

Film Yowis Ben Sebagai Media Komunikasi Promosi Wisata Kota Malang

Yenni Elvrida Manalu, Dedi Warsana
Program Studi Film dan Televisi,
Fakultas Pendidikan Seni dan Desain,
Universitas Pendidikan Indonesia
yennimanalu@upi.edu

Abstrak

Film Yowis Ben yang mengangkat bahasa daerah dan tempat iconic di Kota Malang, menimbulkan suatu fenomena yang membuat penonton terkesima ketika melihat beberapa lokasi film Yowis Ben yang mengambil gambar di tempat iconic Kota Malang dan penggunaan bahasa daerah yaitu bahasa Jawa dan Sunda hampir di keseluruhan dialog dalam film. Tampilan serta tata bahasa dalam film dapat membangkitkan rasa bangga dan rasa ingin tahu mengenai budaya, adat istiadat, dan tradisi yang dituangkan dalam naskah dan alur cerita. Penelitian ini menggunakan Teori Media (Medium Theory) untuk menunjukkan industri film dapat memberikan dampak positif dalam pengembangan pariwisata dan budaya. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan cara film dapat menjadi media komunikasi disuatu daerah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan analisis film dan studi pustaka, dicapai hasil penelitian bahwa film Yowis Ben 1 dan 2 sebagai salah satu media komunikasi massa dapat menjangkau masyarakat secara efektif hingga dapat menggerakkan masyarakat untuk melakukan kunjungan wisata dan bangga menggunakan bahasa daerah seperti yang digambarkan pada film tersebut.

Kata kunci – *Communication Media, Yowis Ben Film, Malang City.*

Yowis Ben Film as a Communication Media for Malang City Tourism Promotion

Abstract

Yowis Ben's film, which raises regional languages and iconic places in Malang City, creates a phenomenon that makes the audience amazed when they see several locations of Yowis Ben's films that take pictures in iconic places in Malang City and the use of regional languages, namely Javanese and Sundanese, in almost the entire dialogue in film. This study uses Media Theory (Medium Teor) to show that film industry can have a positive impact on the development of tourism and culture. The appearance and grammar in the film can evoke a sense of pride and curiosity about the culture, customs, and traditions that are embodied in the script and storyline of the film. This shows that the film industry can have a positive impact on tourism and cultural development, and films can also be used for promotional media or tourism advertising. This study aims to find out how films can be a communication medium in an area. Using descriptive qualitative methods by conducting film study and literature studies, the results of the research show that the Yowis Ben 1 and 2 films as one of the mass communication media can reach the community effectively so that they can move people to make tourist visits and are proud to use regional languages as depicted in the film.

Keywords – *Media Komunikasi, Film Yowis Ben, Kota Malang*

Korespondensi: Yenni Elvrida Manalu, Program Studi Film dan Televisi, Fakultas Pendidikan Seni dan Desain, Universitas Pendidikan Indonesia, yennimanalu@upi.edu

PENDAHULUAN

Film *Yowis Ben* merupakan film yang bergenre drama-komedi dan ditulis oleh Bayu Skak. Film *Yowis Ben* bercerita mengenai perjalanan Bayu Skak bersama temannya yaitu, Brandon Salim, Joshua Suherman, dan Tutus Thomson dalam membentuk band musik yang bernama *Yowis Ben*. Kini film *Yowis Ben* sudah memiliki dua sekuel film dimana film *Yowis Ben 1* dirilis pada 22 Februari 2018 dan film *Yowis Ben 2* pada 14 Maret 2019. Film *Yowis Ben* mendapat apresiasi dari industri film Indonesia karena dapat mengangkat bahasa daerah yaitu bahasa Jawa, digunakan didalam film hingga mencapai 80% dari dialog keseluruhan. Pada *box office* di Indonesia, film *Yowis Ben 1* mendapat 900 ribu penonton dan *Yowis Ben 2* mendapat 1 juta penonton menjadi bukti atas antusias penonton untuk film yang mengangkat bahasa daerah. Penonton menikmati alur cerita yang ditampilkan didalam film dengan dialog-dialog berbahasa daerahnya. Pada film *Yowis Ben 1*, Bayu Skak sebagai penulis cerita menggunakan bahasa Jawa hingga 80% dialog yang ada didalam film, dan di film *Yowis Ben 2* menggunakan perpaduan antara bahasa Jawa dan Sunda. Meski menggunakan bahasa daerah, Bayu Skak juga menyisipkan terjemahan dalam bahasa Indonesia didalam film sehingga film *Yowis Ben* dapat diputar hingga keluar Pulau Jawa.

Pengambilan gambar dalam film *Yowis Ben 1* dan *2* dilakukan di kota Malang dan kota Bandung, memberikan dampak baik untuk sektor pariwisata di daerah tersebut. Seperti di kota Malang, film *Yowis Ben* mengambil lokasi Kampung Warna Warni Jodipan yang sekarang menjadi tempat iconic untuk tempat berfoto. Film *Yowis Ben* juga mengambil lokasi syuting di Museum Angkut, dimana ia adalah tempat rekreasi yang mencerminkan beberapa tempat terkenal didunia dalam satu tempat saja. Dengan menggunakan unsur bahasa daerah dan tempat iconic dari daerah tersebut membuat film *Yowis Ben* disukai kaum *millennial*. Latar tempat dan bahasa yang dipakai dalam film tentu dapat memberikan dampak positif untuk pengetahuan para penonton film. Dengan penggunaan lokasi yang menyajikan ketertarikan dari segi pariwisata, dan bahasa yang memberikan pengetahuan dari segi budaya dapat menarik minat penonton untuk mengunjungi langsung tempat-tempat lokasi syuting pada film tersebut.

Berdasarkan hal ini, menunjukkan bahwa industri film dapat memberikan dampak positif dalam pengembangan pariwisata dan edukasi budaya kepada masyarakat. Menurut (Kristiyono, 2017), film adalah alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak melalui sebuah media cerita. Film ialah media ekspresi artistik sebagai alat para seniman dan insan perfilman dalam mengutarakan gagasan-gagasan dan ide cerita. Secara esensial dan substansial film mempunyai kekuatan yang akan berimplikasi terhadap komunikasi pada masyarakat. Menonton film juga dapat memberikan pengaruh atau efek, seperti menonton film komedi dapat membuat tertawa atas perilaku aktor, menonton film drama dapat membuat menangis. Selain itu, menonton film juga dapat mendorong seseorang untuk berperilaku dan berbuat sesuatu atau dapat memotivasi seseorang untuk melakukan suatu hal yang dirasa cukup menarik, salah satu contohnya adalah penonton setelah terkesan dengan beberapa lokasi dan bahasa Jawa

yang digunakan pada film *Yowis Ben* maka masyarakat merasa tertarik untuk mengunjungi lokasi dan merasa bangga menggunakan bahasa daerahnya masing-masing. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk melihat cara sebuah film dapat menjadi media komunikasi dalam bidang pariwisata dan budaya suatu daerah kepada masyarakat dengan menggunakan studi kasus Film *Yowis Ben*. Dengan begitu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan hal praktis dan teoritis kepada insan perfilman, pelaku pariwisata, dan pelaku pelestarian budaya daerah bahwa film dapat menjadi media komunikasi untuk bidang pariwisata dan budaya dengan dampak yang maksimal.

Menurut (Setiadi, 2016), komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara lisan maupun non-lisan melalui media. Proses komunikasi pada hakikatnya ialah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) (Supiarza, H. Sobarna, 2019). Pikiran tersebut dapat berupa gagasan, informasi, pendapat, dan lainnya yang muncul dari benaknya. Komunikasi sendiri memiliki banyak tipe, salah satunya yaitu komunikasi massa. Menurut Timbowo (2016), komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa sebagai saluran pesan komunikasinya. Komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa modern, meliputi surat kabar yang memiliki sirkulasi luas, siaran radio dan televisi untuk umum, dan film yang diperuntukkan di gedung-gedung bioskop. Dalam film *Yowis ben 1 & 2* menggunakan Teori Media (Undiana, Sarbeni, Ardiansyah, & Razan, 2020).

Teori Media

Marshall McLuhan (Dennis McQuail, 2011), mengatakan bahwa dalam studi komunikasi yang menjadi pusat perhatian adalah media yang digunakan karena medium memberikan dampak untuk masyarakat karena sifat media, ini disebut dengan *medium theory*. Seperti dijelaskan secara singkat sebelumnya, teori medium muncul sebagai upaya untuk media pembelajaran sebagai lingkungan tertentu, terlepas dari isi atau pesannya yang mereka menyampaikan. Seperti dikutip dari (Meyrowitz, 1994) teori medium adalah Jenis studi media khusus yang menitikberatkan pada karakteristik masing-masing media tersebut dan bagaimana setiap media (atau setiap jenis media) secara fisik, berbeda secara psikologis dari media lain". Begitu pula dengan Nabi dan Oliver (Dennis McQuail, 2011) mendukung hal ini dengan mengatakan bahwa teori medium berkaitan erat dengan bidang "Ekologi media". Tradisi penelitian di medium sendiri telah dimulai sejak 1950s generasi pertama ahli teori medium memperkenalkan gagasan mereka tentang medium teori dari "pandangan makro dari sejarah peradaban manusia" (Undiana et al., 2020) Para ahli teori medium percaya bahwa keberadaan medium di dalam masyarakat secara kultural telah mempengaruhi cara orang berperilaku sejak awal peradaban. Demikian pula, mereka juga berusaha meyakinkan bahwa teknologi berkembang media komunikasi telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi kehidupan manusia. Yang terakhir Argumen menjadi fokus utama generasi kedua ahli teori medium dengan memujinya dengan hubungan khusus dengan perilaku sehari-hari. Pertama-tama, teori medium mulai muncul ketika Harold Adam Innis, Seorang ekonom politik dari University of Toronto, berpendapat bahwa perkembangan tersebut media komunikasi, yang dianggap sebagai kunci evolusi

manusia, memiliki selalu didukung oleh elit sosial dan politik di masyarakat. Ini berarti bahwa kekuatan sosial dan politik telah digunakan melalui “kendali media komunikasi” karena elit dapat dengan mudah mendominasi media tertentu (Innis, 1950, seperti dikutip dalam Meyrowitz, 1994, hal. 51). Innis mendapatkan argumentasi ini dengan memperluas prinsip monopoli ekonomi untuk mempelajari informasi.

Film

Properti film terbagi menjadi dasar dan sifat teknis, dimana properti dasarnya mirip dengan properti fotografi. Film dalam kata lain adalah sebuah alat yang unik untuk merekam dan mengungkap dunia fisik (Pauhrizi, 2020). Menurut (Susanti & Raharja, 2017), film merupakan media komunikasi massa sebagai sarana untuk mencerdaskan bangsa, pengembangan potensi diri, pembinaan akhlak mulia, pemajuan kesejahteraan masyarakat, serta wahana promosi Indonesia di dunia internasional. Film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan (Supiarza, Rachmawanti, & Gunawan, 2020).

Dalam film, gambar menjadi bagian penting yang tidak dapat dipisahkan. Film menjadi wacana sosial dengan karakteristik unik yang menyebar ke berbagai tempat, dan perspektif psikoanalisis film untuk memengaruhi cara berpikir yang terkait dengan persepsi dan kesesuaian nilai dimana informasi tersebut dikomunikasikan (Supiarza et al., 2020).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang (Prasanti, 2016). Tujuan dari penelitian deskriptif yaitu untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Metode kualitatif pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan melakukan analisis film dan pustaka mengenai peningkatan kunjungan wisata, pengenalan potensi wisata, dan peningkatan penggunaan bahasa daerah melalui media komunikasi film sebagai komunikasi pariwisata dan budaya suatu daerah. Dengan menggunakan teori film *Mise en Scène* (Sreekumar & Vidyapeetham, 2015), maka adegan dalam film Yowis Ben dapat dijadikan objek penelitian dan dianalisis menggunakan teori komunikasi. *Mise en Scène* adalah setiap hal yang terlihat didalam sebuah frame film. *Mise en Scène* meliputi beberapa aspek, seperti setting, aktor, blocking, kostum, dan *lighting*. Semua aspek tersebut tidak hanya berperan secara naratif, namun juga secara visual maupun puitis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah awal dalam penelitian ini adalah dilakukan analisis cara film Yowis Ben dapat menjadi media komunikasi yang efektif dengan menggunakan studi kasus dan studi pustaka. Dibawah ini akan ditunjukkan penyajian data adengan film Yowis Ben 1

dan 2 sebagai objek penelitian dan dianalisis menggunakan teori komunikasi. Film Yowis Ben 1 menceritakan kisah perjalanan Bayu Skak dengan temannya yaitu Doni (Joshua Suherman), Yayan (Tutus Thomson), dan Nando (Brandon Salim) dalam membentuk band musik dengan nama Yowis Ben. Dalam perjalanan Bayu dan temannya untuk menjadikan Yowis Ben tumbuh di dunia musik kota Malang, mereka mengalami berbagai konflik percintaan dan perpecahan antar personil. Sedangkan di film Yowis Ben 2, bayu dan teman-temannya merantau di Kota Bandung untuk membuat nama Yowis Ben menjadi lebih terkenal di dunia musik Indonesia. Disana justru Bayu bertemu dengan Asih dan melupakan tujuannya datang ke Bandung. Perpecahan didalam personil Yowis Ben pun menjadi-jadi, dan konflik percintaan disetiap personilnya diuji. Hingga akhirnya setiap personil Yowis Ben tetap percaya dan mempertahankan ikatan mereka untuk mencapai tujuannya, yaitu membuat Yowis Ben terkenal. Dibawah ini merupakan tempat atau lokasi yang digambarkan pada film Yowis Ben 1 dan 2.

Tabel 1: Penyajian Data dan Analisis

Ikon Wisata	Analisis Pariwisata
<p>Kampung Warna Warni Jodipan Kampung Warna Warni merupakan kampung wisata pertama di Kota Malang berupa sederetan rumah warga ditepi Sungai Brantas yang menampilkan dinding rumah dengan aneka warna yang menarik dan tidak monoton. Kampung ini terletak di Jodipan, Kota Malang. Kampung Jodipan ini digagas oleh delapan mahasiswa jurusan Komunikasi UMM, dan merubah dari kawasan kumuh menjadi penuh warna.</p>  <p>Gambar 1. Kampung Warna Warni Jodipan</p>	<p>Pada film Yowis Ben, banyak adegan yang diambil di Kampung Warna Warni Jodipan. Terlihat sangat indah dan bersih lingkungan didalam kampung tersebut. Dengan berbagai warna dinding rumah, mural yang tergambar di beberapa tempat, jembatan kaca yang diakui oleh negara lain membuat karisma dari Kampung Warna Warni menjadi lebih baik di film. Dari berbagai hal tersebut, menunjukkan bahwa media film Yowis Ben secara baik dan maksimal dapat mengkomunikasikan kampung wisata yang terletak di Jodipan, Malang. Keadaan lingkungan dari berbagai sisi ditampilkan secara luar biasa pada visual film Yowis Ben. Kini, kunjungan wisatawan ke Kampung Warna Warni Jodipan meningkat setelah digunakan dalam syuting film Yowis Ben 1 dan 2.</p>
<p>Alun-Alun Kota Malang Alun-Alun Kota Malang ini terletak didepan masjid Jami' Kota Malang. Letaknya sangat strategis yang dikelilingi oleh pusat perbelanjaan, dan akomodasi yang lengkap seperti hotel, bank, kantor pos, gereja, masjid, dan lainnya. Alun-Alun Kota Malang memiliki keindahan yang dapat dinikmati oleh pengunjung, seperti air mancur di tengah alun-alun, landasan skateboard, playground, track sepeda, dan pohon yang indah dan cocok untuk piknik keluarga.</p>	<p>Adengan Bayu dan fans Yowis Ben yang curhat mengenai perpecahan personil diambil di Alun-Alun Kota Malang. Ditampilkan kondisi di tengah Alun-Alun yang terdiri dari tempat duduk dari batu yang melingkar dan air mancur di tengah Alun-Alun. Film Yowis Ben juga menunjukkan kondisi Alun-Alun Kota Malang yang sudah direnovasi oleh pemerintah sudah menjadi tempat yang ramah, indah, dan asri untuk piknik</p>



Gambar 2. Alun-Alun Kota Malang

bersama keluarga. Dengan tidak ada lagi pedagang yang berjualan didalam Alun-Alun, pengunjung merasa lebih nyaman dalam menghabiskan waktu untuk duduk di Alun-Alun.

Gereja Katedral Santa Theresia Malang

Katedral Santa Perawan Maria dari Gunung Karmel adalah sebuah katedral Katolik Roma di Kota Malang. Dibangun pada 1934 dalam gaya neo-gothik merupakan warisan arsitektural Kolonial Belanda. Katedral tersebut menjadi tempat yang iconic di Malang dan menjadi tempat berkumpul komunitas yang ada. Gereja Katedral muncul dalam film Yowis Ben di pembuka film, dimana bayu marah pada motornya yang mogok.



Gambar 3. Gereja Katedral

Gereja Katedral dulu hanya menjadi tempat untuk ibadah, tapi kini sudah menjadi salah satu tempat iconic di Kota Malang. Di pagi hari, Gereja Katedral menjadi tempat ibadah umat Katolik di Malang, dan malam hari menjadi tempat berfoto didepan pintu gereja kaum *millennial*. Di film Yowis Ben 1, lokasi ini digunakan pada adegan Bayu yang marah ketika motornya mogok dan bertemu dengan fans dari bandnya. Saat ini, bagian depan Gereja Katedral sering digunakan oleh komunitas di Malang untuk berkumpul. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh film Yowis Ben dalam mengenalkan beberapa sisi Kota Malang yang indah telah berhasil.

Museum Angkut

Museum Angkut merupakan museum transportasi dan tempat wisata modern yang terletak di Kota Batu, sekitar 20km dari Kota Malang. Museum Angkut memiliki lebih dari 300 koleksi jenis angkutan tradisional hingga modern. Museum ini terbagi dalam beberapa zona yang didekorasi dengan *setting landscape* model bangunan dari benua Asia, Eropa, hingga Amerika. Museum Angkut dikelola oleh Jawa Timur Park Group yang membangun Batu Secret Zoo, Batu Night Spectacular, Eco Green Park, dan Museum Satwa.

Museum Angkut memang masih terhitung tempat yang baru dibangun. Sebelum adanya film Yowis Ben, sebagian orang yang mengetahui Museum Angkut berasal dari Malang Raya dan Batu. Namun dengan adanya adegan di film Yowis Ben, sekarang sudah skala nasional orang mengetahui dan mengunjungi Museum Angkut. Ini menunjukkan bahwa film Yowis Ben dapat mengkomunikasikan tempat



Gambar 4. Museum Angkut

wisata tersebut kepada masyarakat umum. Selain itu juga film Yowis Ben dapat menjadi media promosi atau iklan dalam sektor pariwisata.

God Bless Café Malang

God Bless Café merupakan café yang bertemakan musik, terutama musik rock. Café ini bekerja sama langsung dengan grup band rock era 70 an, yaitu God Bless yang dimotori oleh Ahmad Albar. Café ini biasa digunakan sebagai tempat berkumpul para seniman dan pemusik khususnya Kota Malang. God Bless Café juga sering mengadakan konser musik untuk mendukung musik di Kota Malang. Dalam film Yowis Ben 1, bayu dan teman-temannya mengikuti audisi band di God Bless Café.



Gambar 5. Godbless Café

God Bless Café sudah dikenal oleh orang Malang sebagai tempat konser musik, khususnya rock dari dulu. Namun dari luar daerah Malang masih sangat sedikit yang mengetahui hal ini. Setelah pengambilan gambar di God Bless Café pada adegan seleksi band musik di film Yowis Ben 1, kini pengunjung yang datang sudah meningkat dan produser musik mulai ramai menggelar konser musik lagi di Kota Malang, tepatnya di God Bless Café.

Berikut adalah data adegan film Yowis Ben yang dapat dianalisis sebagai media komunikasi pariwisata dari berbagai tempat iconic yang ada di Kota Malang. Selain lokasi, film Yowis Ben juga menjadi media komunikasi budaya berbahasa di Kota Malang.

Film Yowis Ben 1 yang ditulis sendiri oleh Bayu Skak menggunakan 90% bahasa Jawa. Terlihat dalam dialog yang digunakan oleh setiap tokohnya, Bayu Skak memang menekankan bahasa Jawa dalam filmnya. Dalam dialog di film Yowis Ben, Bayu Skak bahkan menggunakan budaya dalam memanggil orang dengan akrab di Malang dan Surabaya namun dianggap berkata kotor didaerah lain, kata-kata tersebut yaitu kata “cuk”. Bayu Skak mengangkat bahasa tersebut sebagai media komunikasi kepada masyarakat bahwa kata tersebut tidak selalu berkonotasi buruk, karena setiap daerah memiliki budaya masing-masing.

Dalam sekuelnya di film *Yowis Ben 2*, Bayu Skak justru mengkolaborasikan dua bahasa daerah, yaitu bahasa Jawa dan bahasa Sunda secara baik di seluruh dialognya. Bayu Skak tidak hanya menggunakan kata “cuk” yang berasal dari bahasa Jawa, namun juga menggunakan kata “bakekok” dari bahasa Sunda yang mengartikan hal yang sama di salah satu adegannya. Penggunaan bahasa Jawa dan Sunda di film *Yowis Ben 2* yang baik hingga mendapat dukungan dan pengakuan dari Gubernur Jawa Barat sekaligus pemeran di film tersebut, yaitu Ridwan Kamil.

Dari film *Yowis Ben 1 dan 2*, Bayu Skak dapat menunjukkan bahwa film dapat menjadi media komunikasi budaya berbahasa. Ia menunjukkan kalau perbedaan bahasa dan kebudayaan masyarakat dapat dikolaborasikan menjadi satu karya yang dapat diterima oleh banyak orang. Bayu Skak mengantisipasi kesalahpahaman penonton dalam menerjemahkan bahasa yang ada di dialog tokoh dengan memberikan terjemahan dalam bahasa Indonesia, sehingga penonton dapat menerima arti yang sama dengan apa yang dimaksudkan didalam film.

SIMPULAN

Hasil analisis dari penelitian adalah film merupakan media komunikasi atau alat dalam menyampaikan pesan yang cukup efektif kepada masyarakat khususnya pesan-pesan dalam bidang pariwisata dan budaya. Dalam hal ini, film *Yowis Ben* memiliki kesan yang baik kepada penonton meski menggunakan bahasa Jawa dalam sebagian besar dialognya. Film sebagai media komunikasi massa dapat menjangkau masyarakat secara efektif karena sudah terseleksi secara khusus oleh masyarakat yang menonton film tersebut dengan benar-benar meluangkan waktu hingga uang hanya untuk menerima pesan dan informasi (cerita dan gambar visual) yang disampaikan film *Yowis Ben*. Informasi pariwisata dan budaya dari suatu daerah dapat digambarkan secara baik dengan menggunakan media film hingga mendapatkan hasil yang efektif pada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dennis McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi Buku Denis McQuail* (6th ed.). Jakarta: salemba humanika.
- Kristiyono, J. (2017). FILM SEBAGAI MEDIUM KOMUNIKASI PARIWISATA. *Tourism, Hospitality and Culinary Journal*, 2(1), 43-51.
- Meyrowitz, J. (1994). *Medium Theory. Communication Theory Today*, pp. 50-77. New Hampshire: University of New Hampshire.
- Pauhrizi, E. M. (2020). Merancang Treatment Film “ Sang Seniman ” melalui Paradigma Estetika (Aesthesis) Dekolonial. *IRAMA*, 2(1), 1-12.
- Prasanti, D. (2016). *PERUBAHAN MEDIA KOMUNIKASI DALAM POLA KOMUNIKASI*. 1(1), 69-81.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal*

Humaniora, 16(2).

- Sreekumar, J., & Vidyapeetham, A. V. (2015). Creating Meaning through Interpretations: A Mise-En-Scene Analysis of the Film ' The Song of Sparrows .' *Online Journal of Communication and Media Technologies*, (Special Issue), 89-97.
- Supiarza, H. Sobarna, C. (2019). "Jamaican Sound Keroncong" Cultural Intermixture Product in the Global Era: A Communication Study on the Spread of Keroncong in the Young Generation of Bandung. *Humaniora*, 10(1).
- Supiarza, H., Rachmawanti, R., & Gunawan, D. (2020). Film as a Media of Internalization of Cultural Values for Millennial Generation in Indonesia. *2nd International Conference on Arts and Design Education (ICADE 2019)*, 419(Icade 2019), 217-221. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200321.052>
- Susanti, K., & Raharja, D. M. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI PADA POSTER FILM CIN (T) A SEBAGAI DAYA TARIK. *Jurnal Desain*, 4(2), 85-91.
- Timbowo, D. (2016). MANFAAT PENGGUNAAN SMARTPHONE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi). *Acta Diurna*, V(2).
- Undiana, N. N., Sarbeni, I., Ardiansyah, A., & Razan, A. P. (2020). *Komunikasi Massa pada Kerja Kuratorial Festival Film Sineas Mahasiswa 2020 di Bandung*. 2, 15-29.