



## Promosi Pariwisata Bali dan Queensland Melalui Film “Ticket to Paradise”

*Promotion of Bali and Queensland Tourism Through the Film “Ticket To Paradise”*

**Ni Made Prasiwi Bestari**

Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Bali, Indonesia

Email korespondensi: [prasiwibestari@undiknas.ac.id](mailto:prasiwibestari@undiknas.ac.id)

### Info Artikel

Masuk: 20 April 2023

Revisi: 10 Mei 2023

Diterima: 21 Mei 2023

Terbit: 31 Mei 2023

### Keywords:

Film Tourism; Tourism Promotion; Ticket to Paradise; Bali; Queensland

### Kata kunci:

Film Tourism; Promosi Pariwisata; Ticket to Paradise; Bali; Queensland

### Corresponding Author:

Ni Made Prasiwi Bestari

Email:

[prasiwibestari@undiknas.ac.id](mailto:prasiwibestari@undiknas.ac.id)

### DOI:

<https://doi.org/10.24843/JH.2023.v27.i02.p04>

### Abstract

The film industry and tourism have a very strong relationship, which can benefit one another. Various tourist destinations use films to promote their area and attract tourists. There are also many films made in tourism destinations and showcase these destinations, so as to attract tourists to visit them. As a world popular destination, Bali has been chosen by several film producers to make film here such as the international box office movie “Eat Pray Love” (2010) and the most recent one is “Ticket to Paradise” (2022). The story of “Ticket to Paradise” sets in Bali but did not shoot here, instead in Queensland Australia because of the Pandemic Covid-19. This study aims to analyze the benefits of film “Ticket to Paradise” for Bali and Queensland tourism industry. The analysis was carried out using interpretive qualitative methods in investigating the tourism symbols contained in the film. In terms of the storyline, dialogue and visuals contained in this film, this study concludes that the film “Ticket to Paradise” both promotes the tourism industry in Bali and Queensland, although the promotional impact will be more optimal if the film is made and shot in Bali.

### Abstrak

Industri film dan pariwisata memiliki hubungan yang sangat kuat yang mana dapat saling menguntungkan kedua industri. Berbagai destinasi wisata menggunakan film untuk mempromosikan daerah mereka dan menarik wisatawan. Banyak pula film yang dibuat di lokasi wisata dan mempromosikan destinasi wisata tersebut, sehingga mampu menarik wisatawan mengunjunginya. Sebagai destinasi wisata dunia, Bali sering dipilih oleh produser film untuk lokasi cerita dan syuting, contoh penting adalah film “Eat Pray Love” (2010) dan yang terbaru adalah film “Ticket to Paradise”. Cerita “Ticket to Paradise” di-set di Bali tetapi syuting tidak di Bali, namun dilakukan di Queensland karena pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manfaat dari film “Ticket to Paradise” terhadap promosi industri pariwisata Bali dan Queensland. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif interpretatif dalam mengeksplorasi dan memaknai simbol-simbol pariwisata yang terkandung dalam film. Dilihat dari segi alur cerita, dialog dan visual yang terdapat dalam film ini, studi ini menyimpulkan bahwa film “Ticket to Paradise” sama-sama mempromosikan industri pariwisata Bali dan Queensland, meskipun dampak promosinya akan lebih optimal jika film tersebut dibuat dan syuting di Bali.

## PENDAHULUAN

Bali sebagai destinasi wisata populer di dunia telah beberapa kali dilirik oleh perusahaan produksi film internasional. Pulau Bali sudah tidak asing lagi bagi produser film Holywood, seperti terlihat dari dipilihnya Bali menjadi lokasi syuting film “Eat Pray Love” dengan bintang Holywood Julia Robert. Keindahan alam dan budaya yang dimiliki Bali menjadikannya sebagai destinasi yang diincar oleh Holywood. Bagi Bali, manfaat dari *film-induced tourism* (film promosi pariwisata) ini sudah dirasakan melalui film “Eat Pray Love” yang diluncurkan pada tahun 2010, dan memberikan dampak yang luar biasa bagi promosi pariwisata di Bali. Dari segi visual, film tersebut telah berhasil menampilkan obyek wisata yang ada di Bali yang secara tidak langsung mempromosikan destinasi pariwisata. Film ini tidak hanya berhasil mengaplikasikan elemen sinematik yang baik, tetapi juga berhasil menciptakan daya tarik emosional (Lukitasari & Putra, 2017). Film “Eat Pray Love” yang diperani oleh Julia Roberts sukses menunjukkan suasana Bali yang terekam dengan baik dalam film tersebut. Film “Eat Pray Love” yang dibuat berdasarkan novel berjudul sama, karya penulis Amerika Elizabeth Gilbert tahun 2006. Novel dan filmnya yang beredar 2010 muncul ketika Bali benar-benar sedang memerlukan promosi luas pasca-serangan teroris tahun 2002 dan 2005. Kehadiran film “Eat Pray Love” benar-benar menjadi anugerah bagi pariwisata Bali, karena memberikan dampak promosi tanpa harus mengeluarkan biaya.

Pada tahun 2022, Bali kembali mendapatkan *ekspose* melalui film Holywood berjudul “Ticket to Paradise” yang juga dibintangi oleh Julia Robert dengan George Clooney, keduanya bintang film terkenal kelas dunia. Film

dengan genre komedi romantis ini menjadi perbincangan di dunia maya lantaran film dengan latar belakang cerita di Bali ini justru tidak melakukan shooting di Bali. Seluruh film ini melakukan proses syuting di Queensland, Australia. Area shooting tersebut disulap sedemikian rupa menjadi seperti Pulau Dewata yang memiliki pemandangan indah dengan ciri khas wisata 3S Bali, *sun*, *sea* dan *sand*. Menariknya, film “Ticket to Paradise” ini beredar di seluruh dunia termasuk Indonesia dan Bali bulan Oktober 2022, masa ketika Bali memerlukan promosi besar-besaran untuk memulihkan industri pariwisata yang terpuruk akibat pandemi Covid-19 selama hampir dua tahun. Untuk berpromosi, Bali tentu tidak memiliki anggaran, dalam konteks inilah, keuntungan dari film “Ticket to Paradise” ini tampak jelas lewat dua sisi: promosi destinasi wisata dan promosi tanpa biaya dengan kata lain gratis. Promosi secara tidak langsung melalui film biasanya lebih berpengaruh daripada promosi lewat promosi konvensional yang dilakukan oleh pemerintah atau bagian pemasaran industri.

Promosi pariwisata melalui film dapat menjadi cara yang efektif untuk membangkitkan minat dan mendorong calon pengunjung ke suatu destinasi, seperti ditunjukkan film “Ada apa dengan Cinta 2” untuk daya tarik wisata di Yogya (Pracintya, Putra, & Yathy, 2022a) dan film “Dilan” untuk daya tarik wisata di Bandung dan sekitarnya (Pracintya, Putra, & Yathy, 2022b). Film menjadi bentuk seni yang dapat membuat cerita serta visual yang mampu menarik penontonnya untuk dapat secara tidak langsung terhubung dengan suatu tempat. Dengan kemampuan visualnya, film dapat menampilkan keindahan suatu destinasi, budaya dan sejarah, serta pengalaman unik yang bisa didapat di

suatu tempat tersebut. Film sebagai sarana pemasaran yang menarik dapat meningkatkan pengetahuan akan destinasi, citra destinasi dan menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah pariwisata (Hudson & Ritchie, 2006). Promosi pariwisata melalui film memberikan kesempatan bagi destinasi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Penelitian ini menganalisis sejauh mana *film induced tourism* "Ticket to Paradise" mampu mempromosikan dan meningkatkan citra destinasi wisata Bali dan juga Queensland. Dalam wisata film, tidak diragukan lagi beberapa pengunjung, mungkin sebagian besar, pergi ke suatu lokasi karena mereka telah melihat lokasi tersebut dalam sebuah film. Penelitian ini juga melihat bagaimana dampak yang didapatkan oleh lokasi syuting tersebut. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemahaman kita dalam *film induced tourism* yang sekalipun tidak melakukan syuting di lokasi latar belakang cerita dapat mendapatkan manfaat promosi pariwisata. Kajian ini juga diharapkan dapat memperkaya studi terkait literatur pariwisata film untuk mendukung penelitian bidang tersebut di masa mendatang dan menginspirasi pemangku kepentingan pariwisata dan perfilman sehingga dapat mendukung produksi film berkualitas yang berdampak besar bagi promosi pariwisata.

## METODE DAN TEORI

Promosi destinasi wisata melalui film telah banyak dikaji oleh para ahli, dengan memberikan kajian dari berbagai aspek tentang manfaat yang didapatkan dari *film induced tourism* terhadap destinasi wisata. Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji mengenai bagaimana manfaat promosi destinasi

melalui film (Beeton, 2010; Hudson & Ritchie, 2006) dan juga pengaruh otentisitas atau keaslian dari lokasi syuting film terhadap minat kunjungan wisatawan ke lokasi tersebut (Bolan, Boy, & Bell, 2011; Butler, 2011; Moira, Mylonopoulos, & Kontoudaki, 2015; Rittichainuwat, Laws, Scott, & Rattanaphinanchai, 2018).

Perkembangan *film induced tourism* yang sangat dinamis ini menarik perhatian para peneliti untuk mengkaji unsur dalam film yang dapat menjadi sebuah nilai dalam promosi destinasi wisata. Kajian *film induced tourism* telah dilakukan dari berbagai sudut pandang seperti: manfaat *film induced tourism* untuk meningkatkan citra wisata, mendukung pembangunan destinasi wisata, meningkatkan wisata kuliner dan gastronomi, manfaat pemasaran lainnya, dan otentisitas lokasi syuting. Namun dari sejumlah penelitian, belum ada yang secara khusus membahas mengenai bagaimana film yang tidak disyuting sesuai dengan lokasi latar belakang film tersebut dapat memberikan manfaat promosi pariwisata terhadap lokasi latar belakang film dan juga lokasi dari syuting film tersebut.

Berbagai penelitian telah banyak mengkaji mengenai implikasi lokasi fiksi dan otentisitas lokasi dalam film terhadap promosi destinasi wisata. Penelitian tersebut banyak menemukan bahwa keaslian lokasi tidak menjadi masalah (Butler, 2011; Rittichainuwat et al., 2018). Pengunjung tidak mempermasalahkan tentang keaslian suatu lokasi yang telah ditayangkan dalam film tersebut. Ketika mereka mengunjungi lokasi latar belakang cerita yang sesungguhnya, mereka mengunjungi tempat yang asli, bukan replika seperti yang ditayangkan dalam sebuah film. Dalam sebagian besar kasus, para pengunjung sangat sadar bahwa lokasi yang mereka kunjungi bukanlah

set film yang sebenarnya. Menurut Butler (2011), pengunjung memutuskan untuk mengunjungi lokasi tersebut adalah karena alasan rasa ingin tahu dan mencari hiburan ke destinasi wisata tersebut.

Berbagai aspek menarik dari *film induced tourism* diulas pada penelitian sebelumnya. Pariwisata film telah muncul sebagai topik penelitian di bidang pariwisata yang diakui secara luas sebagai pendorong pengembangan pariwisata untuk banyak destinasi. Penelitian tentang promosi *film tourism* serta manfaatnya terhadap lokasi syuting dan lokasi latar belakang film sebagai destinasi wisata belum banyak dilakukan dan belum tereksplorasi. Penelitian ini mencoba mengisi celah tersebut dengan memanfaatkan bahan-bahan penelitian relevan yang ada.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-interpretatif untuk dapat mengeksplorasi simbol-simbol promosi pariwisata dalam film “Ticket to Paradise”. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui film “Ticket to Paradise”, kajian pustaka, *review film* dan berita-berita di media daring yang mengulas proses pembuatan dan kualitas film tersebut. Data juga didapatkan melalui wawancara langsung dengan salah satu aktor dari film, Agung Pindha (berasal dari Bali tetapi tinggal di Queensland), yang memainkan peran Wayan (ayah dari tokoh utama Gede) dalam film tersebut. Simbol-simbol yang terdapat dalam film ini diinterpretasikan dan dianalisa dengan menggunakan dua teori yakni semiotika dan *film induced tourism*. Teori utama yang digunakan untuk melihat simbol-simbol promosi dalam film “Ticket to Paradise” adalah teori semiotika dan didukung dengan konsep *film induced tourism*. Data yang terkumpul diolah dengan menggunakan analisis data kualitatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

“Ticket to Paradise” merupakan film yang dirilis pada tahun 2022 dan disutradarai oleh OI Parker. Film ini dibintangi oleh dua pemenang Academy Award® George Clooney dan Julia Roberts, yang bereperan sebagai David (George Clooney) dan Georgia (Julia Roberts). Bali menjadi lokasi latar belakang dari film ini.



Gambar 1. Adegan David dan Georgia tiba di bandara Bali dengan latar banner berisikan tulisan “Welcome to Bali”

Film yang diperankan oleh kedua aktor dan aktris top Hollywood, sekaligus mengambil latar belakang Bali melengkapi daya tarik film ini. Film ini berkisah tentang David dan Georgia yang sudah bercerai sebagai suami istri datang ke Bali untuk menghadiri upacara pernikahan anaknya Lily (diperankan oleh Kaitlyn Dever) dengan Gede (orang Bali dari Nusa Penida, dimainkan oleh Maxime Bouttier). David dan Georgia berangkat dari Amerika ke Bali, dan selama di Bali selain menghadiri upacara pernikahan gaya Bali, mereka juga sempat rekreasi di laut sampai digigit lumba-lumba, lokasi yang mengasosiasikan pada daya tarik wisata Lovina di Bali Utara. Selain itu, David dan Georgia juga tampak jenaka saat bercanda di area penanaman rumput laut di Nusa Penida (Lihat Gambar 2).



Gambar 2. Adegan David dan Georgia di Area Penanaman Rumput Laut dalam Film “Ticket to Paradise”

Meski berlatarkan pemandangan Bali yang sangat eksotis, film ini sejatinya difilmkan di Queensland, Australia. Lokasi syuting di pulau yang berada di Queensland ini ditata sedemikian rupa untuk dapat mereplika estetika Pulau Bali yang sesungguhnya. Dalam film ini, hanya ada beberapa cuplikan video yang memang benar-benar diambil di Bali seperti pemandangan pantai Broken Beach Nusa Penida dan beberapa rekaman eksterior hotel khas Bali yang diambil dari hotel Alila Manggis, Karangasem (Lihat Tabel 1).

Tabel 1. Lokasi Visual Film “Ticket to Paradise”

No	Visual	Lokasi
1	Airlie Beach	Queensland, Australia
2	Tangalooma Island Resort	Queensland, Australia
3	Hamilton Island	Queensland, Australia
4	Bali	Bali, Indonesia
5	Gold Coast	Queensland, Australia
6	Alila Manggis Hotel	Karangasem, Bali, Indonesia
7	California	California, USA

Sumber: (IMDb, 2022)

Dalam film ini, David dan Georgia merupakan sepasang orang tua yang sudah bercerai dan akhirnya kembali dipersatukan dalam misi bersama untuk menghentikan rencana pernikahan putri tercinta mereka. Sebagai orang tua, mereka tidak ingin putri tercinta mereka membuat kesalahan yang sama yang

pernah mereka buat dalam pernikahan mereka. Film “Ticket to Paradise” ini adalah komedi romantis penuh kejutan dari David dan Georgia yang menemukan diri mereka kembali merasakan perasaan lama yang pernah membuat mereka bahagia bersama.

David dan Georgia diceritakan bertolak menuju Bali untuk melakukan sabotase pernikahan putrinya. Putri mereka bernama Lily Cotton, telah jatuh cinta dan akan menikah dengan lelaki asal Bali bernama Gede yang merupakan seorang petani rumput laut. Kedua orang tua Lily merasa bahwa putrinya belum cukup bijak untuk mengambil keputusan menikah dan melepaskan rencana karirnya untuk menikah.

Selama berada di Bali, hari-hari menjelang pernikahannya putrinya, David dan Georgia banyak menghabiskan waktu bersama dan berkesempatan untuk mengenali budaya Bali. Mereka diperkenalkan dengan beberapa tradisi budaya Bali terutama terkait prosesi pernikahan dan potret keluarga Bali yang dikenal beranggotakan sangat banyak. Selain itu juga mereka berkesempatan untuk berenang di lautan, menaiki kapal laut dan juga berkesempatan merasakan pengalaman menjadi petani rumput laut.

### Promosi Bali dalam Film “Ticket to Paradise”

Keindahan panorama alam Bali memang sudah dikenal di kalangan wisatawan mancanegara. Kepopuleran tersebut membuat Bali kerap dipilih sutradara Hollywood untuk dijadikan lokasi syuting film. Bali sudah dijadikan sebagai lokasi film internasional semenjak tahun 1935 melalui film “Legong, Dance of the Virgins”. Film yang diproduseri oleh Paramount Pictures ini merupakan film yang bertemakan kebudayaan Bali dan menampilkan cerita romansa serta

dokumentasi berbagai kegiatan keagamaan dan budaya Bali kala itu (IMDb, 2022). Pada tahun 1992, film “Baraka” juga menjadi film internasional yang mengambil set lokasi syuting di Tampaksiring dan Uluwatu, Bali (IMDb, 2022).

Dalam berbagai film internasional dengan latar Bali, mereka telah menggambarkan pulau Bali dalam bentuknya yang jelas dan menampilkan adegan-adegan yang difilmkan di lokasi sekitar Bali. Film “Eat Pray Love” pada tahun 2010 merupakan film yang dipandang berhasil mempromosikan keindahan alam yang dimiliki Bali dan membujuk wisatawan untuk datang ke Bali (Lukitasari & Putra, 2017). Kemunculan Bali dalam sebuah film internasional menjadikannya sebagai promosi gratis yang luar biasa untuk Bali sebagai destinasi wisata mancanegara.

Sejumlah tujuan wisata terkenal memanfaatkan aspek film dalam kampanye pemasaran, terutama di Inggris, Amerika Serikat, Korea, Australia, dan Selandia Baru (Connell, 2012). Promosi pariwisata melalui film menawarkan sesuatu untuk semua orang, seperti halnya film itu sendiri, dan destinasi pariwisata dapat menggunakan film sebagai kampanye pemasaran. Peluang pemasaran tersebut dapat dihasilkan semenjak saat cuplikan film ditayangkan, saat film ditayangkan perdana dan setelah film tersebut ditayangkan.

Pembuatan film sebagai bentuk seni ini dapat digunakan untuk membuat cerita dan visual menarik yang membantu penonton terhubung dengan suatu tempat. Film bisa digunakan untuk menampilkan keindahan destinasi, budaya dan sejarah, serta pengalaman unik yang bisa didapat di sana. Film mampu menyoroti kegiatan dan atraksi, serta bisnis lokal, untuk memberikan insentif kepada calon pengunjung untuk berkunjung. Selain itu,

film juga dapat digunakan untuk bercerita tentang orang-orang di destinasi, yang dapat membantu membangun hubungan emosional dengan calon pelancong.

“Ticket to Paradise” merupakan *film induced tourism* yang mempromosikan destinasi wisata Bali. Promosi destinasi Bali dalam film ini sudah dapat dilihat dari *tagline* judulnya yakni “Ticket to Paradise” atau tiket menuju “Surga”. Bali dipandang sebagai “Paradise” atau “Surga” bagi para pengunjungnya. Pulau Bali diberkati dengan pemandangan alam dan pantainya yang indah, menjadikannya destinasi wisata yang diminati wisatawan mancanegara. Bali dengan julukan surga dunia ini, selain menawarkan wisatawananya keindahan alam, destinasi ini juga memiliki kesenian, budaya dan musik yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawananya (Butterfield & Robinson, 2022). Selain itu, juga Bali terkenal sebagai pulau yang memiliki sejumlah cara untuk membenamkan diri dalam kesehatan dan penyembuhan.

Meskipun syuting film ini dilakukan di Queensland, tetapi lokasi syuting tersebut berhasil menggambarkan Bali dengan sangat nyata. Film “Ticket to Paradise” bukanlah film Hollywood pertama yang mengangkat Bali dalam alur ceritanya tetapi tidak melakukan syuting langsung di Bali. Pada tahun 2021, film “Red Notice” tentang penculikan juga mengangkat Bali dalam salah satu adegannya. Akan tetapi, sesungguhnya film ini menggunakan efek visual dan mampu memperlihatkan suasana Bali yang sangat nyata. Sama halnya dengan film “Ticket to Paradise”, dimana lokasi syuting dibentuk semirip mungkin dengan suasana Bali. Menurut Agung Pindha, vila tempat syuting dilakukan memang dibuat seperti vila di Bali, dikerjakan oleh tukang yang ahli. “Selain setting alam, setting budaya juga dikerjakan secara sangat hati-hati agar

film tidak meleset. Untuk itu, produser mengontrak tiga konsultan budaya, termasuk satu di Bali,” ujar Agung Pindha (Wawancara, 16 Desember 2022, di Denpasar). Pada awal pertemuan Georgia dengan Gede, mereka saling menyapa dengan ungkapan “Om Swastyastu” yang merupakan ucapan salam ketika bertemu dengan orang sebagai bentuk penghormatan (Lihat Gambar 3). Ucapan salam ini sangat khas dengan identik Bali. Dalam beberapa adegan juga beberapa pemain menggunakan bahasa Bali, seperti saat saudara dari Gede yang mengatakan bahwa Georgia terlihat sangat cantik “*Ragane jegeg sajan*”.



Gambar 3. Adegan Georgia Menyapa Gede Saat Pertama Kali Bertemu

Sepanjang adegan film “Ticket to Paradise” digambarkan keindahan alam Bali dan kebudayaannya melalui kegiatan upacara adat seperti prosesi pernikahan dan potong gigi (Lihat Gambar 4). Pemandangan sepanjang film juga menggambarkan Bali dengan ciri khas daun kelapa pada atribut persembahyangannya dan pakaian tradisional Bali di film ini. Untuk meniru suasana Bali, tim produksi film ini berhasil menyulap perahu seperti perahu tradisional yang digunakan di Bali, aktor pendukung, pakaian dan furnitur tradisional, bahkan bangunan agar terlihat seperti film yang berlatar di Bali.



Gambar 4. Adegan Prosesi Potong Gigi di Pondok Keluarga Gede

Detil komponen Bali dalam film ini sangat diperhatikan oleh produser film. Villa yang menjadi penginapan kedua orang tua Lily tersebut dibuat sangat menyerupai dengan Alila Manggis Hotel. Dalam film ini terdapat beberapa potongan *exterior shots* dari Alila Manggis (Lihat Gambar 5). Penginapan di Bali yang diperlihatkan menunjukkan kemewahan, kebersihan dan pelayanan staf yang sangat ramah menyambut David dan Georgia saat kedatangan mereka di hotel tersebut. Simbol-simbol yang ditunjukkan dalam film ini mengindikasikan bahwa lingkungan yang bersih dan keramahtamahan staf perhotelan di Bali.



Gambar 5. Exterior Shots Alila Manggis dalam Film “Ticket to Paradise”

Keramahtamahan penduduk Bali juga dapat dilihat pada adegan awal keluarga Gede saat menyambut orang tua Lily. Seluruh keluarga Gede menyambut kedatangan David dan Georgia dengan sangat hangat. Keramahan masyarakat Bali menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata. Penduduk yang ramah dalam suatu destinasi wisata tentu akan menciptakan liburan yang nyaman bagi wisatawan.

Penggambaran film “Ticket to Paradise” menangkap dengan baik atmosfer Bali yang asri, nyaman dan aman. Film ini berhasil menggambarkan beberapa daya tarik wisata serta kegiatan wisata yang dapat dinikmati wisatawan yang hendak berkunjung ke Bali. Tanah Lot dan Nusa Penida merupakan dua daya tarik wisata yang disebut dan disorot dalam film ini. Tanah Lot menjadi destinasi yang dikunjungi oleh David dan Georgia bersama Gede dan Lily. Film ini tidak hanya menyoroti Tanah Lot sebagai daya tarik wisata dengan keunikan lokasi pura yang berada di atas batu karang besar, film ini juga menjelaskan mitos yang dipercayai orang-orang terkait daya tarik ini.

Tanah Lot dipercayai oleh penduduk setempat sebagai tempat yang tidak direkomendasikan untuk dikunjungi dengan pacar karena hubungannya diyakini tak akan bertahan lama setelah berkunjung. Tidak heran jika dalam alur cerita ini David mengajak Gede dan Lily secara paksa ke Tanah Lot adalah sebagai upaya untuk menggagalkan rencana pernikahan mereka. Setelah mengunjungi Tanah Lot, Gede mengajak Lily beserta keluarganya mengunjungi Nusa Penida yang disebut oleh Gede sebagai tempat terindah untuk melihat *sunset*. Pada adegan ini, film ini menunjukkan keasrian Pulau Nusa Penida di Bali. Adegan di Nusa Penida juga menunjukkan keamanan pulau Bali. Pada saat berada di Nusa Penida, mereka terjebak di pulau semalaman dan harus beristirahat di tengah-tengah hutan sembari menanti bantuan penduduk setempat keesokan harinya. Dalam film tersebut diperlihatkan bahwa mereka baik-baik saja. Georgia pun mengatakan bahwa Nusa Penida menjadi tempat favorit barunya di bumi ini.

Bali tentunya tidak lengkap tanpa memperlihatkan kulinernya. Selain menonjolkan wisata alam dan daya tarik

wisata pura, film ini juga memperkenalkan kegiatan wisata malam yang ada di Bali seperti pasar malam (Lihat Gambar 6). Pada dasarnya, pasar malam merupakan budaya orang di Bali pada umumnya dan beberapa daerah lainnya, yang kini menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan mancanegara. Di pasar malam, pengunjung akan menemukan berbagai dagang yang menjual berbagai macam produk khas daerah dan makanan khas daerah. Pada film ini, ditunjukkan adegan Lily dan Georgia di pasar malam yang membeli kain tradisional. Dengan ciri khas kegiatan pasar tempat pembeli dan penjualnya melakukan tawar-menawar, adegan ini juga ditunjukkan saat Georgia diketahui sebagai turis dan diajak untuk tawar-menawar menentukan harga yang disepakati oleh mereka



Gambar 6. Gambaran Pasar Malam dalam Film “Ticket to Paradise”

Dalam berbagai perjalanan wisata, pertualangan kuliner tentu menjadi kesatuan yang tak terpisahkan. Film “Ticket to Paradise” masakan daerah khas Bali banyak ditonjolkan pada adegan di rumah Gede dan juga ditunjukkan proses memasak masakan Bali seperti Babi Guling, sate dan lawar. Dalam film ini, terdapat satu adegan dimana David terlihat sangat lahap memakan sate. Adegan ini menunjukkan betapa nikmatnya kuliner Bali. Film ini juga memperkenalkan minuman khas Bali yakni arak yang merupakan



minuman beralkohol jenis minuman keras. Adegan ini bisa menjadi promosi wisata gastronomi yang ditawarkan Bali. Melalui makanan lokal, wisatawan dapat menikmati citra budaya bangsa lain. Orang yang sudah puas dengan suatu makanan pada akhirnya akan membagi kepuasan tersebut dengan orang lain. Dari mulut ke mulut telah menyebar ke jaringan yang membangun citra merek yang positif untuk sebuah destinasi.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Sandiaga Uno, menyebutkan bahwa film "Ticket to Paradise" walaupun pengambilan gambar tidak dilakukan di Bali, tetapi film ini tetap bisa mempromosikan pariwisata Bali yang terpukul secara ekonomi di masa pandemi karena sifatnya yang bergantung pada pariwisata (Yahoo, 2022). Film "Ticket to Paradise" ini berhasil menggambarkan keramahtamahan penduduk, keindahan alam dan kuliner yang menjadi daya tarik wisatawan. Pengalaman perjalanan Georgia dan David ini dapat menjadi ajakan bagi penontonnya untuk mengunjungi Bali. Dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh CN Traveler (2022) dengan Owen Paterson yang juga merupakan produser dari film ini mengatakan bahwa mereka telah berusaha mencoba membuat lokasi syuting nyaris tidak terlihat jika syuting tersebut dilakukan di Queensland, Australia. Film ini melalui proses yang rumit mencoba mengajak penonton pergi ke Bali dan menikmati perjalanannya dengan film dan para aktor. Meskipun sebagian besar penonton telah mengetahui bahwa sebagian besar syuting dilakukan di Queensland, tetapi menurut penelitian Butler (2011), jika penonton kelak penasaran akan lokasi syutingnya, mereka akan mengunjungi Bali langsung untuk melihat lokasi syuting yang sesungguhnya.

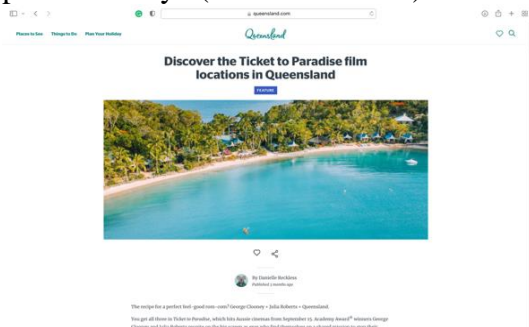
### **Promosi Queensland dalam Film "Ticket to Paradise"**

Kesuksesan film "Ticket to Paradise" tidak hanya berhasil mempromosikan keindahan alam dan budaya yang dimiliki Bali. Queensland sebagai lokasi shooting juga mendapatkan keuntungan promosi dari keindahan alam yang dimilikinya yang ditunjukkan sepanjang film ini. Dewasa ini, semakin banyak film yang menggunakan lokasi yang berbeda daripada lokasi latar belakang film sesungguhnya. Kemajuan teknologi telah mampu mendukung banyak film menggunakan citra yang dihasilkan komputer untuk membuat latar belakang yang menyerupai latar belakang cerita film tersebut. Dengan berbagai kemajuan teknologi, pembuatan film mampu menghemat biaya dan juga mampu menjangkau lokasi syuting yang jauh atau berbahaya. Film "Ticket to Paradise" yang seharusnya syuting di Bali ini dibatalkan karena merebaknya virus COVID-19. Para pemain dan kru harus memilih alternatif lokasi untuk melakukan syuting di negeri tetangga yang tidak jauh dari Bali yakni di Queensland, Australia untuk mereplikasi estetika Bali.

Manfaat yang didapatkan oleh Queensland melalui film ini banyak menjadi pertanyaan di dunia maya. Seperti yang dikutip dari berita Travel Weekly Asia (2022), pertanyaan yang muncul adalah akankah Queensland kehilangan dorongan pariwisata dari film baru ini, dan akankah manfaat dari film ini hanya akan dirasakan oleh Bali. Tetapi sesungguhnya, lokasi-lokasi syuting film ini mendapatkan ekspose yang sama seperti yang didapatkan oleh Bali.

Pada laman resmi film "Ticket to Paradise" dituliskan bahwa film "Ticket to Paradise" difilmkan di Queensland, Australia. Tourism Queensland juga dengan cepat mengeluarkan rilis media

untuk memperkuat lokasi film di Whitsundays, Gold Coast, Pulau Moreton, dan Brisbane. Pada laman Tourism Queensland, dikupas tuntas satu persatu lokasi yang menjadi spot syuting film “Ticket to Paradise”, termasuk resort tempat syuting dilakukan, spot snorkeling, spot acara pernikahan Gede dan Lily, serta lokasi air terjun saat Gede dan Lily berargumen terkait acara pernikahannya (Lihat Gambar 7).

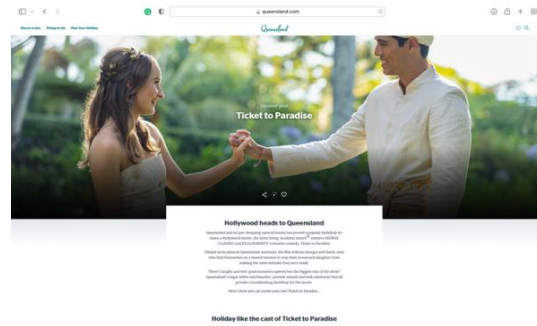


Gambar 7. Laman Feature Tourism Queensland – Ulasan lokasi syuting film “Ticket to Paradise”. (Tourism Queensland, 2022)

Pemerintah Queensland tentu memanfaatkan kesempatan ini sebagai ajang promosi pariwisatanya. Syuting film “Ticket to Paradise” ini dibantu oleh insentif dari Australian Federal Government Location Incentive, kota Gold Coast dan dari Screen Queensland’s Production Attraction Strategy. ‘Ticket to Paradise’, dilaporkan menerima hibah \$6,4 juta. Melalui hibah yang diberikan oleh pemerintah Australia untuk pembuatan film ini, diharapkan dapat menghasilkan \$47 juta untuk ekonomi Australia dan menciptakan lebih dari 270 pekerjaan (RosenfeldKant, 2022).

Peluncuran film “Ticket to Paradise” dijadikan sebagai momen tepat untuk melakukan promosi daya tarik wisata yang dimiliki Queensland. Pemerintah Queensland dengan gencar mempromosikan spot-spot alam mereka yang memiliki keindahan yang tidak kalah dengan apa yang ditawarkan oleh Bali, menjadikannya sebagai spot

“Paradise” baru. Dalam website Tourism Queensland juga dituliskan pada laman *Campaign* sebuah promosi spot-spot syuting “Ticket to Paradise” dengan *tagline* *Holiday like the cast of Ticket to Paradise* yang artinya berlibur seperti pemain film “Ticket to Paradise” (Lihat Gambar 8).

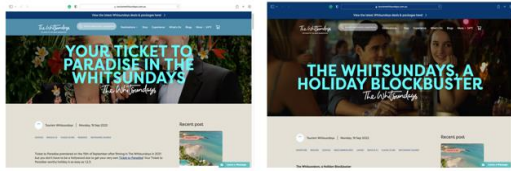


Gambar 8. Laman Campaign pada Tourism Queensland tentang lokasi syuting “Ticket to Paradise”. (Tourism Queensland, 2022)

Melalui film “Ticket to Paradise” keindahan alam Queensland yang beragam menjadi pemandangan yang semakin akrab di layar kita. Whitsunday Island merupakan salah satu spot yang digunakan dalam film ini pada adegan kedatangan orang tua Georgia dan David ke Bali saat bertemu dengan putrinya, Lily. Whitsunday Island merupakan pulau populer untuk berlayar, menyelam dan *snorkeling* dengan jarak yang cukup dekat dengan Great Barrier Reef. Pulau ini disebut sebagai surga tropis dengan keindahan perairan biru kehijau-hijauan yang bertemu dengan pasir putih. Pulau terpencil yang sangat indah ini menawarkan akomodasi mewah kelas dunia yang menjadi lokasi syuting dari film “Ticket to Paradise”.

Syuting dari film “Ticket to Paradise” sebagian besar dilakukan pada Whitsunday Island dan pulau-pulau kecil yang terletak disekitarnya, seperti Long Island, Haslewood Island, Hamilton Island, Moreton Island dan Tamborine Mountain. Whitsunday Island Tourism

juga melakukan berbagai publikasi yang berkaitan dengan promosi destinasi wisatanya dengan memanfaatkan film “Ticket to Paradise” (Lihat Gambar 9).



Gambar 9. Laman Tourism Whitsundays (Tourism Whitsundays, 2022)

Pariwisata Queensland banyak mendapatkan ekspose melalui film “Ticket to Paradise”. Dalam berbagai wawancara, George Clooney dan Julia Roberts kerap menyebutkan lokasi syuting di Queensland dan menceritakan pengalaman mereka selama berada di lokasi syuting. Dalam film “Ticket to Paradise” yang merupakan film genre komedi romantis ini menyisipkan banyak tawa dan momen menyenangkan. Tetapi bintang terbesar dari film ini adalah keindahan alam seperti pantai berpasir putih, pulau-pulau kecil dan hutan hijau dengan pemandangan yang menakjubkan yang dimiliki Queensland.

## SIMPULAN

Promosi pariwisata melalui film menjadi cara pemasaran destinasi yang semakin populer. Film dapat digunakan untuk menampilkan keindahan suatu destinasi, budaya, serta daya tarik yang dimiliki dari destinasi tersebut. Penonton seakan-akan diajak dalam tur virtual ke suatu tujuan. Sebuah film mampu menggambarkan kehidupan penduduk setempat dan pengalaman unik yang bisa didapatkan saat berkunjung ke destinasi tersebut. Melalui film, hubungan emosional dengan calon pengunjung dapat dibentuk dan mendorong mereka untuk merencanakan perjalanan ke destinasi wisata yang ada dalam film tersebut.

Penelitian ini telah melihat bagaimana *film induced tourism* mampu mempromosikan sebuah destinasi wisata. Melalui film “Ticket to Paradise” dapat dilihat bahwa keuntungan promosi wisata dapat diperoleh oleh kedua destinasi sekaligus. Film “Ticket to Paradise” yang mengambil latar belakang cerita di Bali dan melakukan syuting di Queensland ini menjadi ajang promosi bagi kedua destinasi wisata.

Keberhasilan promosi pariwisata melalui kampanye film sangat bergantung pada kualitas film, pesan yang disampaikan, dan cara pendistribusiannya. Kualitas sangat penting untuk menciptakan hubungan emosional dengan pemirsa, dan menceritakan kisah menarik yang akan menginspirasi pemirsa untuk mengunjungi destinasi. Film “Ticket to Paradise” yang diperankan oleh dua pemenang Academy Award® dan tim produksi film yang berhasil memodifikasi pulau di Queensland mereplika estetika Pulau Bali ini berhasil menggambarkan citra dari kedua destinasi wisata. Akan tetapi, kekuatan promosi tidak akan terbagi alias lebih kuat jika film ini di-set dan di-shoot di Bali.

Seperti halnya Tourism Queensland memanfaatkan film ini sebagai sarana promosi, pemerintah Indonesia atau Bali idealnya melakukan hal yang sama. Namun, dari apa yang dilakukan oleh Queensland, Bali tentu akan mendapatkan hikmahnya juga karena film ini memang tentang Bali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Beeton, S. (2010). The advance of film tourism. *Tourism and Hospitality, Planning and Development*, 7(1), 1–6. <https://doi.org/10.1080/14790530903522572>
- Bolan, P., Boy, S., & Bell, J. (2011). “We’ve seen it in the movies, let’s see if it’s

- true" Authenticity and displacement in film-induced tourism. *The Electronic Library*, 3(2), 102–116.
- Butler, R. (2011). It's only make believe: The implications of fictional and authentic locations in films. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(2), 91–101. <https://doi.org/10.1108/17554211111122961>
- Conde Nast (CN) Traveler. (2022). Where was 'Ticket to Paradise' filmed? Diakses dari <https://www.cntraveller.com/article/where-was-ticket-to-paradise-filmed>
- Connell, J. (2012). Film tourism - Evolution, progress and prospects. *Tourism Management*, 33(5), 1007–1029. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.02.008>
- Hudson, S., & Ritchie, J. R. B. (2006). Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. *Journal of Travel Research*, 44(4), 387–396. <https://doi.org/10.1177/0047287506286720>
- IMDb. (1992). Baraka. Diakses dari [https://m.imdb.com/title/tt0103767/?ref\\_=fn\\_al\\_tt\\_1](https://m.imdb.com/title/tt0103767/?ref_=fn_al_tt_1) pada tanggal 20 Desember 2022
- IMDb. (1935). Legong. Diakses dari [https://m.imdb.com/title/tt0129196/?ref\\_=fn\\_al\\_tt\\_1](https://m.imdb.com/title/tt0129196/?ref_=fn_al_tt_1) pada tanggal 20 Desember 2022
- IMDb. (2022). Ticket to Paradise (2022) Filming Locations. Diakses dari <https://m.imdb.com/title/tt14109724/locations> pada tanggal 20 Desember 2022
- Lukitasari, R., & Putra, I. N. D. (2017). Bujukan Berwisata Ke Bali: Simbol-Simbol Promosi Pariwisata Film 'Eat Pray Love.' *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 3, 323–338. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2017.v03.i02.p09>
- Moira, P., Mylonopoulos, D., & Kontoudaki, A. (2015). Gastronomy as a form of cultural tourism: A Greek typology. *TIMS. Acta*, 9(2), 135–148. <https://doi.org/10.5937/timsact9-8128>
- Pracintya, I. A. E., Putra, I. N. D., & Yathy, P. S. (2022a). Simbol-Simbol Promosi Pariwisata Yogyakarta dalam Film 'Ada Apa Dengan Cinta 2', 361–375.
- Pracintya, I. A. E., Putra, I. N. D., & Yathy, P. S. (2022b). Tourism Promotion Symbols for Bandung City in a Teenager Romantic Film 'Dilan 1990.' *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 37(4), 374–381. <https://doi.org/10.31091/mudra.v37i4.2084>
- Rittichainuwat, B., Laws, E., Scott, N., & Rattanaphinchai, S. (2018). Authenticity in Screen Tourism: Significance of Real and Substituted Screen Locations. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 42(8), 1274–1294. <https://doi.org/10.1177/1096348017736568>
- RosenfeldKant. (2022). Australian film industry's 'Ticket to Paradise'. Diakses dari <https://rosenfeldkant.com.au/australian-film-industrys-ticket-to-paradise/> pada tanggal 19 Desember 2022
- Tourism Queensland. Discover the Ticket to Paradise film locations in Queensland. Diakses dari <https://www.queensland.com/sg/en/plan-your-holiday/news-and-articles/queensland-news/ticket-to-paradise-film-locations-queensland> pada tanggal 21 Desember 2022
- Tourism Queensland. Discover your Ticket to Paradise. Diakses dari <https://www.queensland.com/au/en/ticket-to-paradise-in-queensland> pada tanggal 21 Desember 2022
- Travel Weekly Asia. (2022). Why Bali is set for tourism boost from movie filmed in Australia. Diakses dari <https://www.travelweekly-asia.com/Destination-Travel/Why-Bali-is-set-for-tourism-boost-from-movie-filmed-in-Australia> pada tanggal 22 Desember 2022
- The Whitsundays. (2022). The Whitsundays, A Holiday Blockbuster. Diakses dari <https://www.tourismwhitsundays.com>

au/blog/the-whitsundays-a-holiday-blockbuster/pada tanggal 19 Desember 2022

The Whitsundays. (2022). Your Ticket to Paradise in the Whitsundays. Diakses dari

<https://www.tourismwhitsundays.com.au/blog/your-ticket-to-paradise-in-the-whitsundays/> pada tanggal 19 Desember 2022

Yahoo! News. (2022). Julia Roberts' Bali-based movie 'Ticket to Paradise' criticized for filming location, mixed-race actor. Diakses dari <https://news.yahoo.com/julia-roberts-bali-based-movie-233738172.html>