PELANCONGAN FILEM:
CIRI UTAMA FILEM DALAM MEMPROMOSIKAN SABAH

FILM TOURISM: THE MAIN CHARACTERISTICS OF FILMS IN PROMOTING SABAH

Mohamaddin Ketapi[1*]
Rosli Sareya[2]

[1,2] *Akademi Seni dan Teknologi Kreatif*
Universiti Malaysia Sabah, 88100, Sabah, MALAYSIA

rosli80@ums.edu.my[*]

Dihantar/*Received: 10 April 2024* | Penambahbaikan/*Revised: 05 June 2024*
Diterima/*Accepted: 20 June 2024* / Terbit/*Published: 26 June 2024*

DOI: https://doi.org/10.51200/ga.vi.5190

ABSTRAK

Hubungan antara filem, televisyen dan pelancongan merupakan sesuatu yang telah pun dilakukan beberapa negara dan ianya mula diterapkan sejak awal 1990-an. Aktiviti seperti menonton filem, rancangan televisyen serta melancong adalah salah satu cara untuk individu melarikan diri dari kesibukan kerja harian. Kesemua aktiviti tersebut mampu memberikan kelegaan sementara dari kesibukan yang dihadapi sepanjang melakukan aktiviti harian. Industri pelancongan kontemporari sendiri sangat kompetitif dan banyak destinasi baru yang cuba menarik pelancong ke destinasi-destinasi tersebut. Seterusnya filem dan televisyen juga dapat memberikan pengetahuan tentang aspek-aspek tertentu sesebuah negara seperti alam semula jadi, budaya dan kehidupan sosial sesebuah negara. Kajian ini akan memberikan tumpuan kepada pengaruh filem ke atas pelancongan di Sabah sebagai salah satu sumber kontemporari. Pemerhatian telah pun dilakukan oleh pengkaji dan dalam masa sama telah pun melakukan temubual ke atas beberapa tokoh penting dalam industri perfileman dan pelancongan. Secara keseluruhannya dapatan kajian menunjukkan bahawa sumber kontemporari menerusi filem dan televisyen ke atas industri pelancongan di Sabah sememangnya mempunyai pengaruh yang kuat. Kesimpulannya, kajian ini jelas memberikan implikasi yang besar dalam konteks penambahan ilmu pengetahuan berkenaan kelebihan serta manfaat filem dan televisyen sebagai sumber kontemporari yang berguna dalam industri pelancongan. Penambahbaikan dari segi strategi promosi ini dirujuk berupaya meningkatkan lagi nilai tambah serta popularitи destinasi pelancongan di Sabah khususnya dan Negara amnya.

Kata Kerja: industri pelancongan, filem, strategi promosi, popularitи destinasi, pelancongan Sabah,

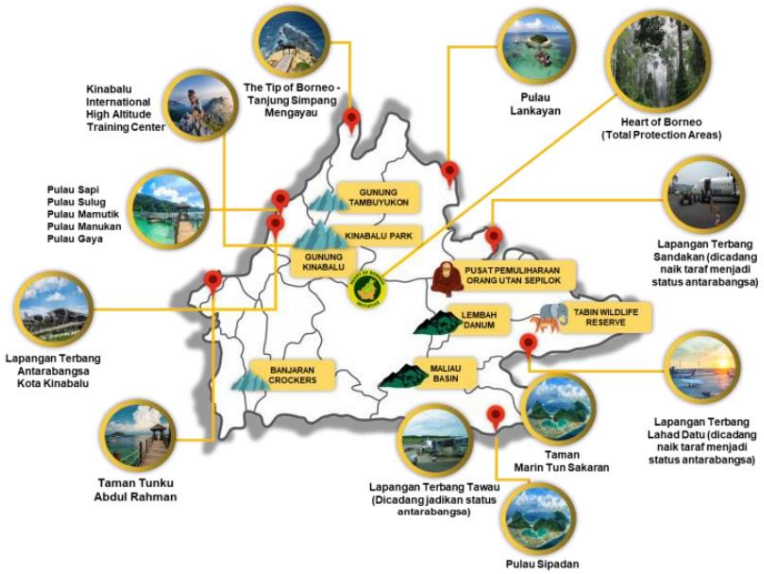
ABSTRACT

A number of countries have already established the link between film, television, and tourism, and this has been implemented since the early 1990s. One of the ways people might break away from the everyday grind is by viewing films, TV shows, and travelling. These all kinds of hobbies can offer some little respite from the hectic nature of daily life. The modern travel business is quite competitive; hence many new locations are vying for visitors to those locations. Then, films and TV can also teach about some facets of a nation, including its social life, culture, and natural surroundings. As one of the modern sources, this study will concentrate on how films affect tourism in Sabah. The researcher has already made observations, and concurrently conducted interviews with various significant personalities in the film and travel sectors. The results of the research reveal generally that modern sources on the tourism sector in Sabah via movies and television have a great impact. Finally, given the framework of growing knowledge about the advantages and benefits of film and television as a helpful modern resource in the tourism sector, this study obviously has enormous consequences. Promotional tactics are said to be able to boost the added value and attractiveness of tourism sites in Sabah in particular and the nation in general substantially.

Keywords: *tourism industry, film, promotion strategy, destination popularity, Sabah tourism,*

PENDAHULUAN

Pelancongan filem adalah sumber kontemporari yang boleh digunakan untuk mempromosikan negeri Sabah khususnya dan Malaysia amnya. Dengan memanfaatkan daya tarikan dan keajaiban filem, Sabah berpotensi menarik pelancong yang berminat untuk merasai lokasi dan aktiviti yang dikaitkan melalui filem kegemaran. Namun, pelancongan hari ini tidak la sehebat sebelum ini yang mana ianya mampu menjana pertumbuhan ekonomi negeri khususnya dan kepada Malaysia secara amnya. Justeru usaha promosi harus dilakukan dengan pelbagai cara. Kerajaan Negeri Sabah hari ni telah membelanjakan ratusan ribu ringgit untuk membuat promosi tarikan pelancong ke negeri ini. Berikut adalah lokasi menarik di negeri Sabah.



Rajah 1: Lokasi Menarik di Sabah
Sumber: Pocketbook-SMJ-Edisi -1 tahun 2023.

Menerusi rajah di atas, ia menunjukkan lokasi menarik yang sedia untuk dilawati oleh pelancong dalam mahunpun luar negeri. Lokasi menarik ini juga perlu kepada promosi yang jitu bagi menarik pelancong dalam dan luar Malaysia. Usaha seperti iklan-iklan dan media sosial perlu digiatkan bagi memberi impak positif kepada sektor pelancongan. Selain itu, filem turut memainkan peranan penting dalam menarik pelancong khususnya luar Negara. Sudah pasti dana khas diperlukan dalam mempromosikan lokasi menarik di Sabah. Kerajaan Negeri Sabah telah menyediakan dana khas dalam meningkatkan pelancongan di Sabah khususnya. Beriktu adalah dana yang telah dikhaskan untuk sektor pelancongan di Sabah.

Rajah 2: Dana Peuntukan bagi Sektor Pelancongan 2021-2023
Sumber: Pocketbook-SMJ-Edisi -1 tahun 2023.

Jumlah peruntukan khas untuk sektor pelancongan di Sabah bermula tahun 2021 hingga 2023 adalah meningkat. Ini kerana keperluan tambahan lain bagi tujuan mempromosikan sektor ini di Malaysia mahupun luar Negara. Keadaan ini berlaku disebabkan keperluan dana yang kian meningkat dari masa ke semasa. Jika dilihat tahun 2023 dana tambahan adalah sebanyak RM2.66 juta berbanding dengan tahun 2022 iaitu sebanyak RM1.57 juta. Sudah pasti keperluan tambahan ini berkait dengan pelan pemulihan pelancongan yang mana akan menjadi faktor kepada peningkatan pelancongan di Sabah khususnya. Apa yang membimbangkan adalah kesan pandemik Covid 19 yang mana memberi kesan teruk kepada industri ini. Jika dilihat menerusi statistik dari badan pelancongan Negeri Sabah atau Sabah Tourism, memperlihatkan penurunan yang ketara bermula dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Keadaan ini nampak jelas menerusi kedatangan pelancong ke negeri ini.

Justeru itu, kolaboratif filem dan industri pelancongan dilihat penting dalam meningkatkan kedua industri ini dan mampu memberi impak positif kepada Sabah. Penyelidikan sebelum ini telah menunjukkan bahawa kempen kolaboratif antara industri perfileman dan pelancongan adalah sangat berkesan dalam menarik pelancong filem (Hudson, 2011). Perkongsian ini sebaiknya dibentuk semasa peringkat pra-produksi bagi membolehkan penyepaduan antara destinasi dan tarikannya ke dalam jalan cerita sesebuah filem. Selain itu, penglibatan Kementerian Pelancongan dan Lembaga Pelancongan Sabah secara aktif dalam proses perancangan dan produksi, juga dapat memaksimumkan potensi pelancongan filem di Sabah. Pelancongan filem di Sabah, Malaysia adalah salah satu instrument yang mampu mempromosikan negeri ini dan secara tidak langsung menarik pelancong ke Sabah.

Perkongsian antara industri perfileman dan pelancongan ini bukan sahaja mampu mempromosikan landskap dan tarikan negeri Sabah yang menakjubkan, tetapi juga

memberikan rangsangan yang ketara kepada ekonomi tempatan. Usaha kerjasama antara kedua-dua industri boleh menghasilkan peningkatan peluang pekerjaan, pendapatan pertukaran asing dan pertumbuhan ekonomi secara holistik. Tambahan pula, dengan trend pelancongan filem yang semakin berkembang di Asia Tenggara, Malaysia, dan khususnya Sabah, boleh meletakkan dirinya sebagai destinasi utama untuk pelancong yang mencari pengalaman mendalam dan unik.

Di samping faedah kepada sektor ekonomi, pelancongan filem juga memainkan peranan penting dalam meningkatkan pengiktirafan dan prestij global negeri Sabah sebagai satu destinasi pelancongan yang ungul. Pendedahan yang diperoleh daripada itu akan dipaparkan menerusi filem-filem popular dan dipamerkan menerusi festival filem antarabangsa dengan meningkatkan imej dan daya tarikan negeri ini kepada pelancong tempatan dan juga antarabangsa secara amnya. Dengan memanfaatkan secara strategik berkaitan dengan keindahan dan kekayaan budaya Sabah, pelancongan filem boleh menjadi pemangkin kepada pembangunan pelancongan yang mampan disamping mengekalkan warisan semula jadi dan budaya Sabah. Adalah penting bagi Sabah untuk terus memberi tumpuan kepada bentuk pelancongan ini dan memanfaatkan potensinya untuk memacu bilangan pelawat, merangsang pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan keseluruhan pengalaman pelancongan di negeri ini. Melalui kerjasama strategik, perancangan berwawasan, dan promosi yang berkesan, pelancongan filem sudah pasti mampu menyumbang kepada kejayaan dan daya tarikan berterusan Sabah sebagai destinasi pelancongan bertaraf dunia. Landskap Sabah yang pelbagai dan warisan budaya yang kaya, menjadikan persekitaran yang ideal untuk pelancongan filem. Dengan peningkatan perhatian global terhadap destinasi berkaitan filem, Sabah mempunyai peluang yang luar biasa untuk memanfaatkan kuasa filem bagi menarik para pelancong luar dan dalam negeri.

Selain itu, menerusi bekerjasama dengan pembikin filem dan menyepadukan lokasi yang menakjubkan, Sabah mampu memanfaatkan trend pelancongan filem yang kian meningkat. Pendekatan proaktif ini memastikan ciri unik negeri ini dipamerkan dan ini turut menjemput pengembara untuk hadir dan merasai sendiri keindahan alam semula jadi seperti yang dimuatkan dalam filem. Perkongsian antara industri perfileman dan pelancongan bukan sahaja memberikan kelebihan ekonomi tetapi juga meningkatkan profil global negeri Sabah. Penyertaan negeri dalam produksi filem mampu mencipta kesan positif, meningkatkan daya tarikan keseluruhannya kepada khalayak yang lebih meluas. Di samping itu, faedah ekonomi daripada peningkatan ketibaan pelancong boleh menyumbang dengan ketara kepada komuniti dan perniagaan tempatan di Sabah. Memandangkan Sabah terus menerima pelancongan filem, ia dapat mengukuhkan lagi kedudukannya sebagai destinasi yang dicari, bukan sahaja di Malaysia tetapi di persada global. Usaha untuk memanfaatkan potensi tarikan berkaitan filem akan memainkan peranan penting dalam memacu pertumbuhan pelancongan yang mampan dan memulihara intipati keindahan semula jadi dan integriti budaya Sabah.

Hari ini, pelancong lebih berpengalaman dan lebih selektif dalam memilih percutian mereka, dari segi destinasi mahupun aktiviti. Pelancongan kontemporari melalui internet akan mencipta pengalaman dan pakej percutian mereka sendiri berdasarkan padanan yang tepat dengan pilihan. Oleh itu, industri perlu mencari cara dan kaedah baharu untuk memenuhi permintaan pelancong dan pelancongan filem mewakili cara baharu untuk mencapai penonton. Industri pelancongan pada masa kini banyak didorong menerusi filem, dengan banyak destinasi baharu yang cuba ditampilkan kepada audien atau bakal pelancong. (Yen dan Croy, 2016). Terdapat peningkatan bilangan pelancong melawat destinasi yang dipaparkan melalui filem dan drama bersiri menerusi televisyen yang tidak berkaitan langsung dengan kempen promosi pelancongan. Fenomena ini adalah dipanggil sebagai pelancongan impak daripada filem yang mewakili cara baharu.

Justeru itu, perniagaan dan perkhidmatan tambahan boleh diwujudkan melalui pelancongan filem yang seterusnya mampu menggalakkan lanjutan dan pengukuhan musim melawat (Hudson dan Ritchie, 2006). Industri filem dan pelancong adalah mampu mencipta ruang dan peluang kerjaya serta mencipta pengalaman. Apabila gabungan kedua-dua industri ini dilakukan, terdapat potensi yang besar iaitu apabila destinasi/lokasi muncul di skrin, ini akan mewujudkan banyak peluang untuk komuniti perniagaan tempatan, dengan syarat pemain

yang berkaitan bekerjasama dalam memenuhi kehendak pelancong. Kesan pelancongan filem adalah jelas di destinasi di seluruh dunia (Connell dan Meyer, 2009), tetapi kajian pelancongan filem agak baru dalam penyelidikan pelancongan.

METODOLOGI

Data bagi artikel ini diperolehi daripada kajian penyelidikan asas dengan reka bentuk kaedah kualitatif. Pendekatan dilakukan dan diaplikasi bagi meneliti sumber-sumber primer dan sekunder dalam bentuk bercetak dan digital. Bahan-bahan bercetak yang diteliti termasuk artikel, artikel jurnal, akhbar, tesis, makalah dan majalah. Manakala bahan dalam bentuk digital pula diperoleh dari laman-laman sesawang agensi yang berkaitan dengan filem di Malaysia seperti finas.gov.my dan tourism.gov.my. Selain itu, tesis, makalah dan artikel jurnal atas talian juga turut dijadikan sumber dengan melayari beberapa laman sesawang berkaitan.

CIRI UTAMA FILEM DALAM PROMOSI PELANCONGAN

Menerusi dapatan kajian yang dilakukan, terdapat beberapa sumber kontemporari yang boleh dimanfaatkan oleh pemain industri filem mahupun industri pelancongan di Sabah mahupun Malaysia. Pengkaji melakukan beberapa analisis dan memperolehi maklum balas data temu bual yang tidak formal dan formal. Menerusi dapatan tersebut pengkaji mendapati bahawa sumber promosi menerusi filem adalah seperti berikut: (1) mengenai lokasi (alam semula jadi, budaya, mercu tanda ikonik), (2) setting filem (latar tempat buatan berdasarkan filem), (3) selebriti (watak dalam filem) dan (4) jalan cerita (latar belakang atau penggunaan titik plot utama) serta (5) festival filem.

i) Lokasi

Maklum balas daripada temu bual tidak formal menunjukkan bahawa *'On Location'* atau tapak lokasi adalah ciri utama produk filem yang menarik minat pelancong untuk mengunjungi lokasi tertentu di Sabah dan Malaysia amnya. Terdapat tiga jenis tarikan tapak lokasi iaitu tarikan bangunan moden (bangunan pencakar langit dan arca), tarikan budaya (tapak bersejarah, seni bina dan muzium) dan tarikan semula jadi (pulau dan hutan tropika). Menurut Cua Soon Min (2018) Sabah memiliki banyak lokasi unik dan menarik untuk dijadikan set penggambaran. Filem yang bagus bukan hanya kerana pelakonnya tetapi jalan cerita serta lokasi penggambaran turut sama penting.Menurutnya lagi Sabah turut menerima kesan yang sama selepas drama saluran TVB Hong Kong ‘Born Rich” memilih beberapa lokasi di negeri inni pada tahun 2009. Tambahnya lagi pihaknya percaya pelancongan menerusi filem antara pendekatan efektif untuk mempromosikan negeri ini sebagai destinasi pelancongan.

Selain itu, terdapat beberapa sebab mengapa lokasi menjadi asas kejayaan untuk menarik pelancongan destinasi filem di Malaysia khususnya di Sabah. Pertama, pelancong suka melihat tempat yang menunjukkan landskap atau pemandangan yang luar biasa. Sebagai contoh menerusi bukti temu bual tidak rasmi dengan pelancong antarabangsa di Pulau Tiga, Sabah yang merupakan tempat penggambaran Siri Televisyen 'Survivor'. Menurutnya "saya melihat rancangan survivor di televisyen dan saya datang bersama isteri saya untuk melihat keunikan pulau- pulau yang ada di sini. Ia merupakan satu pengalaman hebat. Menurutnya lagi, penginapan di sini sangat asas, tetapi sesuai untuk pengalaman pulau survival". Ini disokong oleh Riley & Van Doren, (1996), mencadangkan agar orang ramai yang berhasrat untuk meneroka imej destinasi yang menunjukkan landskap atau budaya yang luar biasa dalam filem. Roesch, (2009) pula menjelaskannya dalam konteks perspektif pelancong. Beliau mendakwa pelancong yang ingin mengembara dari biasa kepada luar biasa untuk mencari pengalaman, aktiviti dan tempat yang unik.

Kedua, keunikan budaya yang ditonjolkan dalam beberapa filem asing di Malaysia dapat menarik minat pelancong ke tempat- tempat tersebut khususnya tempat bersejarah. Contoh terbaik adalah filem *box office* Anna and The King (1999) memuatkan lokasi di Pulau Pinang. Menerusi pemerhatian, pengkaji mendapati ramai pelancong asing berkunjung ke Kuil Khoo Kongsi dan Cheong Mat Tze (Blue Mansion). Pendedahan keunikan seni bina dalam filem ini mempengaruhi pelancong untuk mengetahui lebih lanjut tentang budaya Malaysia dengan melawati lokasi tersebut. Pendedahan keunikan budaya dalam filem merangsang pelancong khususnya pelancong asing untuk melawati dan seterusnya mengetahui tentang sesebuah negara. Butler (1990) menyokong kenyataan ini dengan menyebut bahawa filem mampu memberikan pengetahuan. Manakala Riley & Van Doren (1992) merujuknya sebagai pengiktirafan sesuatu tempat atau lokasi.

Walau bagaimanapun, filem merupakan satu instrument kepada pelancongan budaya kotemporari yang mampu menarik minat pelancong dari pelbagai negeri mahupun negara. Keaslian dan keunikan sesuatu adalah salah satu faktor untuk pelancong berkunjung ke sesebuah lokasi. Keaslian dan keunikan yang digambarkan dalam filem adalah benar wujud atau nyata di kawasan yang diperlihatkan. Menurut Kementerian Kebudayaan dan Alam Sekitar, kehadiran pelancong China adalah dipengaruhi oleh keaslian dan keunikkan yang ada di negeri ini menerusi paparan filem yang ditonton. Menurutnya lagi, apa yang Sabah mempunyai banyak kelebihan kerana negeri ini mempunyai lokasi keaslian yang sebenar yang patut diperlihatkan kepada dunia. Cracolici dan Nijkamp (2009), turut menjelaskan bahawa salah satu faktor pendorong pelancongan adalah keaslian dan keunikan serta perbezaan yang ada di sesebuah lokasi atau tempat tersebut.

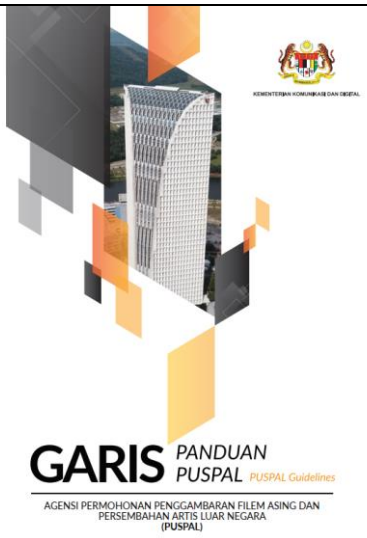
1 (intro)	2 (peserta makan butod -ulat sagu)
3 (peserta mandi lumpur ‘volcano’ di Pulau Tiga)	4 (peserta mandi lumpur ‘volcano’ di Pulau Tiga)

Rajah 3: Rancangan Survivor
Sumber : Survivor 1: Borneo in 9 Minutes

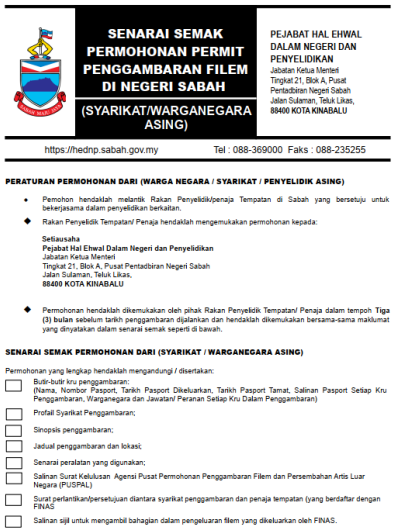
Rajah di atas memperlihatkan rancangan Survivor episode 1 yang mempamerkan lokasi Pulau Tiga Sabah sebagai satu lokasi dalam rancangan tersebut. Pulau Tiga adalah satu entiti

yang mempunyai keunikannya yang tersendiri, dan apabila melawat atau berkunjung di pulau tersebut pelancong akan merasai apa yang dialami oleh watak dalam rancangan televisyen tersebut. Pulau tersebut tidak menyediakan fasaliti mewah dan sepenuhnya bergantung dengan alam semulajadi. Mandi lumpur itu benar- benar menakjubkan dan jarang didapati di lokasi pelancongan lain. Saksikan rancangan Survivor 1 sesi..." (Temu bual informan 117: lelaki, 28, Barat)

Penggunaan lokasi ini sedikit sebanyak mampu menarik perhatian audien dan seterusnya mampu menjadi sebagai salah satu daya tarik pelancong hadir ke pulau tersebut. Ini turut disokong oleh Kementerian Komunikasi dan Digital yang meletakkan syarat wajib dalam penggambaran di lokasi Malaysia. Semua produksi luar yang ingin melakukan penggambaran di Malaysia adalah diwajibkan mematuhi syarat penggambaran yang telah ditetapkan oleh Kementerian Komunikasi dan Digital. Ini turut disokong oleh pihak Pejabat Hal Ehwal Dalam Negeri dan Penyelidikan, negeri Sabah. Berikut merupakan garis panduan dan borang yang dikeluarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Digital dan Pejabat Hal Ehwal Dalam Negeri dan Penyelidikan kepada produksi filem luar.



Kementerian Komunikasi dan Digital


SENARAI SEMAK PERMOHONAN PERMIT PENGGAMBARAN FILEM DI NEGERI SABAH
(SYARIKAT/WARGANEGARA ASING)

PEJABAT HAL EHWAL DALAM NEGERI DAN PENYELIDIKAN
Jabatan Ketua Menteri
Tingkat 21, Blok A, Pusat Pentadbiran Negeri Sabah
Jalan Sulaman, Teluk Likas,
88400 KOTA KINABALU

https://hednp.sabah.gov.my Tel : 088-369000 Faks : 088-235255

PERATURAN PERMOHONAN DARI (WARGA NEGARA / SYARIKAT / PENYELIDIK ASING)

- Pemohon hendaklah melantik Rakan Penyelidik/penaja Tempatan di Sabah yang bersetuju untuk bekerjasama dalam penyelidikan berkaitan.
- Rakan Penyelidik Tempatan/ Penaja hendaklah mengemukakan permohonan kepada:

Setiausaha
Pejabat Hal Ehwal Dalam Negeri dan Penyelidikan
Jabatan Ketua Menteri
Tingkat 21, Blok A, Pusat Pentadbiran Negeri Sabah
Jalan Sulaman, Teluk Likas,
88400 KOTA KINABALU

- Permohonan hendaklah dikemukakan oleh pihak Rakan Penyelidik Tempatan/ Penaja dalam tempoh Tiga (3) bulan sebelum tarikh penggambaran dijalankan dan hendaklah dikemukakan bersama-sama maklumat yang dinyatakan dalam senarai semak seperti di bawah.

SENARAI SEMAK PERMOHONAN DARI (SYARIKAT / WARGANEGARA ASING)

Permohonan yang lengkap hendaklah mengandungi / disertakan:

- ☐ Butir-butir kru penggambaran: (Nama, Nombor Pasport, Tarikh Pasport Dikeluarkan, Tarikh Pasport Tamat, Salinan Pasport Setiap Kru Penggambaran, Warganegara dan Jawatan/ Peranan Setiap Kru Dalam Penggambaran)
- ☐ Profail Syarikat Penggambaran;
- ☐ Sinopsis penggambaran;
- ☐ Jadual penggambaran dan lokasi;
- ☐ Senarai peralatan yang digunakan;
- ☐ Salinan Surat Kelulusan Agensi Pusat Permohonan Penggambaran Filem dan Persembahan Artis Luar Negara (PUSPAL)
- ☐ Surat pertantikan/persetujuan diantara syarikat penggambaran dan penaja tempatan (yang berdaftar dengan FINAS
- ☐ Salinan sijil untuk mengambil bahagian dalam pengeluaran filem yang dikeluarkan oleh FINAS.

Pejabat Hal Ehwal Dalam Negeri dan Penyelidikan

Rajah 4: Garis Panduan dan Borang
Sumber : Kementerian Komunikasi dan Digital dan Pejabat Hal Ehwal Dalam Negeri dan Penyelidikan.

ii) Setting

Tarikan watak dan keseronokan menerusi skrin filem yang muncul adalah satu lagi ciri produk filem. Faktor ini berkaitan dengan setting yang merujuk kepada tema hiburan sesebuah filem. Selain di lokasi, lokasi luar dikenal pasti sebagai salah satu produk filem penting yang boleh mendorong pelancong berkunjung ke Malaysia. Setting merujuk kepada lawatan pelancong ke lokasi buatan. Dalam penyelidikan ini, *off location* dirujuk kepada taman tema berdasarkan filem terkenal iaitu Legoland Malaysia Resort (Johor Bahru). Menerusi kajian yang dilakukan didapati bahawa terdapat dua komponen yang boleh mendorong pelancong melawat Legoland Malaysia Resort, Johor Bahru. Pertama, watak kartun animasi 3D dalam filem LEGO seperti Ninjagor, Batman, Emmet Brickowski, Lord Business dan Lucy "Wyldstyle". Watak- watak ini biasanya hadir melalui perarakan, teater atau maskot. Pemerhatian tapak mendapati ramai di kalangan pelancong atau pelawat peminat mengambil gambar dengan watak kegemaran

mereka dan menonton pertunjukan kartun Ninjago. Ini menunjukkan bahawa watak kartun animasi boleh memujuk peminat atau pelancong untuk mengunjungi Legoland Malaysia Resort. Watak ini boleh dikenal pasti sebagai selebriti yang menyasarkan terutamanya golongan belia dan kanak- kanak.

Kos yang lebih rendah adalah satu lagi sebab pelancong antarabangsa berminat untuk melawat taman tema filem di Malaysia berbanding Eropah atau negara barat lain. Ini adalah salah satu tujuan utama Tourism Malaysia untuk menarik segmen hasil yang lebih tinggi seperti yang ditunjukkan dalam The Roadmap for Malaysia a Special Report pada tahun 2010. Ia bukan sahaja menarik pelancong domestik tetapi juga pelancong antarabangsa khususnya Singapura, Indonesia, Filipina dan beberapa negara Asia termasuk China, India dan Korea Selatan. Tambahan pula, semakin banyak taman tema filem besar seperti Movies Animation Park Studio (Ipoh, Perak), dan taman tema baharu yang akan datang- Abad ke-20 di Gentling Highlands menjadikan Malaysia sebagai destinasi keluarga yang popular di Asia. Oleh itu, bagi menarik lebih ramai lagi pengunjung di Sabah, sektor pelancongan dan perfileman seharusnya bersama dalam usaha menghasilkan satu tempat atau lokasi buatan untuk tujuan penggambaran dan pelancongan. Ini mampu memberikan pulangan yang menguntungkan kepada kedua industri tersebut. Usaha ini pernah dinyatakan sendiri oleh Menteri Pelancongan, Kebudayaan dan Alam Sekitar Sabah. Masidi Manjun (2013) menerusi Farizie menyatakan bahawa kemudahan perfileman yang dimiliki UMS menjadi antara factor membolehkan university berkenaan diangkat sebagai pusat perfileman yang berperanan penting dalam pembangunan industri kandungan kreatif. Selain itu, Jurey Latif (2018) menerusi Sudirman Mohd Tahir menyatakan bahawa usaha mewujudkan studio filem di Kota Belud, Sabah merupakan satu lokasi menarik dan mampu menjadi studio filem "*outdoor*" kerana kedudukan geografi dan panoramanya berlatarbelakangkan Gunung Kinabalu selain dilengkapi dengan tasik, sungai dan pantai yang menarik.

iii) Selebriti

Selebriti turut dianggap sebagai satu lagi ciri produk filem yang mampu memberi maklumat kepada audien. Selebriti ialah bintang terkenal yang boleh mewujudkan hubungan yang kukuh dengan audien dan mampu menarik perhatian. Lawatan pelancong ke lokasi tertentu turut dipengaruhi oleh penampilan selebriti dalam sesebuah filem atau rancangan televisyen. Selebriti didapati mempunyai ciri penting ketiga dalam produk filem di Malaysia. Dapatan kajian menunjukkan bahawa pelancong berminat untuk melawat lokasi yang dikaitkan dengan selebriti berdasarkan tiga kriteria: (1) bintang filem, (2) orang terkenal, (3) watak animasi / fiksyen dalam filem. Penampilan ketiga- tiga kriteria ini membawa kepada peningkatan keyakinan dalam pemilihan destinasi. Yen dan Croy (2016) mendapati bahawa selebriti itu mempunyai kesan memudahkan ke atas niat pembelian pengguna dalam konteks pelancongan filem. Ini turut disokong oleh Yang (2018) turut menyatakan bahawa mejoriti penyelidikan yang dilakukan memberikan maklum balas positif iaitu pengaruh slelbriti dalam pembinaan imej destinasi dan tingkah laku pelancong.

Dapatan kajian menunjukkan bahawa penampilan selebriti dalam filem mempengaruhi persepsi pelancong melalui kebiasaan destinasi dan intensi kunjungan. Dalam dunia yang kompetitif hari ini, pengguna terdedah kepada beribu- ribu suara dan imej dalam majalah, surat khabar dan di papan iklan, laman web, radio dan televisyen. Cabaran pemasaran adalah untuk mencari motivasi yang akan menarik perhatian pengguna seperti kandungan mesej media dan penyebab utama yang boleh menarik perhatian pengguna ialah penggunaan selebriti. Selain itu, fungsi selebriti adalah salah satu ejen imej destinasi yang paling utama dalam mempengaruhi audien untuk membuat keputusan perjalanan pelancongan, ini turut disokong menerusi kajian terdahulu (Woodside & Lysonski, 1989 dan Gallarza, 2002). Selain itu juga, penggunaan selebriti dipercayai dapat membantu audien mengingati destinasi kerana semasa penggambaran selebriti di lokasi, imej ini membantu membentuk imej destinasi dalam fikiran audien. Christina Liew (2023), Menteri Pelancongan, Kebudayaan dan Alam Sekitar Sabah menyatakan bahawa tujuh selebriti terkenal dari Zhejiang TV China dan seorang artis Malaysia Ah-Niu melakukan

penggambaran filem untuk rancangan reality “Star Chasers” di Sabah bermula pada 25 april 2023. Beberapa lokasi pilihan penggambaran adalah seperti Mari Mari Cultural Village, Cabana Retreat Resort dan 101 Firefly Eco Park.

Rajah 5: Sesi Penggambaran di Pulau Manukan
Sumber : KepKAS

Gambar di atas memperlihatkan produksi dan artis dari Zhejiang TV China melakukan penggambaran di salah satu pulau yang terletak di negeri Sabah. Penggunaan artis atau selebriti terkenal samada dalam atau pun luar negara mampu memberikan kesan kepada sektor pelancongan di negeri ini. Oleh itu, pemilihan selebriti turut menjadi faktor utama dalam pembikinan sesbuah filem atau rancangan televisyen yang mana boleh mewujudkan hubungan yang kukuh dengan audien dan niat ke arah pelancongan. Pendekatan ini secara tidak langsung merupakan salah satu alternatif industri Pelancongan Malaysia untuk membangunkan tarikan pelancong berdasarkan penglibatan selebriti.

iv) Jalan cerita

Jalan cerita merupakan ciri keempat produk filem yang berpotensi untuk mendorong pelancongan di Sabah mahupun Malaysia. Jalan cerita ialah naratif dalam filem di mana pautan ke lokasi filem saling berkaitan. Walaupun jalan cerita adalah satu cerita dan bukan berbentuk fizikal yang dilihat oleh audien, namun ianya dilihat paling dan mampu mempengaruhi emosi audien dalam membuatkan keputusan berkunjung ke sesuatu tempat menerusi cerita tersebut. Jalan cerita yang menarik dalam filem juga memiliki keboleh tersendiri untuk membawa audien melalui pengembaraan emosi dan pengalaman yang mendalam. Ia juga boleh mencipta ikatan emosional dan elemen kekaguman terhadap dunia yang ditunjukkan dalam sesebuah filem. Pada dasarnya, terdapat beberapa elemen yang mampu menarik perhatian audien. Menariknya, jalan cerita dianggap sebagai satu lagi ciri produk filem dalam memberi maklumat kepada audien atau pelancong. Audien tertarik untuk melawat destinasi tersebut walaupun lokasi itu hanya digunakan sebagai latar dan bukan untuk lokasi sebenar.

Watak perwatakan yang digarap oleh penulis skrip mampu menghidupkan jalan cerita Selain itu watak perwatakan juga menjadi satu daya tarik audien sehingga mampu menjadikan audien terikut-ikut dengan tingkah laku watak dalam filem tersebut. Kemungkinan sahaja audien akan terikut dari segi penampilan yang d ibawa oleh watak tersebut menerusi filem yang ditonton. Selain itu, konflik yang dicipta oleh penulis skrip turut menjadi daya tarik audien dalam memberi tumpuan kepada cabaran atau rintangan yang perlu diatasi oleh watak utama. Konflik tersebut mampu menjadikan audien untuk terus menonton dan melihat bagaimana masalah itu akan diselesaikan sehingga sanggup menonton filem tersebut di akhir rancangan.

Seterusnya penulis skrip juga mestilah tahu mengendalikan plot sesebuah cerita agar ianya mampu menarik perhatian audien. Kejutan dalam plot atau plot twist mampu memberikan kejutan dan ini secara tidak langsung mampu menarik perhatian audien. Ini juga mampu memberikan rasa kejutan dan keunikkan sesebuah cerita. Justeru itu, melalui penulisan skrip dengan elemen kejutan dalam plot mampu memberikan audien untuk terus menonton dan secara langsung memberikan fokus dalam menonton filem tersebut. Secara tidak langsung audien turut mempertimbangkan untuk hadir atau melancong ke lokasi yang dipertontonkan menerusi adegan-adegan tersebut. Ini akan lebih menarik jika penulis bersama pengarah bersatu dalam mewujudkan adegan dengan penggunaan lokasi yang lebih menarik. Ini akan menajdi faktor pendorong audien untuk pergi melancong ke lokasi yang dipertontonkan menerusi filem atau sesebuah drama. Akhirnya menerusi gabungan elemen-elemen tersebut., filem atau drama mampu mencipta satu pengalaman yang memikat dan membuat audien menyertai perjalanan yang ditunjukkan dalam sesebuah cerita.

Dapatan kajian menunjukkan bahawa pelancong berminat untuk melawat lokasi yang berkaitan dengan jalan cerita walaupun lokasi itu digambarkan sebagai latar belakang untuk plot utama. Bagaimanapun, bukti empirikal menunjukkan lokasi yang pernah digunakan dalam lagu-lagu adegan dalam filem Bollywood telah menarik lebih ramai pelancong India berkunjung ke Malaysia. Oleh itu, untuk menarik pelancong melalui jalan cerita, beberapa agensi perlu bekerjasama dalam melakukan kerjasama. Ia boleh dilakukan sebelum lokasi penggambaran (pra- produksi) di mana FINAS, Tourism Malaysia dan Kerajaan Negeri Sabah sendiri boleh mengakses skrip atau jalan cerita sesebuah produksi yang dirasakan sesuai dalam mempromosikan Sabah atau Malaysia. Contohnya seperti menonjolkan simbolik utama Sabah atau Malaysia sebagai contoh memperlihatkan alam semulajadi seperti Gunung Kinabalu dan budaya etnik yang terdapat di Sabah ke dalam mana- mana filem asing dengan tujuan untuk meningkatkan kebiasaan dan pendedahan tentang Malaysia atau Sabah.

v) Festival Filem

Festival filem merupakan ciri penting kelima produk filem yang mendorong pelancongan di Malaysia mahupun Sabah. Bukti empirikal menunjukkan bahawa Festival dan Anugerah Filem Antarabangsa ASEAN (AIFFA) jelas meningkatkan pelancongan di Kuching, Sarawak yang menjadi destinasi pelancongan pilihan. Menurut Livan Tajang (2023) melalui temubual Siti Athirah Dzulkifly, menjelaskan bahawa bermula 2 hingga 4 ogos 2023, AIFFA 2023 menyaksikan penganjurannya buat edisi keenam sejak 2013 bagi meraihkan pembikin dan peminat filem. Menurutnya lagi, sebanyak 10 buah negara serata ASEAN berkampung di Sarawak dan menerusi festival ini, Kerajaan Negeri Sarawak dapat mempromosikan pelancongannya yang sememangnya terkenal dengan hutan hujan yang subur, tradisi yang meriah dan layanan mesra.

Pemerhatian di lokasi juga memperlihatkan bahawa majoriti pelancong merupakan peminat pelakon ternama pelakon dan penyanyi Korea Jung Ji-hoon atau Rain yang mengadakan sesi bertemu peminat bertempat di Old Courthouse Gardens, Kuching. Berbanding dengan festival filem lain seperti Festival Filem Cannes, Festival Filem Bahamas dan Festival Filem Busan, ramai selebriti seperti pelakon atau pengarah filem mempunyai peminat yang ramai dan mampu menarik ramai audien ke acara tersebut di mana mereka akan muncul. Ini bermakna festival filem berkaitan pelancongan di Malaysia lebih menumpukan kepada kesedaran Malaysia sebagai destinasi pelancongan yang mendorong kunjungan para pelancong. Maklum balas daripada temu bual audien yang dilakukan menunjukkan bahawa festival filem adalah salah satu ciri produk filem yang boleh mendorong pelancong peminat melawat acara tersebut, Berikut merupakan kehadiran artis Korea Rain ke Festival AIFFA 2023.

Rajah 6: Asean International Film Festival and Awards

Sumber: Utusan Borneo Online AIFFA 2023

Kehadiran artis Korea ini secara tidak langsung membantu Sarawak dalam mempromosikan negeri itu di mata dunia. Justeru itu, festival filem dicadangkan untuk menyampaikan kualiti pengaturcaraan kerana individu yang terlibat dalam festival filem pelancongan cenderung datang dari latar belakang yang mewah dan berpendidikan tinggi dengan citarasa sinematik yang lebih halus. Selanjutnya, lokasi festival filem mesti mengukuhkan tarikan pesta itu, dan penganjur festival perlu membangunkan pakej pelancongan komprehensif dalam perkongsian sektor swasta- awam.

KESIMPULAN

Tidak dinafikan industri perfileman di Malaysia telah berkembang dengan pesat. Berdasarkan dapatan kajian yang dibincangkan dalam artikel ini, dirumuskan bahawa filem bukan hanya sekadar aktiviti hiburan untuk menenangkan minda dan jiwa, malah juga berperanan sebagai satu sumber maklumat penting dalam mendorong ke arah pelancongan. Penyelidikan ini juga bertujuan untuk mengenalpasti ciri-ciri utama filem dalam mendorong pelancongan di Sabah dan Malaysia amnya. Ia memberikan pemahaman tentang apakah ciri-ciri produk filem yang sesuai untuk menarik pelancong berkunjung ke Sabah mahupun Malaysia.

Pertama, jelas sekali produk filem boleh mempromosikan destinasi pelancongan di Malaysia dan Sabah khususnya. Ini kerana, pendedahan destinasi menerusi penghasilan filem telah membawa kepada proses membuat keputusan pelancong untuk melawat lokasi tertentu di Sabah. Pendedahan yang memberikan kesan dalam filem cereka atau televisyen boleh menjadi sorotan yang sangat kuat untuk destinasi; menonjolkan keinginan sebagai tempat untuk dikunjungi. Sebaliknya, jelas didapati bahawa produk filem juga boleh meningkatkan kesedaran di Sabah khususnya destinasi yang kurang dikenali. Contohnya, filem Survivor (2000)- Pulau Tiga, Sabah; ia menunjukkan pulau yang agak tidak dikenali kepada tarikan pelancongan yang popular di Malaysia. Oleh itu, produk filem boleh menjadi sorotan yang sangat kuat untuk destinasi dan menonjolkannya sebagai tempat untuk dikunjungi.

Kedua, menyokong dasar pembangunan produk filem untuk mendorong pelancongan di Malaysia. Daripada dapatan yang diperolehi, adalah terbukti bahawa insentif kewangan telah mengenal pasti kejayaan dalam menggalakkan penerbit filem asing membuat penggambaran

filem di Malaysia. Walaupun kedudukan Malaysia sebagai lokasi penggambaran dan pelancongan filem antarabangsa masih dalam proses; dalam usaha menarik pengeluar ke kawasan itu melalui mewujudkan sistem insentif yang menarik, pembangunan yang baik sedang dilakukan. Ia terbukti melalui peningkatan jumlah filem penggambaran penerbitan filem asing di Malaysia. Oleh itu, dicadangkan agar industri pelancongan Malaysia (Tourism Malaysia) dan pihak berkuasa tempatan untuk terus memelihara sumber asli, melindungi tempat, nilai budaya dan warisan supaya pelancong dapat meneroka dan merasainya.

Seterusnya, lokasi set filem dicadangkan tidak dirobohkan selepas penggambaran untuk mengekalkan keasliannya. Mungkin lembaga pelancongan tempatan atau perniagaan pelancongan boleh mengendalikan atau membangunkan aktiviti baharu untuk tarikan pelancong. Sementara itu, dari perspektif industri pelancongan, adalah penting untuk memilih jenis pengeluaran tertentu yang sesuai dengan promosi pelancongan. Perbadanan Kemajuan Filem Nasional (FINAS) dicadangkan agar FINAS berunding dengan penerbitan filem luar negara untuk menonjolkan unsur- unsur pelancongan- alam/ budaya Malaysia ke dalam filem mereka. Ia boleh dilakukan semasa pembangunan skrip dalam peringkat pra produksi. Ini kerana apabila elemen ini didedahkan menerusi filem luar negara, sudah pasti penonton di seluruh dunia akan lebih mengenali Malaysia dan Sabah khususnya serta hasilnya akan meningkatkan kesedaran dan mempengaruhi audien untuk melawat Malaysia.

RUJUKAN

Christina Liew (2023) Tujuh selebriti terkenal Zhejiang TV China buat penggambaran filem di Sabah. (Sabah Media-the voice of Sabah). 25 April 2023.

C.H.Yen, W.G. Croy (2016) Film tourism: Celebrity involvement, celebrity worship and destination image. Current Issues in Tourism,19 (100 pp.1027-1044.

Jurey Latif (2018) menerusi Sudirman Mohd Tahir. Studio filem di Kota Belud. Hmetro online. https://www.hmetro.com.my/rap/2018/04/333292/studio-filem-di-kota-belud.

"Kutipan dan Penontonan Untuk Semua Filem Asing & Tempatan di Pawagam 2006 - 2015 (JUN)" (atas talian) http://www.finas.gov.my/index.php?mod=industry&sub=filem malaysia. Dicetak 24hb September 2015.

Livan Tajang (20213) AIFFA 2023, Penggiat filem ASEAN mula berkampung di Sarawak (Siti Athirah Dzulkifly). Kuching Sarawak. 2 Ogos 2023.

M.G.Gallarzea (2002) Destination image:Towards a conceptual framework. Annals of Tourism Research. Volume 29, Issue 1, January 2002, page 56-78.

Masidi Manjun (2013) UMS berpotensi jadi pusat kecemerlangan industry perfileman (Berita Ehwal Semasa RTM Sabah) 12 Disember 2013.

PocketBook SMJ.Edisi 1 Tahun 2023. Lokasi Menarik di Negeri Sabah dan Peruntuhan Pelancongan. Sekretariat Sabah Maju Jaya.29 Mac 2023.

S. Hudson, J. B. Ritchie (2006) Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. Journal of Research, 44 (4) 2006, pp.387-396.

S.H. Tsaur, C.H. Yen Y.T Yan (2016) Destination brand identity: Scale development and validation. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 21 (12) 2016, pp, 1310-1323.

S.Hudson.2011. Working together to leverage film tourism: Collaboration between the film and tourism and tourism industries. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 3 (2) 2011. Pp. 165-172.