



Eksplorasi Teknik Pengambilan Gambar dalam Film untuk Menghadirkan Aroma pada Visual

Exploring in-Film Shooting Techniques to Bring Scents to Visuals

Beto Maharsidik

Penciptaan dan Pengkajian Seni, Pascasarjana Institut Seni dan Budaya Indonesia (ISBI)
Bandung, Indonesia

Abstrak

Eksplorasi teknik pengambilan gambar dalam film memiliki potensi untuk menghadirkan pengalaman sensorik yang kaya, termasuk memicu indra penciuman melalui visual. Artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis teknik sinematik yang dapat menciptakan ilusi aroma dalam film, khususnya melalui penerapan *sensory shots*. Teknik ini melibatkan pemanfaatan komposisi *close-up* untuk menonjolkan detail-detail halus seperti uap yang mengepul, permainan cahaya untuk mempertegas tekstur dan kesegaran objek, serta pergerakan kamera yang lambat dan mendekat ke arah objek untuk memperkuat impresi kehadiran aroma, seolah-olah penonton sedang mendekat untuk mencium langsung. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan analisis tekstual, studi ini meninjau sejumlah film bertema kuliner, di antaranya *Tabula Rasa* (2014) dan *Little Forest* (2018), guna mengamati cara-cara visual tertentu dalam menghadirkan kesan aroma di layar. Selain dalam genre kuliner, teknik ini juga memiliki potensi besar untuk diterapkan dalam genre thriller atau horor, misalnya untuk membangun atmosfer ketegangan atau rasa jijik melalui penekanan pada tekstur, cairan, dan detail visual lainnya yang memancing reaksi sensorik penonton. Artikel ini mengeksplorasi strategi sinematik dalam mengomunikasikan rasa dan aroma melalui medium visual, sehingga menciptakan pengalaman sinematik yang lebih kaya dan imersif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang teknik sinematik sebagai medium komunikasi sensorik lintas genre, khususnya dalam film kuliner dan genre lain yang mengandalkan intensitas pengalaman inderawi.

Kata Kunci: Pengambilan Gambar; *Sensory Shots*; Film Kuliner; Aroma Visual; Sinematik

Abstract

The exploration of shooting techniques in film has the potential to deliver a rich sensory experience, including triggering the sense of smell through visuals. This article aims to identify and analyze cinematic techniques that can create the illusion of scent in film, specifically through the application of *sensory shots*. This technique involves the use of *close-up compositions* to highlight subtle details such as steaming steam, the play of light to emphasize the texture and freshness of the object, and the slow movement of the camera and the movement of the camera closer towards the object to reinforce the impression of the presence of scent, as if the viewer is approaching to kiss directly. Using qualitative methods and textual analysis approaches, this study reviewed a number of culinary-themed films, including *Tabula Rasa* (2014) and *Little Forest* (2018), to observe certain visual ways of presenting the impression of aroma on the screen. In addition to the culinary genre, this technique also has great potential to be applied in the thriller or horror genre, for example, to build an atmosphere of tension or disgust through an emphasis on textures, liquids, and other visual details that provoke the audience's sensory reactions. This article explores cinematic strategies for communicating taste and scent through visual media, thereby creating a richer and more immersive cinematic experience. The results of this study are expected to expand the understanding of cinematic techniques as a medium of sensory communication across genres, especially in culinary films and other genres that rely on the intensity of sensory experiences.

Keywords: Cinematography; *Sensory Shots*; Culinary Film; Visual Aroma; Cinematic Techniques

How to cite: Maharsidik, B., (2025), Eksplorasi Teknik Pengambilan Gambar Dalam Film Untuk Menghadirkan Aroma Pada Visual, *Jurnal Pendidikan dan Penciptaan Seni*, 5(2): 204-213

*E-mail: maharsidikbeto@gmail.com

ISSN 2776-9801 (Online)

PENDAHULUAN

Sinematik adalah medium yang memiliki kekuatan luar biasa untuk menyampaikan pengalaman manusia melalui gambar dan suara. Film, dengan segala kompleksitas teknis dan estetisnya, tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk merangsang emosi, pemikiran, dan bahkan indera (Eleftheriotis, 2010). Salah satu tantangan terbesar dalam pembuatan film adalah bagaimana menghadirkan pengalaman sensorik yang kaya, terutama pengalaman yang melibatkan indra selain penglihatan dan pendengaran. Salah satu aspek sensorik yang seringkali terabaikan dalam produksi film adalah indra penciuman. Meskipun aroma merupakan elemen yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, media film selama ini lebih banyak berfokus pada aspek visual dan auditori. Namun, seiring dengan perkembangan sinema dan inovasi dalam teknik pengambilan gambar, banyak sutradara mulai mengeksplorasi cara untuk menghadirkan pengalaman sensorik yang lebih luas, termasuk membangkitkan persepsi aroma melalui visual (Doty, 1977).

Dalam genre film kuliner, fenomena ini menjadi semakin relevan. Film kuliner bukan hanya menyajikan makanan sebagai objek visual, tetapi sering kali menyelami kedalaman emosi dan hubungan yang terjalin melalui makanan (Göktaş, 2024). Makanan dalam film kuliner bukan sekadar objek yang terlihat, tetapi juga bisa memicu ingatan, kenangan, dan perasaan yang mendalam. Oleh karena itu, bagaimana cara visual berfungsi untuk menggambarkan aroma, yang merupakan elemen vital dari pengalaman kuliner, menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi pembuat film (Adiprabowo & Sanofi, 2023). Teknik pengambilan gambar yang tepat dapat menciptakan ilusi aroma yang mengundang imajinasi penonton, bahkan tanpa mereka harus benar-benar mencium bau tersebut. Hal ini membuka peluang untuk menciptakan pengalaman sinematik yang lebih imersif dan mendalam (Visch et al., 2010).

Selain pada genre film kuliner, teknik pengambilan gambar serupa juga biasanya ditemukan pada genre film thriller. Meskipun konteksnya berbeda, tujuan penggunaannya tetap sama: menciptakan ilusi aroma untuk membangkitkan imajinasi penonton secara intens. Jika dalam film kuliner aroma menggugah selera dan rasa nyaman, maka dalam film thriller aroma divisualisasikan untuk memicu ketegangan, rasa takut, atau bahkan jijik—keduanya sama-sama memanfaatkan kekuatan visual untuk menjangkau indera yang tidak tampak di layar (Sentosa & Alfathoni, 2024).

Dalam konteks ini, artikel ini bertujuan untuk menggali teknik-teknik pengambilan gambar yang dapat digunakan untuk menghadirkan aroma melalui visual. Salah satu metode yang dapat dilakukan adalah melalui penggunaan *sensory shots*, yaitu pengambilan gambar yang berfokus pada detail-detail halus seperti tekstur makanan, permainan cahaya, komposisi *close-up*, serta pergerakan kamera yang dinamis. Teknik-teknik ini bertujuan untuk merangsang imajinasi penonton dengan cara menghadirkan aspek visual yang dapat memunculkan persepsi indera penciuman mereka. Seiring dengan hal tersebut, fenomena ini semakin menarik perhatian akademisi dan profesional industri film yang berfokus pada pengembangan bahasa sinematik yang lebih multisensori.

State of the arts dalam studi tentang teknik pengambilan gambar dan sinema multisensori telah banyak mencakup konsep-konsep terkait efek visual dan peran indera dalam menciptakan pengalaman menonton yang lebih mendalam (Antunes & Grabowski, 2016). Namun, hingga kini, studi mengenai hubungan antara aroma dan visual dalam film, khususnya dalam genre kuliner, masih terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada aspek suara, tekstur, dan pencahayaan dalam film, namun belum banyak yang mengeksplorasi peran aroma dalam membentuk pengalaman film (Garwood, 2015), terutama dalam kaitannya dengan teknik pengambilan gambar. Beberapa penelitian terkini mengenai *cinematic realism* dan sensorial *engagement* menyentuh topik ini secara sekilas, namun tidak secara mendalam mengulas bagaimana teknik sinematik bisa digunakan untuk menyampaikan pengalaman olfaktori (penciuman) melalui visual (Spence, 2020).

Alasan penting mengapa artikel ini perlu ditulis adalah untuk memperkaya pemahaman tentang teknik sinematik dalam menciptakan pengalaman sensorik yang lebih holistik. Melalui eksplorasi ini, artikel ini bertujuan untuk memberikan wawasan baru bagi pembuat film, peneliti, dan pengamat industri film tentang bagaimana menggunakan teknik pengambilan gambar untuk menghadirkan elemen yang seringkali diabaikan dalam pengalaman menonton, yakni aroma.

Dengan begitu, artikel ini tidak hanya akan memperluas cakupan studi tentang film kuliner, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori sinematik dalam konteks multisensori.

Selain itu, artikel ini diharapkan dapat memberi perspektif baru dalam memahami hubungan antara visual dan indera lainnya dalam produksi film. Dengan fokus pada pengambilan gambar yang menggugah indra penciuman, penelitian ini berpotensi memberikan landasan bagi pengembangan film-film yang tidak hanya menarik secara visual dan auditori, tetapi juga secara sensorik, menciptakan pengalaman yang lebih imersif bagi penonton. Teknik yang diulas dalam artikel ini dapat menjadi inovasi penting bagi para sutradara dan tim produksi yang ingin menggali potensi maksimal dari medium film dalam menyampaikan nuansa yang lebih kompleks dan mendalam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis tekstual untuk mengidentifikasi dan menganalisis teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam film kuliner dalam menghadirkan kesan aroma melalui visual (Anggito & Setiawan, 2018; Dwiyanto, 2002; Rukin, 2019). Penelitian kualitatif adalah pendekatan multidisipliner yang digunakan untuk menafsirkan fenomena dalam konteksnya melalui penggunaan metode seperti wawancara dan analisis teks visual (Denzin & Lincoln, 2011). Pendekatan ini dipilih karena sifat penelitian yang fokus pada interpretasi makna dan eksplorasi strategi sinematik dari teks visual.

Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali bagaimana elemen-elemen visual dalam film dapat dimaknai sebagai medium komunikasi sensorik, khususnya untuk menyampaikan persepsi aroma (Anggito & Setiawan, 2018). Adapun langkah-langkah penelitian ini dijabarkan secara sistematis berikut.

Langkah pertama adalah penentuan sampel film. Film-film yang dipilih untuk dianalisis merupakan film kuliner yang secara eksplisit menggunakan visual untuk menonjolkan makanan sebagai pusat narasi, seperti *Chef (2014)*, *Tabula Rasa (2014)*, *Ratatouille (2007)*, serta film-film Asia seperti *Little Forest (2018)* dan *Aruna dan Lidahnya (2018)*. Pemilihan film ini dilakukan dengan mempertimbangkan popularitasnya dalam genre kuliner dan bagaimana film tersebut sering disebut sebagai representasi kuat dari makanan dan pengalaman sensorik. Sampel dipilih secara purposive untuk memastikan relevansi dengan fokus penelitian, yakni teknik pengambilan gambar untuk menciptakan pengalaman aroma visual (Rai & Thapa, 2015).

Langkah kedua adalah pengumpulan data visual. Pada tahap ini, dilakukan pengamatan terhadap setiap adegan dalam film yang menonjolkan makanan. Adegan-adegan tersebut kemudian diidentifikasi berdasarkan elemen visual yang relevan, seperti *close-up* makanan, permainan pencahayaan, penggunaan warna, tekstur, pergerakan kamera, dan fokus pada detail tertentu. Peneliti mencatat secara sistematis setiap momen di mana elemen-elemen ini digunakan untuk menggambarkan makanan dengan cara yang dapat merangsang persepsi aroma. Dokumentasi ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak video editing untuk mempermudah analisis *frame-by-frame* (Bell, 2010).

Langkah ketiga adalah analisis elemen visual. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan semiotik dan teori sinematik (Ali, 2012). Pada tahap ini, peneliti mengevaluasi bagaimana elemen visual dalam adegan makanan dikomposisikan untuk menghadirkan sensasi aroma. Misalnya, *close-up* makanan yang menampilkan tekstur halus, seperti lelehan keju atau kepulan uap dari sup panas, dianalisis untuk memahami bagaimana visual tersebut dapat menciptakan ilusi aroma. Selain itu, pergerakan kamera yang perlahan mendekati makanan atau penggunaan pencahayaan hangat untuk menonjolkan kelezatan makanan juga menjadi fokus analisis. Teori semiotik digunakan untuk memahami makna di balik tanda-tanda visual ini, sementara teori sinematik membantu mengeksplorasi bagaimana aspek teknis seperti *framing*, fokus, dan pergerakan kamera memengaruhi pengalaman menonton (Dunleavy, 2020; Eco, 1979).

Langkah keempat adalah perbandingan dengan literatur dan teori pendukung. Data yang diperoleh dari analisis visual kemudian dibandingkan dengan literatur dan teori-teori terkait sinema multisensorik, seperti yang dikemukakan oleh (Marks, 2002) dalam *Touch: Sensuous Theory and Multisensory Media* dan (Classen, 2023) dalam *Worlds of Sense*. Perbandingan ini bertujuan untuk memperkuat interpretasi peneliti dengan dukungan teoretis yang relevan. Selain itu, referensi tentang teknik sinematik dalam menciptakan ilusi pengalaman sensorik digunakan

untuk memperdalam pemahaman tentang bagaimana visual dapat dirancang untuk menyampaikan aroma (Lupton & Lipps, 2018; Lyu & Huang, 2024).

Langkah kelima adalah penyusunan temuan dan pembahasan. Data dan analisis yang telah dikumpulkan disusun dalam bentuk temuan utama yang menunjukkan teknik-teknik pengambilan gambar spesifik yang efektif dalam menghadirkan aroma melalui visual. Temuan ini kemudian didiskusikan dalam konteks genre film kuliner, dengan mengeksplorasi implikasinya terhadap pengalaman penonton. Setiap temuan juga dianalisis dari perspektif praktis untuk memberikan rekomendasi bagi pembuat film yang ingin mengembangkan strategi sinematik serupa.

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan refleksi kritis. Pada tahap ini, peneliti menyimpulkan temuan utama dari penelitian ini dan merefleksikan keterbatasan penelitian. Peneliti juga mengeksplorasi potensi pengembangan studi lebih lanjut, seperti bagaimana teknik yang sama dapat diterapkan dalam genre film lain atau dieksplorasi dengan pendekatan teknologi seperti *augmented reality (AR)* untuk menciptakan pengalaman multisensorik yang lebih nyata.

Melalui serangkaian langkah ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan dalam memahami bagaimana film sebagai medium visual dapat digunakan untuk menghadirkan pengalaman sensorik yang lebih kaya, khususnya dalam menghadirkan aroma sebagai elemen naratif dan estetis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknik pengambilan gambar dalam film kuliner memiliki kemampuan yang signifikan untuk menghadirkan pengalaman aroma melalui visual. Teknik-teknik seperti penggunaan *close-up*, fokus pada detail tekstur, pencahayaan yang dramatis, dan pergerakan kamera yang lambat terbukti menjadi elemen kunci dalam menciptakan ilusi aroma. Dalam konteks sinematik, teknik ini tidak hanya berfungsi sebagai alat estetika, tetapi juga sebagai medium naratif yang memperkuat pengalaman sensorik penonton. Temuan ini didukung oleh analisis tekstual dari beberapa film kuliner populer, yang memperlihatkan bagaimana elemen visual tertentu berhasil menggugah indra penciuman secara imajinatif.

1. Pengaruh *Close-Up* dalam Menciptakan Ilusi Aroma

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknik *close-up* merupakan salah satu cara paling efektif untuk menghadirkan kesan aroma dalam film kuliner. *Close-up* memungkinkan fokus yang intens pada detail visual makanan, seperti tekstur, kelembutan, atau cairan yang mengalir, sehingga memicu imajinasi sensorik penonton (Persson, 1998). Dalam film *Tabula Rasa* (2014), misalnya, adegan mentega yang meleleh di atas wajan menampilkan cairan berkilau dengan uap yang naik secara perlahan. Teknik ini tidak hanya berfungsi untuk menyoroti kelembutan makanan tetapi juga memberikan kesan aroma yang hangat dan menggugah.



Gambar 1. Shot masakan mendidih dalam film *Tabula Rasa* (2014)

Sumber: Youtube



Gambar 2. Shot masakan mendidih dalam film *Tabula Rasa* (2014)

Sumber: Youtube

Detail-detail seperti ini bekerja secara psikologis untuk merangsang memori penciuman penonton, sejalan dengan teori sensorik (Marks, 2002), yang menyatakan bahwa detail visual dapat memicu kenangan indra lain, seperti penciuman.

2. Pencahayaan dan Warna untuk Menonjolkan Aroma Visual

Pencahayaan yang tepat dan warna yang dominan dalam adegan kuliner memiliki peran penting dalam menciptakan persepsi aroma. Film *Chef* (2014) memberikan contoh bagaimana pencahayaan hangat dengan warna kuning keemasan atau oranye digunakan untuk menonjolkan kesan segar dan lezat dari makanan. Adegan *grilled cheese*, misalnya, tidak hanya memperlihatkan lelehan keju tetapi juga menggunakan pencahayaan hangat untuk menciptakan kesan kehangatan dan kelembatan yang memikat. Warna-warna hangat seperti ini secara tidak langsung mengasosiasikan aroma makanan dengan rasa nyaman dan menggugah selera. Menurut (Classen, 2023) warna memiliki hubungan erat dengan persepsi aroma dan rasa, sehingga penggunaannya dalam sinema kuliner dapat memperkuat pengalaman multisensorik penonton.



Gambar 3. Shot masakan dalam film *Chef* (2014)

Sumber: Youtube

3. Pergerakan Kamera yang Mendukung Sensasi Aroma

Hasil penelitian juga menemukan bahwa pergerakan kamera yang lambat dan dinamis berkontribusi besar dalam menciptakan ilusi aroma. Dalam film *Ratatouille* (2007), kamera sering bergerak perlahan mendekati makanan, memberikan waktu bagi penonton untuk mengamati setiap detail dengan lebih saksama. Adegan-adegan seperti sup panas yang uapnya mengepul memanfaatkan gerakan kamera yang mendekat untuk menyiratkan aroma yang perlahan menyebar di udara. Teknik ini menciptakan kesan imersi yang mendalam, seolah-olah penonton sendiri berada di dekat makanan tersebut. Sebagaimana dijelaskan oleh (Rodowick, 2007) gerakan kamera yang perlahan dapat memperkuat kehadiran objek di layar, memberikan ruang bagi penonton untuk merasakan intensitas visual dan menghubungkannya dengan indra penciuman.



Gambar 4. Shot makanan dalam film *Ratatouille* (2007)



Gambar 5. Shot makanan dalam film *Ratatouille* (2007)



Gambar 6. Shot makanan dalam film *Ratatouille* (2007)

4. Tekstur dan Uap Sebagai Elemen Visual Utama

Tekstur visual makanan, seperti permukaan roti yang renyah, cairan yang mengilap, atau uap yang naik dari hidangan panas, terbukti menjadi elemen visual utama yang menghadirkan persepsi aroma. Dalam *Little Forest* (2018), tekstur makanan yang ditampilkan melalui *close-up* memberikan kesan kelembutan dan kesegaran yang diasosiasikan dengan aroma hangat. Efek uap juga berfungsi sebagai indikator visual aroma, menciptakan ilusi bahwa makanan tersebut memiliki aroma yang kuat dan menggoda. (Caldwell, 2008) menyebutkan bahwa elemen visual seperti uap bekerja sebagai alat sinematik untuk memperluas pengalaman sensorik, membantu penonton mengimajinasikan aroma yang sebenarnya tidak dapat mereka cium.



Gambar 7. Shot makanan dalam film *Little Fores* (2018)

5. Hubungan Antara Visual dan Psikologi Sensorik

Dalam perspektif lintas disiplin, penelitian ini menemukan hubungan yang erat antara visual dalam film kuliner dan psikologi sensorik, khususnya konsep persepsi lintas-modal. Fenomena ini terjadi ketika elemen visual yang kaya dan mendetail, seperti makanan yang bertekstur atau uap yang mengepul, memicu indra lain seperti penciuman atau rasa (Elder & Krishna, 2022).



Gambar 8. Shot masakan dalam film *Aruna dan Lidahnya* (2018)

Sumber : Youtube



Gambar 9. Shot makanan dalam film *Aruna dan Lidahnya* (2018)

Sumber : Youtube

Hal ini sejalan dengan temuan (Godwin et al., 2009) yang menyatakan bahwa pengalaman sensorik sering kali saling memengaruhi satu sama lain, memungkinkan indra penglihatan untuk memunculkan ilusi penciuman. Dalam konteks sinema, hubungan ini memperkuat potensi visual sebagai medium untuk menghadirkan pengalaman sensorik yang holistik.

6. Aroma Sebagai Metafora Emosi dan Narasi

Selain fungsi estetis dan sensorik, aroma visual dalam film kuliner juga memiliki peran naratif dan emosional. Aroma sering kali diasosiasikan dengan kenangan, kehangatan, atau hubungan interpersonal, sehingga penggunaannya dalam visual dapat memperkuat narasi (Cacciari, 2008). Dalam *Aruna dan Lidahnya* (2018), misalnya, makanan yang disajikan tidak hanya menggambarkan lezatnya kuliner Indonesia, tetapi juga menjadi medium untuk menghubungkan

karakter utama dengan ingatan emosional mereka. Aroma yang dihadirkan melalui visual menjadi metafora untuk hubungan emosional, seperti keakraban atau nostalgia.



Gambar 10. *Shot makanan dalam film Aruna dan Lidahnya (2018)*
Sumber: Youtube



Gambar 11. *Shot makanan dalam film Aruna dan Lidahnya (2018)*
Sumber: Youtube

Hal ini menunjukkan bahwa teknik sinematik yang menciptakan ilusi aroma tidak hanya berfungsi sebagai alat estetika, tetapi juga sebagai elemen naratif yang memperkaya cerita.

7. Implikasi dan Relevansi Multidisiplin

Penemuan dalam penelitian ini tidak hanya relevan bagi bidang sinematografi, tetapi juga memiliki implikasi pada studi komunikasi visual, psikologi sensorik, dan estetika. Dalam sinematografi, teknik ini dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan genre film lain yang ingin menciptakan pengalaman multisensorik. Dalam psikologi sensorik, penelitian ini menegaskan bahwa visual dapat digunakan untuk memicu persepsi aroma, membuka peluang untuk mengeksplorasi lebih jauh hubungan antara indra dalam konteks media. Sementara itu, dalam estetika dan komunikasi visual, kemampuan untuk menghadirkan aroma melalui elemen visual menunjukkan bagaimana sinema dapat digunakan sebagai medium untuk menciptakan pengalaman yang holistik dan imersif.

Melalui pembahasan ini, penelitian ini memperlihatkan bagaimana teknik pengambilan gambar dalam film kuliner dapat menghadirkan ilusi aroma dengan cara yang efektif dan bermakna, baik secara estetika maupun naratif. Temuan ini memperkaya diskursus tentang potensi visual dalam menciptakan pengalaman sensorik yang lebih kompleks, serta membuka peluang bagi eksplorasi lebih lanjut dalam studi sinema multisensorik.

SIMPULAN

Penelitian ini telah mengungkapkan bahwa teknik pengambilan gambar dalam film kuliner memiliki potensi besar untuk menghadirkan pengalaman sensorik yang kaya melalui ilusi aroma pada visual. Dengan memanfaatkan elemen sinematik seperti *close-up*, pencahayaan yang hangat, warna yang kaya, pergerakan kamera yang dinamis, serta tekstur dan uap, pembuat film dapat menciptakan pengalaman visual yang mampu merangsang imajinasi penonton terhadap aroma dan rasa makanan. Temuan ini menunjukkan bahwa sinema tidak hanya berfungsi sebagai medium

visual semata tetapi juga dapat menjembatani persepsi sensorik lain, seperti penciuman, yang sering kali dianggap sulit dihadirkan dalam film karena ketika dikombinasikan dengan elemen suara dan konteks naratif yang kuat, gambar tidak hanya dapat dilihat, tetapi juga seolah "dicium" oleh penonton. Ini adalah bentuk sinestesia sinematik—di mana satu indra (penglihatan) membangkitkan reaksi dari indra lain (penciuman)—yang menjadikan film lebih imersif dan menggugah emosi.

Hasil kajian ini juga memperlihatkan bahwa teknik sinematik untuk menciptakan aroma visual tidak hanya bersifat estetis tetapi juga memiliki fungsi naratif yang mendalam. Aroma visual dalam film kuliner sering kali diasosiasikan dengan kenangan, emosi, atau hubungan interpersonal, menjadikannya elemen yang penting untuk memperkuat cerita. Dalam beberapa kasus, seperti yang diamati dalam film *Little Forest* dan *Aruna dan Lidahnya*, aroma yang tersirat melalui visual makanan menjadi metafora untuk nostalgia, kehangatan keluarga, atau hubungan sosial. Dengan demikian, film kuliner tidak hanya menghadirkan pengalaman sensorik yang memikat, tetapi juga menjadi alat komunikasi emosi dan budaya yang efektif.

Penelitian ini juga menegaskan pentingnya pendekatan multidisiplin dalam memahami hubungan antara visual dan sensorik. Perspektif psikologi sensorik, komunikasi visual, dan estetika sinematik memberikan landasan yang kuat untuk menjelaskan bagaimana elemen visual tertentu dapat memicu respons lintas-modal yang melibatkan indra lain. Hal ini memperkuat teori bahwa pengalaman sensorik manusia bersifat interdependen, dan sinema dapat dimanfaatkan untuk mengeksplorasi hubungan ini secara lebih mendalam. Sebagai hasilnya, penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan studi sinema multisensorik, khususnya dalam genre film kuliner, sekaligus membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut dalam menciptakan pengalaman sinematik yang lebih imersif.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu, persepsi aroma yang dibangkitkan melalui elemen visual bersifat subjektif dan sangat bergantung pada pengalaman personal serta latar budaya masing-masing penonton. Tidak semua individu memiliki asosiasi yang sama terhadap visual tertentu—seperti uap makanan atau kabut lembap—sehingga hal ini membatasi generalisasi temuan ke populasi yang lebih luas. Kedua, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini cenderung bersifat kualitatif dan fokus pada analisis visual, tanpa disertai dengan uji empiris terhadap persepsi penonton secara langsung. Ketiadaan eksperimen psikologi sensorik atau metode neuroestetik menjadikan temuan bersifat konseptual dan belum tervalidasi secara ilmiah. Ketiga, ruang lingkup penelitian ini masih terbatas pada genre kuliner dan thriller, padahal potensi teknik visual dalam membangkitkan sensasi aroma juga dapat dijumpai pada genre-genre lain seperti drama, dokumenter, atau fantasi. Oleh karena itu, eksplorasi lebih lanjut dengan pendekatan lintas-genre dan metode yang lebih empiris sangat disarankan untuk penelitian selanjutnya.

Kesimpulan dari kajian ini menekankan bahwa film sebagai medium memiliki potensi luar biasa untuk menghadirkan pengalaman yang holistik, melampaui batasan visual semata. Dalam konteks ini, teknik pengambilan gambar untuk menciptakan ilusi aroma tidak hanya memperkaya estetika sinema tetapi juga memperluas cakrawala tentang bagaimana film dapat menjadi jembatan antara indra, emosi, dan budaya. Diharapkan, temuan ini dapat menjadi referensi bagi pembuat film, peneliti, dan praktisi sinema yang ingin mengeksplorasi lebih jauh potensi multisensorik dalam medium visual, sekaligus mendorong inovasi dalam menciptakan pengalaman sinematik yang lebih kaya dan bermakna.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiprabowo, V. D., & Sanofi, Z. (2023). Exploring Culinary Films as a Form of Health Literacy: A Case Study of *Aruna dan Lidahnya* in Indonesia. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 11(1), 71–80.
- Ali, S. (2012). Visual analysis. *Researching Society and Culture*, 283–299.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Antunes, L. R., & Grabowski, M. (2016). *The multisensory film experience: A cognitive model of experiential film aesthetics*. Intellect.
- Bell, S. E. (2010). Visual methods for collecting and analysing data. *The SAGE Handbook of Qualitative Methods in Health Research*, 513–535.
- Bird, B. (2007). *Ratatouille* [Video recording]. Walt Disney Pictures.

- Cacciari, C. (2008). Crossing the senses in metaphorical language. *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, 425–443.
- Caldwell, J. T. (2008). Prefiguring DVD Bonus Tracks: Making-ofs and Behind-the-Scenes as Historic Television Programming Strategies Prototypes. In *Film and Television after DVD* (pp. 159–181). Routledge.
- Classen, C. (2023). *Worlds of sense: Exploring the senses in history and across cultures*. Routledge.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. sage.
- Dewo Adriyanto. (2014). *Tabula Rasa* [Video recording].
- Doty, J. L. (1977). *Becoming visually perceptive: An introduction to the art of the film*. University of Michigan.
- Dunleavy, D. (2020). Visual semiotics theory: Introduction to the science of signs. In *Handbook of visual communication* (pp. 155–170). Routledge.
- Dwiyanto, D. (2002). Metode Kualitatif: Penerapannya dalam Penelitian. *Diakses Dari: <https://www.Academia.Edu/Download...>*, 0, 1–7.
- Eco, U. (1979). *A theory of semiotics* (Vol. 217). Indiana University Press.
- Edwin. (2018). *Aruna dan Lidahnya* [Video recording]. Palari Films.
- Elder, R. S., & Krishna, A. (2022). A review of sensory imagery for consumer psychology. *Journal of Consumer Psychology*, 32(2), 293–315.
- Eleftheriotis, D. (2010). *Cinematic journeys: Film and movement*. Edinburgh University Press.
- Garwood, I. (2015). *Sense of Film Narration*. Edinburgh University Press.
- Godwin, A., Agnew, M., & Stevenson, J. (2009). *Accuracy of inertial motion sensors in static, quasistatic, and complex dynamic motion*.
- Göktaş, L. S. (2024). Culinary Culture and Social Identity in Cinema: Comparative Analysis of Gastronomy-Themed Films. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 11(4), 15–32.
- Lupton, E., & Lipps, A. (2018). *The senses: Design beyond vision*. Chronicle Books.
- Lyu, M., & Huang, Q. (2024). Visual elements in advertising enhance odor perception and purchase intention: The role of mental imagery in multi-sensory marketing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 78, 103752.
- Marks, L. U. (2002). *Touch: Sensuous theory and multisensory media*. U of Minnesota Press.
- Persson, P. (1998). Towards a Psychological Theory of Close-ups. *Kinema: A Journal for Film and Audiovisual Media*.
- Rai, N., & Thapa, B. (2015). A study on purposive sampling method in research. *Kathmandu: Kathmandu School of Law*, 5(1), 8–15.
- Rodowick, D. N. (2007). An elegy for theory. *October*, 122, 91–109.
- Rotten Tomatoes Trailers. (2014). *Chef Official Trailer #1 Scarlett Johansson, Robert Downey Jr. Movie HD*.
- Rukin, S. P. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sentosa, R. B., & Alfathoni, M. A. M. (2024). Penyutradaraan Dalam Film Fiksi bergenre Psycho Thriller Pada Film “Warisan.” *APRESIASI*, 1(1), 74–87.
- Soon-rye Yim. (2018). *Little Forest* [Video recording]. Megabox Plus M.
- Spence, C. (2020). Scent and the Cinema. *I-Perception*, 11(6), 2041669520969710.
- Visch, V. T., Tan, E. S., & Molenaar, D. (2010). The emotional and cognitive effect of immersion in film viewing. *Cognition and Emotion*, 24(8), 1439–1445.