

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Kabupaten Pati merupakan sebuah kabupaten yang terletak di Jawa Tengah dengan luas wilayah kurang lebih 1.400 km<sup>2</sup>. Lokasi Kabupaten Pati cukup strategis karena dilewati oleh jalur Pantura dan berbatasan dengan beberapa kabupaten, seperti Kabupaten Rembang dan Blora di sebelah timur, Kabupaten Grobogan di sebelah selatan, serta Kabupaten Kudus dan Jepara di sebelah barat.

Kabupaten Pati dikenal sebagai kota pensiunan karena ketenangan dan kedamaian merupakan *brand essence*-nya. Kabupaten Pati juga memiliki banyak potensi yang saat ini belum dikenali masyarakat luas, terlebih dari segi pariwisatanya yang menyuguhkan pesona alam yang masih asri namun juga menawarkan pengalaman baru bagi wisatawan terutama anak muda untuk menjelajah. Seperti Goa Pancur yang terletak di Desa Jimbaran Kecamatan Kayen, 20km dari kota Pati, panjang goa mencapai 7 km dengan stalagtit dan stalagmit sangat indah dengan debit air yang cukup untuk pengairan sawah di sekitarnya. Di sisi timur Pegunungan Muria pada ketinggian 800m dari permukaan laut, di Desa Jolong Kecamatan Gembong lebih kurang 20km dari Kota Pati, terdapat Kebun Kopi Jolong yang memiliki panorama indah dan berhawa sejuk. Pabrik kopi dan perkebunannya merupakan bekas peninggalan Belanda yang sampai saat ini masih aktif beroperasi. Di atas Kebun Kopi Jolong, tepatnya di desa Jrahi, Gunung Wungkal, terdapat air terjun Spletus kurang lebih 100 meter di tengah kehijauan alam yang asri, sejuk dan indah. Perjalanan menuju lokasi wisata alam dihiasi tanaman bawang putih dan jeruk yang ditanam penduduk disekitar objek wisata.

Pengunjung atau wisatawan juga dapat menikmati makanan khas Kabupaten Pati yaitu “Sego Gandul”, yang sekilas mirip dengan gulai dan semur. Nama “Sego Gandul” berawal dari cara penjualan masakan ini dimana penjual membawa barang dagangannya dengan cara dipanggul dengan menggunakan bambu yang di ujung ujung bambu itu diikatkan bakul nasi pada satu sisi dan kuah pada sisi yang lain, sehingga saat penjual masakan ini berjalan memanggul bambu ini di

pundaknya untuk menjajakan masakannya, kedua sisi bambu ini bergantung bakul nasi dan kuah secara menggantung (*gandul*).

Potensi Kabupaten Pati dalam sektor industri dan kerajinan memiliki berbagai jenis kerajinan baik industri tingkat menengah hingga menengah atas yang menjadi mata pencaharian masyarakat. Seperti industri kerajinan bambu di Kecamatan Trangkil yang membuat aksesoris dan peralatan rumah tangga dari bambu, kerajinan kuningan di Kecamatan Juwana yang membuat aksesoris kuningan, kerajinan Batik Bakaran dengan khas motif retakan dari Kecamatan Juwana, hingga Perusahaan Sutera Alam (PSA) di Regaloh yang membudidayakan ulat sutera sekaligus memproduksi kain sutera.

Situs resmi pemerintah Kabupaten Pati mengatakan bahwa potensi pariwisata di Kabupaten Pati cukup bagus, tetapi karena kurangnya pengelolaan mengakibatkan kurang berkembangnya minat wisata di Kabupaten Pati ([patikab.go.id](http://patikab.go.id)). Selain pengelolaan, promosi akan potensi tersebut juga masih sangat kurang. Hal ini dapat dilihat dari media publikasi yang digunakan selama ini hanya melalui brosur, katalog dan pameran sehingga wisatawan yang datang untuk menikmati keindahan Kabupaten Pati masih sangat kurang.

Minimalnya publikasi dan dokumentasi akan potensi Kabupaten Pati dapat dimaksimalkan dengan promosi menggunakan *video profile*. Saat ini promosi melalui media audio visual lebih menarik terutama bagi kalangan anak muda yang suka bepergian atau wisatawan karena dapat memberikan bayangan dan gambaran suasana dari objek yang disampaikan. Sehingga dengan dibuatnya *video profile* ini diharapkan dapat memudahkan para wisatawan dalam mengetahui potensi pariwisata dan industri kerajinan di Kabupaten Pati.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang *video profile* yang mampu memperkenalkan dan menunjukkan potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Pati guna menarik wisatawan untuk berkunjung?

### **1.3. Tujuan Perancangan**

Merancang *video profile* yang mampu memperkenalkan dan menunjukkan potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Pati guna menarik wisatawan untuk berkunjung.

### **1.4. Batasan Lingkup Perancangan**

- a. Objek perancangan adalah tempat wisata, kuliner dan kerajinan yang ada di Kabupaten Pati.
- b. Perancangan dalam bentuk *video profile*
- c. *Video profile* berisi informasi mengenai potensi tempat wisata, kuliner, kerajinan dan ajakan untuk berkunjung
- d. Durasi *video profile* adalah 10 – 15 menit
- e. *Target audience* dari perancangan ini adalah masyarakat usia 18 – 30 tahun yang senang berwisata.
- f. Waktu perancangan Februari – Mei 2013

### **1.5. Manfaat Perancangan**

#### **1.5.1. Bagi Mahasiswa**

- a. Mendapat kesempatan untuk mengembangkan ilmu dalam membuat karya audio visual
- b. Menambah pengalaman melakukan penelitian dan perancangan secara mandiri
- c. Dapat mempersembahkan karya yang dapat dibanggakan

#### **1.5.2. Bagi Institusi**

Institusi mendapatkan lulusan sarjana dengan mutu yang lebih tinggi dan berdampak bagi lingkungannya.

#### **1.5.3. Bagi Masyarakat**

- a. Dapat menikmati dan mendapatkan informasi mengenai Kabupaten Pati dengan lebih menarik.
- b. Dapat mengenal dan melihat potensi dari Kabupaten Pati lebih dalam.

#### **1.5.4. Bagi Pemerintah dan Masyarakat Kabupaten Pati**

- a. Kabupaten Pati dapat lebih dikenal oleh masyarakat, baik dari segi wisata, kuliner maupun kerajinannya.
- b. Dapat menarik wisatawan dan investor untuk datang sehingga meningkatkan pemasukan daerah.

#### **1.6. Definisi Operasional**

- a. Kabupaten Pati adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Ibukotanya adalah Pati. Kabupaten ini berbatasan dengan Laut Jawa di utara, Kabupaten Rembang di timur, Kabupaten Blora dan Kabupaten Grobogan di selatan, serta Kabupaten Kudus dan Kabupaten Jepara di barat. (patikab.go.id)
- b. *Video profile* menurut Siti Henna Nuraini merupakan salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga propaganda untuk potensi daerah. Dengan komunikasi melalui audio visual tentunya penyampaian propaganda atau promosi semakin efektif. (Soma,2013)

#### **1.7. Metode Penelitian**

##### **1.7.1. Data yang dibutuhkan**

###### **1.7.1.1 Data Primer**

Sumber data primer diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, baik individu maupun kelompok. Data primer dapat diperoleh dengan melakukan wawancara dengan penduduk sekitar tempat pariwisata, penjual makanan khas Kabupaten Pati, pelaku kerajinan di Kabupaten Pati dan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pati.

###### **1.7.1.2 Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah data yang sudah jadi atau dipublikasikan untuk umum oleh orang lain yang dikumpulkan melalui media cetak dan media massa. Data berhubungan dengan potensi pariwisata dan industri kerajinan Kabupaten Pati, serta sumber yang terkait tak langsung dengan narasumber utama.

### **1.7.2. Metode Pengumpulan Data**

Merupakan cara-cara yang dapat ditempuh dalam proses pengumpulan data untuk menunjang keakuratan perancangan dan promosi media komunikasi visual ini.

#### **1.7.2.1. Data Primer**

a. Observasi

Pengamatan langsung ke lapangan, yaitu mengenai potensi wisata, kuliner, dan kerajinan di Kabupaten Pati.

b. Wawancara mendalam (*depth interview*)

Wawancara dilakukan secara mendalam bersama Ibu Sumarmi. SH. selaku Kepala Bidang Pariwisata dan Bapak Wiyadi Spd.MM selaku Kepala Divisi Promosi Pariwisata Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga, Ibu Yahyuk pengusaha kerajinan Batik Bakaran, Pak Bambang kepala pengurus Kebun Kopi Jollong, dan masyarakat setempat untuk mendapatkan informasi yang terkait di dalam wisata, kuliner dan kerajinan Kabupaten Pati untuk menjadi panutan pembuatan alur cerita.

#### **1.7.2.2. Data Sekunder**

a. Metode Kepustakaan

Metode ini dilakukan dengan mencari informasi mengenai wisata, kuliner dan kerajinan melalui media buku dan karya ilmiah mengenai Kabupaten Pati sebagai data pendukung dalam pembuatan perancangan video promosi Kabupaten Pati.

b. Internet

Metode ini menjadi salah satu metode yang digunakan untuk mendapatkan data-data mengenai sejarah kabupaten Pati dan literatur lain yang mendukung pembuatan perancangan ini.

c. Metode Dokumentasi Data

Metode Dokumentasi Data adalah dengan mengumpulkan dokumen dengan memotret atau dengan mendokumentasikan dalam bentuk video sebagai salah satu data yang mendukung perancangan ini.

### **1.7.3. Instrumen/Alat Pengumpulan Data**

#### **1.7.3.1. Data Primer**

Metode Wawancara : kertas, bolpoin

#### **1.7.3.2. Data Sekunder**

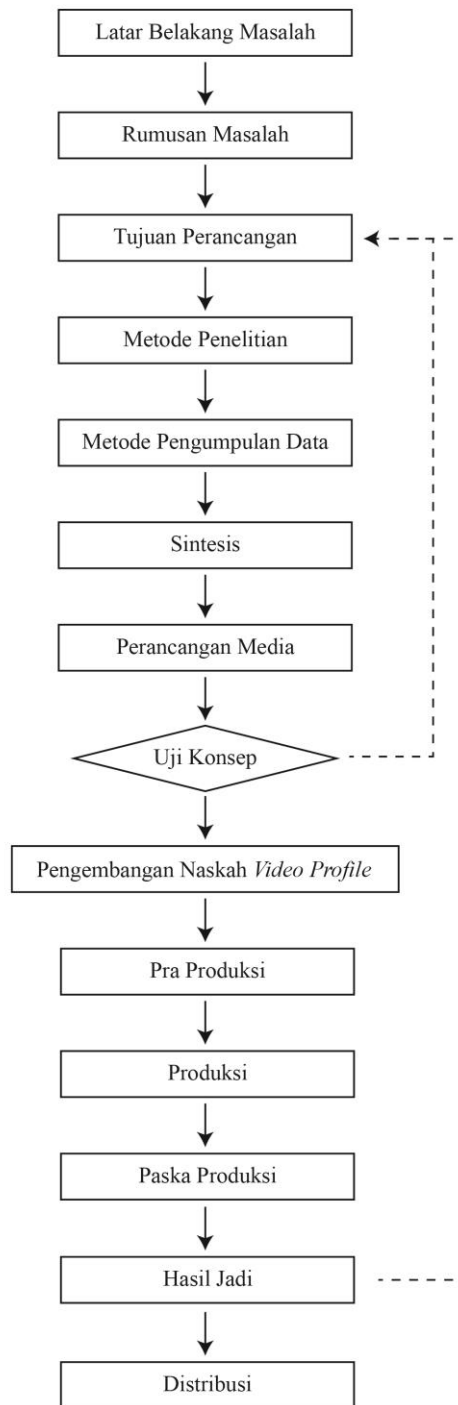
- a. Metode Kepustakaan : buku dan perpustakaan
- b. Internet : komputer dan jaringan internet
- c. Metode Dokumentasi Data : kamera, *tripod*, lensa dan *sound recorder*

### **1.8. Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang diambil secara kualitatif dengan mengambil kesimpulan dari data-data observasi, wawancara, *survey*, pengamatan lapangan secara langsung, yang digunakan dalam mempromosikan dan memperkenalkan potensi Kabupaten Pati kepada masyarakat luas. Metode analisis yang digunakan adalah dengan pendekatan 5W1H.

5W1H : menganalisis data yang didapat dengan membuat 6 pertanyaan yaitu *what* (wisata dan industri kerajinan apa saja yang berpotensi di Kabupaten Pati?), *who* (siapa target dari *video profile* potensi wisata dan industri kerajinan Kabupaten Pati?), *where* (di mana *video profile* potensi wisata dan industri kerajinan Kabupaten Pati akan ditayangkan?), *why* (mengapa perancangan *video profile* potensi wisata dan industri kerajinan Kabupaten Pati dibuat?), *when* (kapan perancangan *video profile* potensi wisata dan industri kerajinan Kabupaten Pati dibuat dan dipublikasikan?), dan *how* (Bagaimana proses pembuatan *video profile* potensi wisata dan industri kerajinan Kabupaten Pati?)

### 1.9. Skematika Prosedur Perancangan



Gambar 1.1 Skematika Perancangan