pelangi the Movie). *Airlangga Journal of Innovation Management*, 153-161.
- Wulan, A. (2017, September 12). *Wajah Baru Pariwisata Belitung Pasca-Novel Laskar Pelangi*. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3090004/wajah-baru-pariwisata-belitung-pasca-novel-laskar-pelangi>
- Zukhri, N., Haryadi, D., & Cholilah, J. (2015). *Brandingisasi Wisata Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Momentum Laskar Pelangi di Pulau Belitung*. Istana Media.