

PERAN BIOSKOP SEBAGAI LITERASI WISATA DAN SPASIAL: PENGALAMAN DAN PEMAHAMAN MAHASISWA MELALUI SINEMA

Armin Subhani^{1*}, Ahmad Subhan Nurabrori²

arminsubhani@hamzanwadi.ac.id*

^{1,2}Universitas Hamzanwadi

DOI:<https://doi.org/10.29408/sbs.v8i1.29839>

Orchid ID: <https://orcid.org/0000-0001-5977-1369>

Submitted, 2025-03-14; Revised, 2025-03-27; Accepted, 2025-03-29

Abstrak

Peran bioskop sebagai medium hiburan telah dikenal luas, namun belum sepenuhnya dipahami bagaimana pengalaman menonton film di bioskop dapat memengaruhi literasi wisata dan spasial pada individu. Untuk itulah, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bagaimana kontribusi bioskop dalam mendorong literasi wisata dan spasial bagi mahasiswa. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan observasi langsung terhadap pengalaman menonton film di bioskop. Responden melibatkan 32 orang mahasiswa yang memiliki pengalaman menonton. Frekuensi menonton yang cukup tinggi 1-2 kali/bulan, menunjukkan bioskop masih dianggap berharga dan memberikan kesan yang berbeda dibandingkan menonton di rumah. Film bergenre aksi paling diminati, yaitu sebanyak 37,5% lebih tinggi dari genre film lain. Sebanyak 43,8% responden menilai pemahaman mereka tentang wisata dan literasi spasial, meningkat melalui film-film yang mereka tonton. Selanjutnya, 37,5% beranggapan bahwa film-film di bioskop sangat menggambarkan pengalaman wisatawan yang autentik, dan 40,6% responden merasa bahwa film-film di bioskop menceritakan sejarah dan warisan budaya suatu destinasi dengan sangat baik atau baik. Mayoritas responden, 87,5% setuju bahwa film-film tersebut memberikan kontribusi positif, sementara 12,5% tidak yakin. Kesimpulannya, bioskop dapat mempengaruhi dan memperkaya pengetahuan penonton tentang tempat-tempat wisata dan dinamika spasial. Penelitian ini juga mengkonfirmasi sekaligus menguatkan temuan dan teori pada penelitian sebelumnya, bahwa film dapat berfungsi sebagai alat edukatif bagi mahasiswa.

Kata kunci: literasi, bioskop, wisata, spasial

Abstract

The role of cinema as an entertainment medium is widely known, but it is not fully understood how the experience of watching films in cinema can affect tourist and spatial literacy in individuals. For this reason, this research aims to describe how cinema contributes to encouraging tourist and spatial literacy for students. Data were collected through questionnaires and direct observation of the experience of watching films in cinemas. Respondents involved 32 students who had viewing experience. The frequency of viewing is quite high, 1-2 times/month, indicating that cinema is still considered valuable and gives a different impression compared to watching at home. Action genre films are the most popular, namely 37.5% higher than other film genres. A total of 43.8% of respondents rated their understanding of tourism and spatial literacy, improved through the films they watched. Furthermore, 37.5% thought that films in cinemas depict the authentic tourist experience very well, and 40.6% of respondents felt that films in cinemas tell the history and cultural heritage of a destination very well or well. The majority of respondents, 87.5% agreed that the films made a positive contribution, while 12.5% were unsure. In conclusion, cinema can influence and enrich the audience's knowledge of tourist attractions and spatial dynamics. This research also confirms and strengthens the findings and theories in previous research, that films can function as educational tools for students.

Keywords: literacy, cinema, tourism, spatial

PENDAHULUAN

Perkembangan bioskop dan sinema telah menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya populer di seluruh dunia. Sejak awal abad ke-20, fenomena ini telah melintasi batas-batas negara dan menciptakan dampak yang mendalam dalam masyarakat. Seperti yang dikemukakan oleh (Thompson dkk., 2003), bioskop bukan hanya tempat untuk menonton film, tetapi juga menjadi pusat kegiatan sosial dan hiburan bagi masyarakat. Dengan adanya bioskop, film tidak hanya menjadi medium visual, tetapi juga sarana untuk memperluas imajinasi dan menghadirkan pengalaman baru kepada penontonnya. Hal ini mengindikasikan bahwa bioskop bukan hanya tempat untuk menikmati karya sinematik, tetapi juga sebagai wadah untuk memperkuat ikatan sosial dan budaya dalam masyarakat.

Perkembangan teknologi dan industri film telah menjadikan sinema sebagai bagian integral dari budaya populer. Menurut (Ang, 2006), sinema tidak hanya mencerminkan nilai-nilai dan identitas suatu masyarakat, tetapi juga menjadi alat untuk merayakan keanekaragaman budaya. Dalam konteks ini, sinema tidak hanya sekadar hiburan, tetapi juga cerminan dari beragam aspek kehidupan manusia, termasuk politik, sosial, dan budaya. Melalui perannya yang multifaset, sinema telah menjadi jendela dunia bagi penontonnya, memperkenalkan mereka pada realitas yang mungkin berbeda dengan lingkungan mereka sendiri. Keberadaan bioskop dan sinema juga telah membentuk identitas kota-kota besar di seluruh dunia. Seperti yang diungkapkan oleh (Hjort & Nannicelli, 2022), bioskop telah menjadi bagian penting dari lanskap perkotaan, tidak hanya sebagai tempat hiburan, tetapi juga sebagai simbol kehidupan perkotaan yang dinamis.

Kehadiran bioskop di kota-kota besar menjadi pusat kegiatan budaya dan sosial, dan dapat menarik pengunjung dari berbagai latar belakang untuk menikmati pengalaman sinematik bersama-sama. Hal ini menunjukkan bahwa bioskop tidak hanya memengaruhi budaya populer, tetapi juga membentuk citra dan identitas kota-kota modern. Dalam konteks globalisasi, peran bioskop dan sinema semakin berkembang menjadi agen penting dalam pertukaran budaya dan ide-ide. Seperti yang disoroti oleh (Balabantaray, 2022), bioskop menjadi saluran utama bagi transmisi budaya dari satu negara ke negara lainnya, memfasilitasi pertukaran gagasan dan pandangan dunia.

Melalui film-film yang diputar di bioskop, penonton memiliki kesempatan untuk memahami dan mengapresiasi budaya dan perspektif yang berbeda, sehingga memperkuat hubungan antarbangsa.

Dengan demikian, bioskop dan sinema tidak hanya memengaruhi budaya lokal, tetapi juga membentuk lanskap budaya global yang saling terkait.



Gambar 1. Pintu masuk bioskop Studio XXI dan poster film yang akan tayang (Data observasi, 2024)

Seperti yang terlihat pada Gambar 1, bioskop memiliki magnet sebagai pusat pendidikan dan hiburan dalam masyarakat. Melalui tayangan film yang beragam, bioskop menjadi tempat di mana penonton dapat memperoleh pengetahuan tentang berbagai topik, mulai dari sejarah dan budaya hingga ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan menonton film di bioskop, penonton dapat mengalami peristiwa-peristiwa penting dalam sejarah atau memahami konsep-konsep yang kompleks dengan cara yang menarik dan mudah dicerna. Bioskop juga berperan penting sebagai sarana hiburan yang menghibur dan menginspirasi masyarakat (Mitríc, 2022). Sebagai contoh, film-film komedi dapat membawa tawa dan kebahagiaan kepada penonton, sementara film drama dapat membangkitkan empati dan refleksi tentang kehidupan.

Peran bioskop dalam pendidikan dan hiburan juga mencakup fungsi sebagai tempat pertemuan sosial. Bioskop seringkali menjadi tempat di mana keluarga dan teman-teman berkumpul untuk menikmati waktu bersama, menciptakan kenangan yang berharga dalam prosesnya. Interaksi antara penonton sebelum, selama, dan setelah penayangan film juga dapat meningkatkan pengalaman menonton secara keseluruhan, menciptakan ikatan sosial yang kuat di antara komunitas yang

berkumpul di bioskop. Fasilitas tempat berkumpul dan menunggu disediakan bioskop seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Suasana ruang tunggu di bioskop
(Data observasi, 2024)

Peran bioskop dalam menawarkan pengalaman audiovisual yang mendalam tidak hanya menciptakan hiburan semata, tetapi juga memainkan peran penting dalam memperkaya literasi wisata dan spasial di antara penontonnya. Dalam ruang gelap sebuah auditorium bioskop, penonton dibawa dalam perjalanan visual yang memperkenalkan mereka pada berbagai destinasi wisata dan konteks spasial yang mungkin belum pernah mereka alami sebelumnya. Melalui gambar-gambar yang diproyeksikan di layar lebar, penonton diperkenalkan pada lanskap geografis yang memukau, keindahan alam yang mempesona, serta kekayaan budaya yang terdapat di berbagai belahan dunia. Dengan demikian, pengalaman menonton film di bioskop dapat memainkan peran yang signifikan dalam membuka wawasan penonton terhadap keberagaman geografis dan budaya di dunia (Merrington dkk., 2021).

Selain itu, film-film yang diputar di bioskop sering kali menggambarkan cerita-cerita yang melibatkan perjalanan, petualangan, dan eksplorasi ruang fisik yang luas. Dalam prosesnya, penonton tidak hanya terlibat dalam cerita-cerita yang menarik secara naratif, tetapi juga diundang untuk memahami dan mengapresiasi ruang dan tempat yang menjadi latar belakang bagi cerita tersebut. Dengan menyoroti destinasi wisata yang ikonik atau merujuk pada konsep spasial yang khas dari suatu wilayah, film-film ini dapat merangsang minat penonton untuk belajar lebih lanjut tentang tempat-tempat tersebut dan mendorong mereka untuk menjelajahi dunia nyata di sekitar mereka dengan rasa

ingin tahu yang lebih besar (Chen dkk., 2021). Dengan demikian, peran bioskop sebagai medium untuk memperluas pemahaman terhadap ruang dan tempat secara tidak langsung berkontribusi pada pengembangan literasi wisata dan spasial di antara penontonnya.

Meskipun peran bioskop sebagai medium hiburan telah dikenal luas, belum sepenuhnya dipahami bagaimana pengalaman menonton film di bioskop dapat memengaruhi literasi wisata dan spasial individu. Pertanyaan mendasar yang perlu dijawab adalah bagaimana peran bioskop dalam mendorong literasi wisata dan spasial mahasiswa melalui pengalaman sinema?. Pertanyaan esensial ini menyoroti peran bioskop sebagai pusat pendidikan informal dalam memperluas wawasan mahasiswa tentang dunia yang melingkupi mereka. Pentingnya pemahaman mahasiswa terhadap konsep wisata dan spasial melalui keterlibatan dengan karya sinematik menjadi pokok bahasan yang mendalam. Dalam konteks ini, relevansi literasi sinema dalam membentuk perspektif dan pengetahuan mahasiswa tentang berbagai destinasi wisata dan konteks spasial di dalamnya menjadi sangat penting. Dalam menjawabnya, perlu dipahami bagaimana film-film yang diputar di bioskop memengaruhi pandangan mahasiswa tentang keindahan alam, kekayaan budaya, dan kompleksitas spasial di seluruh dunia. Kajian lebih lanjut diperlukan untuk menggali lebih dalam interaksi antara pengalaman sinema dan pemahaman mahasiswa tentang berbagai destinasi wisata serta konsep spasial yang melingkupinya.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan kontribusi bioskop dalam mendorong literasi wisata dan spasial bagi mahasiswa. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman mahasiswa tentang wisata dan sinema melalui sinema. Dengan memahami hubungan antara literasi sinema dan pemahaman mahasiswa tentang destinasi wisata serta konteks spasial di dalamnya, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana sinema memengaruhi persepsi dan pengetahuan mahasiswa tentang dunia. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pendidikan yang lebih efektif dalam memanfaatkan potensi bioskop sebagai sumber belajar yang berharga dalam meningkatkan literasi wisata dan spasial di kalangan mahasiswa.

Para peneliti telah secara luas mengakui peran penting bioskop sebagai medium untuk menyampaikan pesan-pesan budaya, memperluas wawasan, dan membangun pemahaman tentang dunia di sekitar kita. Studi terdahulu telah menyelidiki berbagai aspek literasi sinema dan pengaruhnya

terhadap penonton, namun penelitian yang secara khusus memfokuskan pada hubungan antara peran bioskop, literasi wisata, dan spasialitas masih terbatas. Penelitian ini akan membawa kontribusi baru dengan menggabungkan elemen-elemen tersebut, merinci bagaimana pengalaman menonton film di bioskop dapat memengaruhi pemahaman mahasiswa tentang destinasi wisata dan konsep spasial di dalamnya.

Pemahaman wisata menjadi kunci dalam menghadapi tantangan globalisasi di era modern (Khan dkk., 2020). Dengan literasi wisata yang kuat, individu dapat mengenali dampak positif dan negatif dari industri pariwisata terhadap lingkungan, ekonomi, dan budaya suatu destinasi. Literasi wisata memungkinkan masyarakat untuk membuat keputusan yang berbasis pengetahuan dalam merencanakan perjalanan mereka, serta memberikan kontribusi positif dalam pelestarian dan pengembangan destinasi wisata. Literasi spasial memainkan peran penting dalam memahami hubungan antara ruang dan tempat dalam konteks geografis. Melalui pemahaman tentang konsep spasial seperti jarak, arah, dan distribusi, individu dapat mengenali dan mengapresiasi karakteristik unik dari berbagai tempat di dunia (Mills & Comber, 2013). Literasi spasial juga membantu dalam memahami interaksi antara manusia dan lingkungan fisik, serta memperkirakan dampak kegiatan manusia terhadap keberlanjutan lingkungan.

Perkembangan teknologi dan akses mudah terhadap informasi telah mengubah cara individu memperoleh literasi wisata dan spasial. Melalui platform daring dan aplikasi peta digital, individu dapat menjelajahi destinasi wisata secara virtual dan mengakses informasi tentang spasialitas suatu tempat dengan cepat dan mudah. Walaupun teknologi dapat memfasilitasi pembelajaran, penting untuk mempertimbangkan juga keterampilan kritis dalam mengevaluasi informasi dan memahami konteks spasial yang lebih luas. Pendidikan tentang literasi wisata dan spasial dapat menjadi alat penting dalam pemberdayaan individu dan komunitas. Dengan memberikan akses ke pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memahami dan menghargai tempat-tempat di sekitar mereka, literasi ini dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap lingkungan lokal dan global. Selain itu, literasi wisata dan spasial juga membuka pintu untuk peluang ekonomi dan sosial, dengan memungkinkan individu untuk terlibat dalam industri pariwisata dan pemeliharaan lingkungan secara lebih berkelanjutan (Ashley dkk., 2007).

Faktor pertama yang memengaruhi pemahaman mahasiswa tentang wisata dan spasial melalui sinema adalah narasi dan visual yang kuat yang disajikan dalam film. Film-film sering menggunakan teknik naratif yang kompleks dan gambar-gambar yang menarik untuk menggambarkan lokasi dan suasana tempat yang menjadi latar belakang cerita (Jahn, 2003). Dengan cara ini, penonton tidak hanya terlibat secara emosional dalam cerita yang disampaikan, tetapi juga diperkenalkan pada berbagai destinasi wisata dan konteks spasial yang berbeda-beda. Faktor kedua adalah penggunaan tempat sebagai karakter dalam film, yang dapat memperkuat pemahaman mahasiswa tentang hubungan antara manusia dan lingkungan fisik. Beberapa film menggunakan lokasi yang kuat sebagai karakter yang aktif dalam cerita, yang memungkinkan penonton untuk merasakan suasana dan keberadaan tempat tersebut (Pane & Patriana, 2016). Misalnya, penggambaran kota New York dalam film-film Hollywood sering kali menciptakan identitas kota yang ikonik dan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang kehidupan kota besar.

Selanjutnya, penggunaan warna, suara, dan musik dalam film dapat memengaruhi persepsi dan pengetahuan mahasiswa tentang destinasi wisata dan konteks spasial. Penempatan warna yang cerdas, penggunaan suara lingkungan yang realistis, dan pemilihan musik yang sesuai dengan setting tempat dapat memperkuat pengalaman penonton tentang lokasi yang digambarkan dalam film (Hao & Ryan, 2013). Hal ini dapat membantu dalam membentuk pemahaman yang lebih mendalam tentang karakteristik visual dan auditif dari suatu tempat. Terakhir, faktor pengaruh budaya dan sejarah juga turut memengaruhi pemahaman mahasiswa tentang wisata dan spasial melalui sinema. Film-film sering kali mencerminkan budaya dan sejarah suatu tempat dengan cara yang mendalam, memberikan wawasan yang berharga tentang latar belakang budaya, tradisi, dan peristiwa sejarah yang terjadi di destinasi wisata tersebut (Connell, 2012a). Dengan demikian, film-film dapat menjadi sarana untuk memahami konteks sosial dan historis dari suatu tempat secara lebih baik.

METODE

Pendekatan pemecahan masalah dalam konteks penelitian ini melibatkan pendekatan kuantitatif deskriptif (Mukhid, 2021) terhadap pengalaman menonton film di bioskop dan dampaknya

terhadap literasi wisata dan spasial mahasiswa. Metode penelitian ini akan mencakup analisis frekuensi dan preferensi menonton film di bioskop, pemahaman literasi wisata, dan pemahaman literasi spasial.

Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan mahasiswa yang memiliki pengalaman menonton di bioskop dan observasi langsung terhadap pengalaman menonton film di bioskop. Responden melibatkan 32 responden mahasiswa. Data dianalisis dengan teknik prosentase dari setiap jawaban kemudian dinarasikan berdasarkan faktor-faktor terkait dan hubungan-hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian, pendekatan ini akan memberikan gambaran tentang bagaimana peran bioskop dapat dimanfaatkan secara efektif dalam meningkatkan literasi wisata dan spasial di kalangan mahasiswa.

PEMBAHASAN

Bioskop memiliki peran penting sebagai media literasi wisata dan spasial, terutama bagi mahasiswa yang mengeksplorasi dunia melalui sinema. Melalui sinema, mahasiswa dapat mengakses representasi visual dan naratif dari tempat-tempat yang jauh dan beragam, yang tidak hanya memperluas wawasan mereka tentang geografi dan budaya, tetapi juga menumbuhkan apresiasi terhadap keindahan dan keragaman dunia. Pengalaman ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan kontekstual tentang ruang dan tempat, serta mendorong minat mereka untuk berpartisipasi dalam aktivitas wisata yang lebih bermakna dan berkelanjutan. Berikut diuraikan hasil dan pembahasan parameter yang dianalisis dalam penelitian ini.

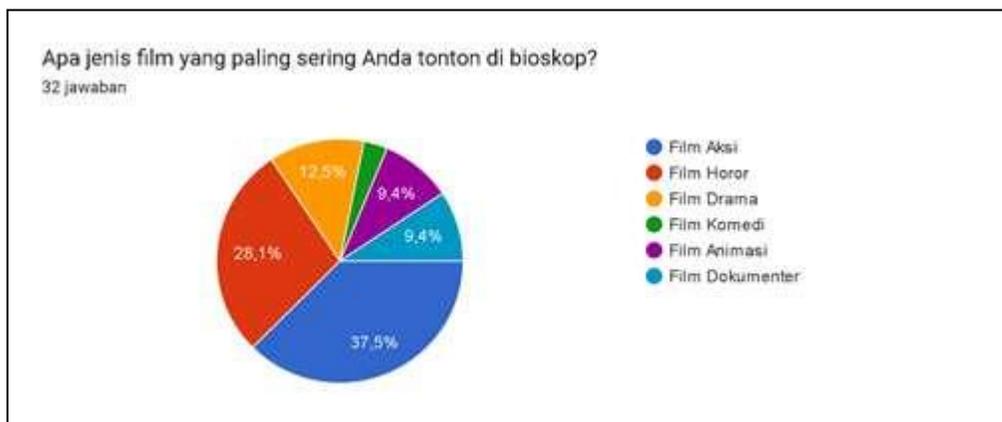
1. Frekuensi dan Preferensi Menonton Film di Bioskop

Penelitian ini melibatkan 32 mahasiswa sebagai responden untuk memahami kebiasaan dan preferensi mereka dalam menonton film di bioskop. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa frekuensi menonton film di bioskop cukup tinggi di kalangan mahasiswa. Dari 31 orang yang menanggapi, sebanyak 90,3% responden melaporkan menonton film di bioskop antara satu hingga dua kali dalam sebulan. Ini menunjukkan bahwa bioskop masih menjadi pilihan utama bagi mahasiswa untuk menikmati film, sebagaimana yang digambarkan pada diagram di bawah ini.



Gambar 3. Diagram frekuensi menonton film di bioskop
(Data kuesioner, 2024)

Dalam hal preferensi jenis film, data menunjukkan variasi yang menarik. Jenis film yang paling banyak ditonton adalah film aksi, dengan 37,5% responden memilih genre ini. Film horor juga cukup populer, dipilih oleh 28,1% responden. Selanjutnya, film drama menjadi pilihan bagi 12,5% responden, menunjukkan minat yang lebih rendah dibandingkan dua genre sebelumnya. Film komedi, meskipun dikenal sebagai genre yang menghibur, hanya menarik 3,1% responden. Menariknya, film animasi dan dokumenter masing-masing dipilih oleh 9,4% responden, menunjukkan bahwa ada segmen mahasiswa yang tertarik pada film dengan elemen visual yang kreatif serta konten yang edukatif, seperti yang data pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Diagram preferensi jenis film yang ditonton di bioskop
(Data kuesioner, 2024)

Preferensi ini mencerminkan minat mahasiswa yang beragam terhadap berbagai jenis cerita dan pengalaman visual yang ditawarkan oleh film. Hal ini juga menunjukkan bahwa bioskop berfungsi sebagai ruang di mana mahasiswa dapat mengeksplorasi berbagai tema dan genre, yang pada gilirannya memperkaya pengalaman dan pemahaman mereka tentang dunia melalui media sinema. Preferensi genre film yang bervariasi ini menunjukkan adanya keinginan di kalangan mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman menonton yang berbeda-beda. Film aksi yang menempati urutan teratas dengan 37,5% pemirsa mencerminkan minat pada adegan-adegan penuh aksi dan ketegangan yang memacu adrenalin. Mahasiswa tampaknya mencari pengalaman yang mendebarkan dan cerita yang dinamis, yang seringkali ditawarkan oleh film aksi. Sementara itu, popularitas film horor di kalangan 28,1% responden menunjukkan daya tarik terhadap elemen ketakutan dan suspense yang memberikan sensasi emosional yang kuat.

Film drama, meskipun tidak sepopuler film aksi atau horor, tetap menarik perhatian 12,5% responden. Hal ini disebabkan oleh cerita-cerita mendalam dan karakter yang kompleks yang biasanya ditemukan dalam genre ini. Drama sering kali menghadirkan konflik emosional dan situasi kehidupan nyata yang bisa diresonansi dengan pengalaman pribadi mahasiswa, sehingga memberikan mereka refleksi dan pemahaman yang lebih dalam terhadap berbagai aspek kehidupan. Film komedi, dengan hanya 3,1% pemirsa, menunjukkan bahwa meskipun genre ini bertujuan untuk menghibur dan memberikan tawa, tidak semua mahasiswa tertarik pada humor yang ditawarkan. Kemungkinan lain adalah bahwa mahasiswa lebih memilih menonton film komedi melalui platform streaming atau televisi, daripada pergi ke bioskop. Namun, film animasi dan dokumenter, masing-masing dipilih oleh 9,4% responden, menunjukkan bahwa ada kelompok mahasiswa yang menghargai kreativitas visual serta konten yang informatif dan mendidik. Film animasi menawarkan visual yang unik dan menarik, sedangkan film dokumenter memberikan wawasan mendalam tentang topik tertentu yang bisa memperkaya pengetahuan mereka.

Audiens memilih media tertentu berdasarkan kebutuhan dan gratifikasi yang mereka cari. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa memilih menonton film aksi dan horor karena genre tersebut menawarkan hiburan dan pelepasan emosi yang intens, memenuhi kebutuhan mereka akan sensasi dan petualangan (Martin, 2019). Film aksi memberikan adegan penuh aksi dan ketegangan yang dapat

memicu adrenalin, sementara film horor memberikan sensasi ketakutan dan suspense yang dapat mengatasi rasa bosan dan memberikan hiburan yang berbeda.

Lebih lanjut, preferensi terhadap film drama, meskipun tidak sebesar dua genre sebelumnya, dapat dijelaskan melalui teori Emotional Contagion (Hatfield dkk., 2018), yang menyatakan bahwa emosi yang ditampilkan dalam media dapat mempengaruhi emosi penonton. Mahasiswa yang menonton film drama mungkin mencari pengalaman emosional yang lebih dalam dan reflektif, yang dapat membantu mereka memahami dan mengolah perasaan mereka sendiri. Film drama sering kali menghadirkan cerita yang kompleks dan karakter yang mendalam, yang dapat membantu penonton dalam mengeksplorasi dan memahami dinamika emosional mereka sendiri.

Popularitas film animasi dan dokumenter di kalangan mahasiswa menunjukkan minat pada konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik. Sejalan dengan pendapat bahwa individu dapat belajar lebih efektif ketika mereka terlibat secara emosional dan kognitif dengan materi yang mereka pelajari (Bandura, 2001). Film animasi, dengan visualnya yang kreatif dan cerita yang menarik, serta film dokumenter, dengan konten informatifnya, dapat memberikan pembelajaran yang lebih mendalam dan bermakna. Diperkuat dengan hasil temuan bahwa film animasi dan dokumenter dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan audiens tentang topik tertentu, karena keduanya menyajikan informasi dalam format yang mudah diakses dan menarik (Ehrlich, 2013).

Uraian data-data dari temuan di atas mengindikasikan bahwa bioskop tetap menjadi medium penting bagi mahasiswa untuk mengeksplorasi berbagai genre film. Frekuensi menonton yang cukup tinggi menunjukkan bahwa pengalaman menonton di bioskop masih dianggap berharga dan memberikan kesan yang berbeda dibandingkan menonton di rumah. Selain itu, preferensi terhadap berbagai genre film menunjukkan keragaman minat dan kebutuhan mahasiswa dalam mencari hiburan dan informasi. Dengan memahami pola-pola ini, bioskop dapat menyesuaikan program film mereka untuk lebih memenuhi kebutuhan dan minat audiens mahasiswa, sehingga terus menjadi tempat yang relevan dan menarik untuk dikunjungi.

2. Pemahaman Literasi Wisata Melalui Pengalaman Menonton Film di Bioskop

Film-film di bioskop memiliki peran signifikan dalam menggambarkan kekayaan budaya lokal, termasuk tradisi, seni, dan kuliner suatu daerah. Penelitian ini menunjukkan bahwa film dapat menjadi

alat yang efektif dalam meningkatkan pemahaman literasi wisata di kalangan mahasiswa. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa sebanyak 43,8% responden menilai pemahaman mereka tentang budaya lokal meningkat dengan sangat baik melalui film-film yang mereka tonton di bioskop. Sementara itu, 37,5% responden menilai pemahaman mereka meningkat dengan baik, dan 18,8% bersikap netral terhadap pengaruh film-film tersebut, seperti yang terlihat pada Gambar 5.

Mahasiswa menggunakan film sebagai media untuk memuaskan rasa ingin tahu mereka dan memperluas wawasan mereka tentang berbagai budaya. Film-film ini mampu menyampaikan nilai-nilai budaya dan tradisi dengan cara yang menarik dan mudah diakses, sehingga meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap kekayaan budaya lokal (Liang dkk., 2023). Dalam konteks ini, film menjadi media yang penting dalam literasi wisata, membantu mahasiswa mengenal dan memahami budaya yang berbeda melalui visualisasi yang mendalam dan cerita yang menggugah.



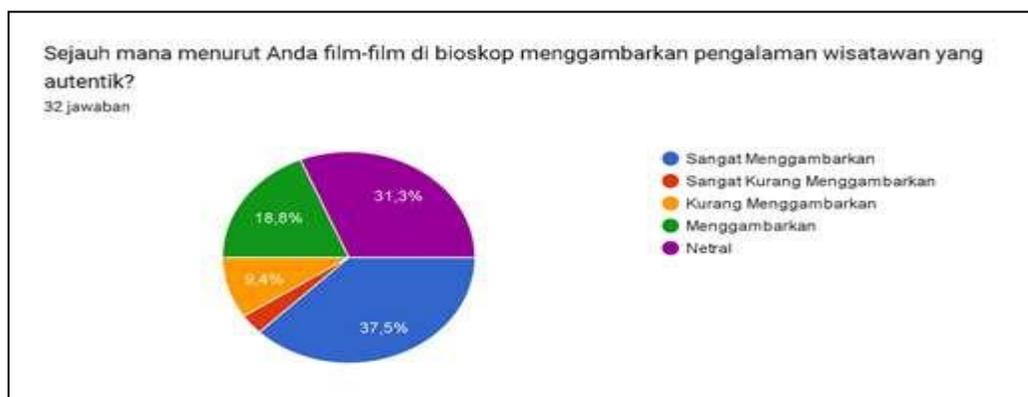
Gambar 5. Diagram penggambaran wisata melalui film (Data kuesioner, 2024)

Pandangan (Connell, 2012b) pengalaman emosional yang kuat yang diperoleh dari menonton film dapat membantu penonton lebih menghargai dan memahami kompleksitas budaya lokal. Film yang menggambarkan tradisi, seni, dan kuliner suatu daerah dapat membangkitkan emosi dan rasa keterhubungan dengan budaya tersebut. Hal ini terutama relevan bagi mahasiswa yang mungkin memiliki keterbatasan dalam mengakses langsung budaya tersebut. Studi menunjukkan bahwa media visual seperti film dapat meningkatkan pemahaman dan retensi informasi, karena penonton terlibat secara emosional dan kognitif dengan materi yang disajikan (Salomon, 2012). Visualisasi tradisi, seni,

dan kuliner melalui film memungkinkan mahasiswa untuk melihat dan memahami aspek-aspek budaya yang mungkin sulit dijelaskan hanya melalui teks atau gambar statis.

Selain itu, film-film di bioskop sering kali berfungsi sebagai jendela yang menawarkan pandangan tentang berbagai destinasi wisata dan pengalaman yang ditawarkan. Dalam penelitian ini, data menunjukkan bahwa 37,5% responden merasa bahwa film-film di bioskop sangat menggambarkan pengalaman wisatawan yang autentik, 31,3% bersikap netral, 18,8% merasa film tersebut menggambarkan pengalaman wisatawan dengan cukup baik, 9,4% merasa kurang menggambarkan, dan 3,1% merasa sangat kurang menggambarkan pengalaman tersebut. Temuan ini menunjukkan adanya variasi dalam persepsi penonton tentang seberapa baik film-film tersebut mencerminkan realitas wisata, seperti pada Gambar 6.

Mahasiswa memilih menonton film yang menggambarkan budaya lokal karena memenuhi kebutuhan mereka akan pengetahuan dan pengalaman baru. Film-film ini tidak hanya menawarkan hiburan, tetapi juga menyediakan informasi yang berharga tentang tradisi, seni, dan kuliner suatu daerah, yang mungkin tidak mereka ketahui sebelumnya. Mahasiswa menggunakan film sebagai media untuk memuaskan rasa ingin tahu mereka dan memperluas wawasan mereka tentang berbagai budaya.



Gambar 6. Penggambaran wisatawan yang autentik melalui pengalaman menonton film di bioskop (Data kuesioner, 2024).

Visualisasi tradisi, seni, dan kuliner melalui film memungkinkan mahasiswa untuk melihat dan memahami aspek-aspek budaya yang mungkin sulit dijelaskan hanya melalui teks atau gambar statis. Film dapat berfungsi sebagai jendela ke dunia lain, memungkinkan mahasiswa untuk mengeksplorasi dan memahami budaya yang berbeda dengan cara yang menyenangkan dan mendalam. Dengan

meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap budaya lokal, film-film ini berkontribusi pada literasi wisata yang lebih baik dan memperkaya pengalaman edukatif mahasiswa (Ruby, 2000).

Film-film di bioskop juga mampu menyampaikan nilai-nilai budaya dan tradisi dengan cara yang menarik dan mudah diakses, sehingga meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap kekayaan budaya lokal. Dalam konteks ini, film menjadi media yang penting dalam literasi wisata, membantu mahasiswa mengenal dan memahami budaya yang berbeda melalui visualisasi yang mendalam dan cerita yang menggugah. Film dapat mempengaruhi penonton dan memperkuat pemahaman mereka tentang budaya lokal. Film yang menggambarkan tradisi, seni, dan kuliner suatu daerah dapat membangkitkan emosi dan rasa keterhubungan dengan budaya tersebut. Hal ini terutama relevan bagi mahasiswa yang mungkin memiliki keterbatasan dalam mengakses langsung budaya tersebut.

Di sisi lain, film-film di bioskop memiliki potensi besar untuk menceritakan sejarah dan warisan budaya suatu destinasi wisata. Berdasarkan data penelitian ini, 40,6% responden merasa bahwa film-film di bioskop menceritakan sejarah dan warisan budaya suatu destinasi dengan sangat baik atau baik. Sementara itu, 12,5% merasa kurang baik, dan 6,3% bersikap netral. Hasil ini menunjukkan bahwa film memiliki peran penting dalam menyampaikan cerita budaya, meskipun tidak semua penonton merasakan dampak yang sama. Dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Penggambaran film bioskop dalam menceritakan wisata
(Data kuesioner, 2024)

Ketika menonton dan terlibat secara mendalam dalam narasi film, mereka lebih mungkin untuk menerima dan menyerap informasi yang disampaikan. Film yang menceritakan sejarah dan warisan budaya suatu destinasi dapat membawa penonton pada pengalaman yang mendalam dan menyentuh emosi, membuat cerita lebih mudah diingat dan dipahami (Tan, 2018). Hal ini membantu menjelaskan mengapa sebagian besar responden merasa bahwa film-film tersebut menceritakan sejarah dan budaya dengan baik. Pendapat (Sommer, 2022), film dapat menciptakan *landscapes of the mind*, di mana penonton mengembangkan gambaran mental tentang suatu destinasi berdasarkan apa yang mereka lihat di layar. Ini bisa sangat efektif dalam menggambarkan sejarah dan warisan budaya karena film mampu menyajikan visualisasi yang kuat dan detail naratif yang hidup. Gambaran mental ini dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut dan memperkuat pengalaman mereka saat berada di sana. Sementara itu, teori Cultural Memory (Assmann, 2015) menekankan pentingnya media dalam menjaga dan menyampaikan memori kolektif. Film dapat berfungsi sebagai alat untuk menjaga dan menyebarkan sejarah dan warisan budaya suatu destinasi, memastikan bahwa pengetahuan ini tetap hidup dan relevan bagi generasi yang lebih muda. Dengan menonton film yang menceritakan sejarah dan budaya, penonton berpartisipasi dalam proses pemeliharaan memori kolektif ini.

Selanjutnya, film-film di bioskop juga memiliki potensi besar untuk membangun kesadaran tentang pentingnya pelestarian dan perlindungan destinasi wisata bersejarah. Berdasarkan data penelitian ini, 28,1% responden merasa bahwa film-film di bioskop sangat membangun kesadaran, 53,1% merasa membangun kesadaran, sementara 18,8% merasa kurang membangun kesadaran. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas penonton merasakan dampak positif dari film dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga destinasi wisata bersejarah. Dari sudut pandang teori Narrative Impact (Igartua & Barrios, 2012), narasi yang kuat dalam film dapat mempengaruhi sikap dan perilaku penonton. Ketika sebuah film menggambarkan pentingnya pelestarian dan perlindungan situs bersejarah melalui cerita yang menggugah dan karakter yang dapat diidentifikasi, penonton lebih mungkin untuk terinspirasi dan termotivasi untuk mendukung upaya pelestarian. Film mampu menghidupkan sejarah dan menunjukkan konsekuensi dari kerusakan atau pengabaian situs bersejarah, sehingga membangun kesadaran yang lebih dalam di kalangan penonton.

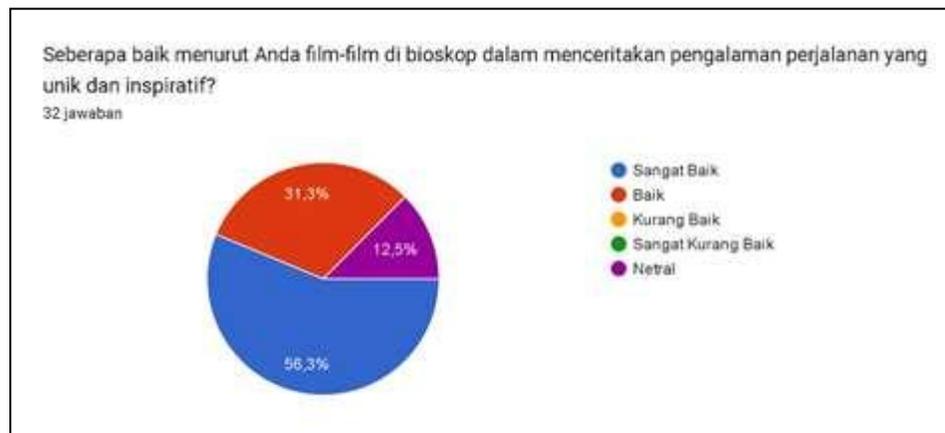


Gambar 8. Penggambaran membangun kesadaran melalui pengalaman menonton (Data kuesioner, 2024)

Temuan penelitian (Lee dkk., 2023) mendukung temuan ini seperti pada Gambar 8, dengan menunjukkan bahwa media visual, termasuk film, memiliki kekuatan untuk mempengaruhi persepsi dan sikap terhadap konservasi lingkungan. Representasi visual dalam film dapat memperlihatkan keindahan dan nilai penting dari destinasi bersejarah, serta ancaman yang dihadapinya. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran penonton tentang perlunya perlindungan dan pelestarian, serta mendorong tindakan nyata dalam mendukung upaya konservasi. Visualisasi yang kuat dalam film dapat memperlihatkan dampak nyata dari pengabaian dan kerusakan situs bersejarah, sehingga membangkitkan emosi dan empati penonton. Ini bisa menjadi alat yang sangat efektif dalam mengedukasi dan menginspirasi penonton untuk mengambil tindakan dalam mendukung pelestarian. Pada penelitian ini sebagian besar responden merasa bahwa film mampu meningkatkan kesadaran mereka tentang isu-isu ini, menunjukkan pentingnya media visual dalam pendidikan dan advokasi pelestarian. Penelitian dan teori yang ada mendukung pandangan ini, menekankan bahwa film memiliki kemampuan unik untuk mengomunikasikan pesan-pesan pelestarian dengan cara yang menarik dan mempengaruhi.

Hal lainnya tentang literasi wisata melalui sinema adalah, film-film di bioskop memiliki kekuatan untuk membawa penonton dalam perjalanan yang tidak hanya menghibur tetapi juga inspiratif. Berdasarkan data penelitian ini, 56,3% responden merasa bahwa film-film di bioskop

menceritakan pengalaman perjalanan dengan sangat baik, 31,3% merasa baik, sementara 12,5% bersikap netral.



Gambar 9. Diagram film di bioskop memberikan cerita pengalaman perjalanan yang unik dan autentik (Data kuesioner, 2024)

Hasil penelitian pada Gambar 9 menunjukkan bahwa mayoritas penonton merasakan dampak positif dari film dalam menggambarkan perjalanan yang unik dan menginspirasi. Dari sudut pandang teori Narrative Transportation (Green, 2021) mengemukakan bahwa ketika penonton tenggelam dalam narasi film, mereka cenderung lebih terlibat secara emosional dan kognitif. Film yang menggambarkan pengalaman perjalanan dengan cara yang mendetail dan mengesankan dapat membawa penonton pada pengalaman vicarious yang mendalam. Ini memungkinkan mereka untuk merasakan sensasi dan petualangan perjalanan seolah-olah mereka sendiri yang mengalaminya, yang pada gilirannya dapat menginspirasi mereka untuk melakukan perjalanan serupa. Representasi visual dari destinasi wisata dan pengalaman unik yang disajikan dalam film dapat membangkitkan keinginan penonton untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut. Penggambaran yang kuat dan inspiratif dalam film dapat memperkuat niat untuk bepergian dan mengeksplorasi dunia, serta menginspirasi penonton untuk mencari pengalaman perjalanan yang serupa (Oviedo-García dkk., 2016).

Film yang menggambarkan pengalaman perjalanan yang unik dan inspiratif dapat membantu penonton membangun makna dan identitas yang terkait dengan petualangan dan eksplorasi. Pengalaman visual dan naratif dalam film dapat memperkaya cara penonton memandang diri mereka

sebagai individu yang berani dan petualang, serta mendorong mereka untuk mencari pengalaman yang memperkaya hidup.

3. Pemahaman Literasi Spasial

Kualitas produksi dalam film, khususnya sinematografi dan efek visual, memiliki peran penting dalam mempengaruhi pemahaman penonton tentang destinasi wisata (informasi spasial wisata). Berdasarkan data penelitian ini, 59,4% responden merasa bahwa kualitas produksi sangat penting, 31,3% merasa penting, dan 9,4% bersikap netral. Temuan ini menyoroti betapa krusialnya elemen-elemen visual dalam film dalam membentuk persepsi dan pemahaman penonton terhadap suatu destinasi wisata sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 10.



Gambar 10. Efek film terhadap pemahaman informasi spasial
(Data kuesioner, 2024)

Sinematografi yang indah dan efek visual yang memukau dapat meningkatkan daya tarik visual dan menjadi media literasi spasial suatu destinasi, membuat penonton lebih terkesan dan terinspirasi untuk mengunjungi tempat tersebut. Visual yang kuat dalam film mampu menciptakan gambaran yang mendalam dan memikat tentang lokasi wisata, sehingga penonton dapat merasakan keindahan dan keunikan tempat itu meskipun hanya melalui layar. Pendapat (Balliett, 2020), elemen visual yang berkualitas tinggi dalam film dapat memperkuat imersi penonton dan membuat mereka merasa lebih terhubung dengan cerita dan setting. Ketika penonton merasa terlibat secara emosional dengan visualisasi destinasi wisata, mereka lebih mungkin untuk mengembangkan minat yang lebih dalam dan

berkelanjutan terhadap tempat tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa sinematografi dan efek visual yang baik tidak hanya meningkatkan nilai estetika film, tetapi juga mempengaruhi keinginan penonton untuk mengalami destinasi secara langsung.

Selain itu, film-film di bioskop memiliki potensi yang signifikan untuk memperluas pemahaman penonton tentang keberagaman budaya di seluruh dunia (distribusi spasial). Berdasarkan data penelitian ini, 74,2% responden setuju bahwa film-film di bioskop mampu melakukan ini, 19,4% sangat setuju, sementara hanya 3,2% yang sangat tidak setuju atau netral. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas penonton merasakan dampak positif dari film dalam meningkatkan pemahaman mereka tentang berbagai budaya, sebagaimana terlihat pada Gambar 11.



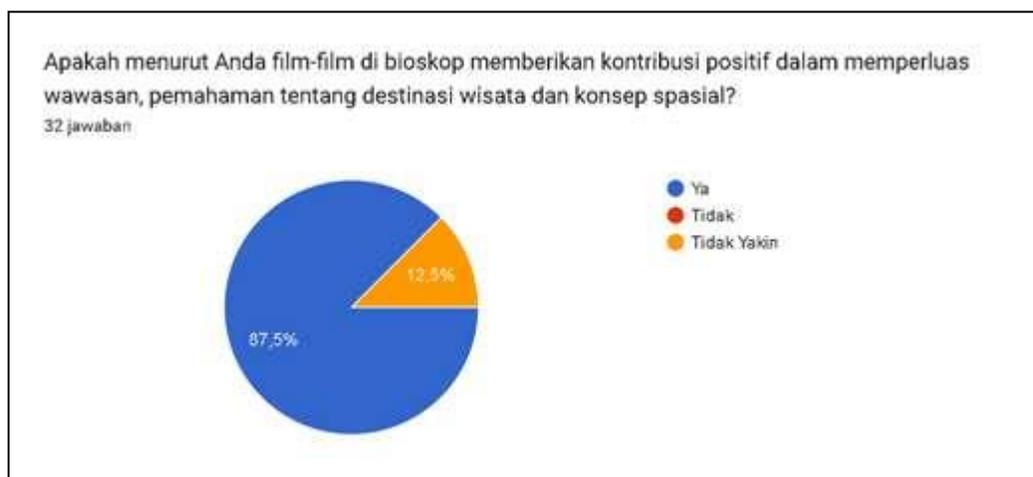
Gambar 11. Film mampu memberikan informasi distribusi spasial wisata (Data kuesioner, 2024)

Film sebagai media visual mampu menyampaikan narasi budaya yang kaya dan mendetail, yang dapat membantu penonton memahami kompleksitas dan keunikan berbagai budaya di seluruh dunia. Ketika film menggambarkan kehidupan sehari-hari, tradisi, dan nilai-nilai budaya dengan cara yang autentik dan mendalam, penonton dapat merasakan dan memahami perspektif budaya yang berbeda, sehingga memperluas wawasan mereka tentang keberagaman budaya.

Teori *Cultural Transmission* (Mchitarjan & Reisenzein, 2014) menekankan bahwa media, termasuk film, berfungsi sebagai alat penting dalam menyebarkan dan mempertukarkan pengetahuan budaya. Film dapat berfungsi sebagai jendela ke dunia lain, memberikan penonton akses ke

pengalaman dan cerita dari berbagai komunitas budaya yang mungkin tidak mereka alami secara langsung. Melalui representasi visual dan naratif, film mampu menjembatani kesenjangan budaya dan memperkuat pemahaman lintas budaya. Film yang menggambarkan budaya dengan cara yang positif dan menghormati dapat mengurangi stereotip dan prasangka, serta mendorong penonton untuk lebih terbuka dan menghargai keberagaman budaya. Dengan menampilkan cerita-cerita yang menggugah dan manusiawi, film dapat mempromosikan pemahaman yang lebih dalam tentang budaya lain.

Film-film di bioskop juga dianggap memperluas wawasan dan pemahaman penonton tentang destinasi wisata serta konsep spasial. Berdasarkan data penelitian ini, 87,5% responden setuju bahwa film-film tersebut memberikan kontribusi positif, sementara 12,5% tidak yakin. Mayoritas yang signifikan ini menunjukkan bahwa film memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan memperkaya pengetahuan penonton tentang tempat-tempat wisata dan dinamika spasial. Film dapat menyajikan visualisasi yang kuat dari pemandangan alam, budaya lokal, dan arsitektur yang unik, sehingga meningkatkan daya tarik dan minat penonton terhadap destinasi tersebut. Visualisasi yang dihadirkan dalam film mampu memberikan gambaran yang hidup dan detail, yang sulit didapatkan hanya melalui teks atau gambar statis.



Gambar 12. Kesan film di bioskop memperluas wawasan wisata dan spasial (Data kuesioner, 2024)

Temuan pada Gambar 12 mengkonfirmasi penelitian oleh (Kim, 2012) menyoroti bahwa film dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman penonton tentang destinasi wisata dengan cara

yang menghibur dan mendidik. Film yang menggambarkan destinasi dengan cara yang autentik dan menarik dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang sejarah, budaya, dan geografi tempat tersebut. Ini dapat memperkaya pengalaman visual dan intelektual penonton, membuat mereka lebih memahami dan menghargai keberagaman dan keunikan destinasi wisata. Dari perspektif teori Social Learning yang dikemukakan (Bandura, 2001), penonton dapat belajar tentang destinasi wisata dan konsep spasial melalui observasi dan identifikasi. Film yang menampilkan interaksi manusia dengan lingkungan dan penjelajahan tempat-tempat baru dapat menjadi sumber pembelajaran yang berharga. Melalui proses observasi, penonton dapat memahami cara-cara berinteraksi dengan ruang dan tempat, serta mengapresiasi keindahan dan kompleksitas suatu destinasi wisata.

SIMPULAN

Dari data frekuensi menonton yang cukup tinggi, dapat disimpulkan bahwa pengalaman menonton di bioskop masih dianggap berharga dan memberikan kesan yang berbeda dibandingkan menonton di rumah, dan itu terlihat juga pada keragaman minat dan kebutuhan dalam mencari hiburan dan informasi melalui preferensi terhadap berbagai genre film yang ditonton mahasiswa. Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, kualitas produksi dalam film, khususnya sinematografi dan efek visual, memiliki peran penting dalam mempengaruhi pemahaman penonton tentang destinasi wisata (informasi spasial wisata), dan juga film-film di bioskop memiliki potensi yang signifikan untuk memperluas pemahaman penonton tentang keberagaman budaya di seluruh dunia (distribusi spasial wisata).

Hal di atas dikuatkan dengan tanggapan responden, 87,5% responden setuju bahwa film-film tersebut memberikan kontribusi positif, sementara 12,5% tidak yakin. Mayoritas yang signifikan ini menyimpulkan bahwa film memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan memperkaya pengetahuan penonton tentang tempat-tempat wisata dan dinamika spasial. Penelitian ini juga mengkonfirmasi sekaligus menguatkan temuan dan teori pada penelitian sebelumnya, bahwa film dapat berfungsi sebagai alat edukatif yang kuat, terutama bagi generasi muda. Film-film ini mampu menyampaikan nilai-nilai budaya dan tradisi dengan cara yang menarik dan mudah diakses, sehingga meningkatkan literasi wisata dan spasial mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ang, I. (2006). *Desperately seeking the audience*. Routledge.
- Ashley, C., De Brine, P., Lehr, A., & Wilde, H. (2007). *The role of the tourism sector in expanding economic opportunity*. John F. Kennedy School of Government, Harvard University Cambridge, MA.
- Assmann, A. (2015). Theories of cultural memory and the concept of 'afterlife.' In *Afterlife of events: Perspectives on mnemohistory* (pp. 79–94). Springer.
- Balabantaray, S. R. (2022). Impact of Indian cinema on culture and creation of world view among youth: A sociological analysis of Bollywood movies. *Journal of Public Affairs*, 22(2), e2405.
- Balliett, A. (2020). *Killer visual strategies: Engage any audience, improve comprehension, and get amazing results using visual communication*. John Wiley & Sons.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1–26.
- Chen, Q.-P., Wu, J.-J., & Ruan, W.-Q. (2021). What fascinates you? Structural dimension and element analysis of sensory impressions of tourist destinations created by animated works. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(9), 1038–1054.
- Connell, J. (2012a). Film tourism—Evolution, progress and prospects. *Tourism Management*, 33(5), 1007–1029.
- Connell, J. (2012b). Film tourism—Evolution, progress and prospects. *Tourism Management*, 33(5), 1007–1029.
- Ehrlich, N. (2013). Animated documentaries: Aesthetics, politics and viewer engagement. In *Pervasive Animation* (pp. 248–271). Routledge.
- Green, M. C. (2021). Transportation into narrative worlds. *Entertainment-Education behind the Scenes: Case Studies for Theory and Practice*, 87–101.
- Hao, X., & Ryan, C. (2013). Interpretation, film language and tourist destinations: A case study of Hibiscus Town, China. *Annals of Tourism Research*, 42, 334–358.

- Hatfield, E., Rapson, R. L., & Narine, V. (2018). Emotional contagion in organizations: Cross-cultural perspectives. In *Individual, relational, and contextual dynamics of emotions* (Vol. 14, pp. 245–258). Emerald Publishing Limited.
- Hjort, M., & Nannicelli, T. (2022). *A Companion to Motion Pictures and Public Value*. John Wiley & Sons.
- Igartua, J.-J., & Barrios, I. (2012). Changing real-world beliefs with controversial movies: Processes and mechanisms of narrative persuasion. *Journal of Communication*, 62(3), 514–531.
- Jahn, M. (2003). A guide to narratological film analysis. *Poems, Plays, and Prose: A Guide to the Theory of Literary Genres*, 2.
- Khan, N., Hassan, A. U., Fahad, S., & Naushad, M. (2020). Factors affecting tourism industry and its impacts on global economy of the world. *Available at SSRN 3559353*.
- Kim, S. (2012). Audience involvement and film tourism experiences: Emotional places, emotional experiences. *Tourism Management*, 33(2), 387–396.
- Lee, M. S. T., Chin, K. L., H'ng, P. S., Mariapan, M., Ooi, S. Y., Gandaseca, S., & Maminski, M. (2023). The role of forest and environmental conservation film in creating nature connectedness and pro-environmental behaviour. *Quarterly Review of Film and Video*, 40(2), 187–214.
- Liang, B., Hashim, H., & Ahmad, A. L. (2023). The dynamic role of visual arts in Malaysian Chinese films: A study of cultural representation and knowledge transfer within film culture. *Arts Educa*, 37.
- Martin, G. N. (2019). (Why) do you like scary movies? A review of the empirical research on psychological responses to horror films. *Frontiers in Psychology*, 10, 2298.
- Mchitarjan, I., & Reizenzein, R. (2014). Towards a theory of cultural transmission in minorities. *Ethnicities*, 14(2), 181–207.
- Merrington, P., Hanchard, M., & Wessels, B. (2021). Inequalities in regional film exhibition: Policy, place and audiences. *Journal of British Cinema and Television*, 18(2), 198–222.
- Mills, K. A., & Comber, B. (2013). Space, place, and power: The spatial turn in literacy research. *International Handbook of Research on Children's Literacy, Learning, and Culture*, 412–423.

- Mitric, P. (2022). How does film education increase the economic and social impact of European arthouse cinema? the case of the danish initiative Med Skolen i Biografen/School Cinema. *Studies in European Cinema*, 1–16.
- Mukhid, A. (2021). *Metodologi penelitian pendekatan kuantitatif*. Jakad Media Publishing.
- Oviedo-García, M. Á., Castellanos-Verdugo, M., Trujillo-García, M. A., & Mallya, T. (2016). Film-induced tourist motivations. The case of Seville (Spain). *Current Issues in Tourism*, 19(7), 713–733.
- Pane, M. M., & Patriana, R. (2016). The significance of environmental contents in character education for quality of life. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 222, 244–252.
- Ruby, J. (2000). *Picturing culture: Explorations of film and anthropology*. University of Chicago Press.
- Salomon, G. (2012). *Interaction of media, cognition, and learning: An exploration of how symbolic forms cultivate mental skills and affect knowledge acquisition*. Routledge.
- Sommer, P. (2022). Place in film: Landscapes as more than setting. *English in Australia*, 57(2), 41–52.
- Tan, E. S. (2018). A psychology of the film. *Palgrave Communications*, 4(1).
- Thompson, K., Bordwell, D., & Smith, J. (2003). *Film history: An introduction* (Vol. 205). McGraw-Hill Boston.