

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode dalam menunjang penelitian ini, baik dalam mengumpulkan data dan menganalisisnya. Untuk mengetahui penjelasan dan jawaban terhadap permasalahan serta memberikan alternatif bagi kemungkinan yang ada, maka digunakan metode penelitian meliputi jenis pendekatan, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara atau sistem yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data dalam rangka mencapai tujuan penelitian tertentu [27]. Metode penelitian juga mencakup langkah-langkah yang harus diambil untuk merancang, mengumpulkan, dan menganalisis data dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis..

3.1.1 Jenis Pendekatan

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah metode pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami, menggambarkan, dan menjelaskan suatu fenomena atau konteks secara mendalam. Metode ini berfokus pada pemahaman yang kualitatif, yang melibatkan pengumpulan dan analisis data yang bersifat deskriptif, naratif, dan *interpretative* [27]. Penggunaan metode deskriptif kualitatif ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena atau konteks secara mendalam. Pendekatan kualitatif menekankan pada pemahaman yang komprehensif tentang pengalaman, makna, persepsi, dan konteks sosial yang melibatkan partisipan penelitian. Penulis melihat bahwa potensi wisata alam yang dimiliki oleh Kota Pekalongan harus dapat disampaikan kepada masyarakat secara luas, sehingga muncul ketertarikan masyarakat untuk datang mengunjungi objek wisata alam Kota Pekalongan yang ditawarkan.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah hal atau fenomena yang diteliti oleh peneliti. Objek penelitian bisa berupa apapun yang menjadi fokus dari penelitian, seperti perilaku manusia, data statistik, produk, proses bisnis, dan lain-lain. Objek penelitian harus memiliki keterkaitan dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai [28]. Objek penelitian tersebut memiliki masalah yang kemudian dijadikan bahan penelitian untuk ditemukan solusi pemecahan masalah dari permasalahan yang muncul dalam objek penelitian tersebut.

Objek penelitian penulis adalah kurang optimalnya promosi yang dilakukan pihak Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan dalam mempromosikan beberapa objek wisata alam yang ada di Kota Pekalongan, seperti: Taman Wisata Pasir Kencana, Wisata Bahari PPNP (Pelabuhan Perikanan Nusantara Pekalongan), Pantai Krematorium, *Pekalongan Mangrove Park*, dan Pantai Slamaran Indah. Masyarakat Kota Pekalongan maupun dari luar Kota Pekalongan kurang tertarik bahkan tidak mengetahui informasi tentang wisata alam yang ada di Kota Pekalongan. Oleh karena itu penulis ingin melakukan perancangan media promosi berupa video promosi. Dengan harapan dapat menginformasikan kepada masyarakat mengenai pariwisata alam yang ada di Kota Pekalongan dan meningkatkan daya tarik pariwisata.

Subjek penelitian artinya individu atau kelompok yang menjadi fokus utama dalam penelitian. Subjek penelitian bisa saja berupa manusia, hewan, organisasi, atau bahkan fenomena alam yang sedang diteliti. Pemilihan subjek penelitian harus didasarkan pada tujuan dan masalah penelitian yang ingin dipecahkan [29]. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah pihak Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan sebagai dinas yang berkaitan langsung dengan pariwisata di Kota Pekalongan. Kemudian untuk memperkuat informasi yang didapatkan, penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa pengelola objek wisata.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data dalam penelitian yang merujuk pada data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber yang asli atau dari partisipan penelitian. Data ini diperoleh melalui metode observasi, wawancara, kuesioner, eksperimen, atau teknik pengumpulan data lainnya yang direncanakan dan dilakukan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian yang spesifik [30]. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kegiatan wawancara dan observasi langsung.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian merujuk pada data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan yang berbeda dan kemudian digunakan kembali oleh peneliti dalam studi mereka. Data ini dapat berasal dari sumber-sumber seperti publikasi ilmiah, laporan pemerintah, basis data, arsip, atau sumber lainnya yang tersedia secara publik [31]. Data sekunder diperoleh dari sumber yang sudah ada, seperti buku, jurnal, dan dokumen lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, *website* yang membahas tentang perancangan video promosi pariwisata.

3.1.4 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah pihak Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan. Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah terdiri dari 3 (tiga) urusan yaitu urusan Wajib Kepemudaan dan Olahraga, urusan wajib Kebudayaan dan urusan pilihan yaitu urusan Pariwisata [32]. Terdapat juga informan lain seperti pengelola maupun pegawai beberapa objek wisata alam yang terdapat di Kota Pekalongan untuk memperkuat informasi yang didapatkan.

3.1.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan salah satu cara pengumpulan informasi mengenai objek atau peristiwa yang bersifat kasat mata atau dapat dideteksi dengan panca indera [33]. Pada penelitian ini observasi dilakukan di beberapa tempat wisata alam, meliputi: Taman Wisata Pasir Kencana, Wisata Bahari PPNP (Pelabuhan Perikanan Nusantara Pekalongan), Pantai Krematorium, *Pekalongan Mangrove Park* , dan Pantai Slamaran Indah.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah salah satu metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi langsung dari responden atau narasumber melalui interaksi tatap muka atau melalui komunikasi jarak jauh. Wawancara sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang pandangan, pengalaman, sikap, dan persepsi individu atau kelompok terkait topik penelitian [33]. Wawancara pada penelitian ini yaitu wawancara dengan beberapa pihak terkait, seperti pengelola Taman Wisata Pasir Kencana, Wisata Bahari PPNP (Pelabuhan Perikanan Nusantara Pekalongan), Pantai Krematorium, *Pekalongan Mangrove Park*, dan Pantai Slamaran Indah, serta pihak dari Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan untuk menggali informasi yang dibutuhkan.

Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan untuk memperoleh bahan-bahan informasi sesuai dengan tema yang telah direncanakan sebelumnya. Untuk melakukan wawancara terstruktur, pewawancara terlebih dahulu harus menyiapkan *interview guide* (pedoman wawancara), menentukan narasumber yang relevan, dan daftar pertanyaan. Penulis memilih wawancara terstruktur ini karena dapat mendapatkan info yang memang ingin diketahuinya

c. Metode Dokumentasi

Metode ini mengumpulkan data dengan cara mengamati, memotret, dan mencatat. Penulis mengumpulkan data berupa beberapa foto sebagai data penelitian di beberapa objek wisata alam di Kota Pekalongan, meliputi: Taman Wisata Pasir Kencana, Wisata Bahari PPNP (Pelabuhan Perikanan Nusantara Pekalongan), Pantai Krematorium, *Mangrove Park Pekalongan*, dan Pantai Slamaran Indah.

d. Studi Literatur

Studi literatur merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mencari referensi atas landasan teori yang relevan dengan kajian dalam penelitian penulis [33]. Metode ini menggunakan berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal, dan dokumen penelitian sebelumnya. Fungsinya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada.

3.1.6 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis 5W+1H. Metode ini sering digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan informasi yang lengkap dan sistematis tentang suatu peristiwa, fenomena, atau masalah [34]. Melalui metode 5W+1H diharap mampu dalam mendapatkan informasi secara mendetail tentang apa (*what*), mengapa (*why*), siapa (*who*), kapan (*when*), dimana (*where*), dan bagaimana (*how*) mengenai “Perancangan Video Promosi Wisata Alam Kota Pekalongan Untuk Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata”.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Instansi

a. Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan

Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah [32]. Dalam struktur kepengurusan Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan, terdapat seksi pemasaran pariwisata yang mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas kegiatan bidang pariwisata urusan pemasaran, seperti perencanaan inovasi dan kreativitas dalam pemasaran dan promosi pariwisata.

Dalam tugasnya, seksi pemasaran pariwisata hingga saat ini hanya melakukan promosi menggunakan poster dan feed Instagram saja. Poster tersebut terdapat pada akun Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan dengan *username* @ticpekalongan, yang memiliki 2.121 *followers*. Oleh karena itu, dibutuhkan promosi yang lebih efektif lagi, yakni menggunakan media video yang didalamnya mencakup semua wisata alam Kota Pekalongan, ditambah dengan penjelasan informasi disetiap objek wisata tersebut. Guna mengenalkan dan meningkatkan daya tarik pariwisata Kota Pekalongan.



Gambar 3.1 Poster dan feed Instagram Pasir Kencana dan Pantai Slamaran
Sumber: <https://www.instagram.com/p/CdFXBY4rvtV/?igshid=ZW1zMWWE5ZmU3Zg==>

b. Badan Pusat Statistik Kota Pekalongan

Badan Pusat Statistik Kota Pekalongan adalah Lembaga Pemerintah Non Kementerian Kota pekalongan yang fungsinya melaksanakan tugas

pemerintahan dibidang statistik, seperti menyediakan kebutuhan data bagi pemerintah dan masyarakat Kota Pekalongan [35]. Badan Pusat Statistik Kota Pekalongan melakukan pendataan data pengunjung wisata alam Kota Pekalongan. Namun, hanya objek wisata Taman Pasir Kencana dan Pantai Slamaran Indah saja. Untuk ketiga objek wisata lainnya seperti: Wisata Bahari PPNP, *Pekalongan Mangrove Park* dan Pantai Krematorium tidak dilakukan pendataan, karena memang jarang sekali orang yang berkunjung ke beberapa objek wisata alam tersebut. Berikut tabel data pengunjung objek wisata alam Kota Pekalongan untuk melihat perkembangan wisatawan yang datang.

Bulan dan Total	Banyaknya Pengunjung Obyek Wisata Pantai Pasir Kencana					
	Wisnus			Wisman		
	2018	2019	2021	2018	2019	2021
Januari	7 736.00	3 979.00	4 842.00	0.00	0.00	0.00
Februari	2 833.00	3 979.00	1 671.00	0.00	0.00	0.00
Maret	4 598.00	4 005.00	916.00	0.00	0.00	0.00
April	6 569.00	5 362.00	0.00	0.00	2.00	0.00
Mei	3 528.00	2 562.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Juni	8 757.00	13 403.00	0.00	4.00	0.00	0.00
Juli	6 003.00	6 316.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Agustus	5 492.00	5 322.00	0.00	0.00	0.00	0.00
September	5 139.00	5 691.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Oktober	5 832.00	5 586.00	0.00	2.00	0.00	0.00
November	5 388.00	5 696.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Desember	7 309.00	7 157.00	0.00	4.00	0.00	0.00

Tabel 3.1 Data pengunjung objek wisata Pantai Pasir Kencana tahun 2018-2021
 Sumber: <https://pekalongankota.bps.go.id/indicator/16/233/1/banyaknya-pengunjung-obyek-wisata-pantai-pasir-kencana-.html>

Berdasarkan tabel 3.1 pengunjung objek wisata Pantai Pasir Kencana dari tahun 2018 ke tahun 2021 mengalami penurunan. Ini dikarenakan tahun 2019 terjadi pandemi Covid-19. Tahun 2020 tidak terdapat data pengunjung, karena pada tahun tersebut sedang dalam perbaikan. Pada awal tahun 2021 sudah mulai dibuka kembali, saat itu masyarakat sangat antusias dan penasaran melihat Pantai Pasir Kencana

dengan wajah baru. Namun, pada bulan April-Desember tidak ada pengunjung sama sekali.

Bulan dan Total	Banyaknya Pengunjung Obyek Wisata Pantai Slamaran Indah					
	Wisnus			Wisman		
	2018	2019	2021	2018	2019	2021
Januari	423.00	1 098.00	1647.00	0.00	0.00	0.00
Februari	568.00	750.00	530.00	0.00	0.00	0.00
Maret	711.00	439.00	2 506.00	0.00	0.00	0.00
April	1 011.00	0.00	2 052.00	0.00	0.00	0.00
Mei	516.00	0.00	755.00	0.00	0.00	0.00
Juni	1 984.00	0.00	1 815.00	0.00	0.00	0.00
Juli	1 014.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Agustus	761.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
September	857.00	0.00	1 021.00	0.00	0.00	0.00
Oktober	1 036.00	0.00	1 258.00	0.00	0.00	0.00
November	1 062.00	0.00	1 101.00	0.00	0.00	0.00
Desember	1 340.00	0.00	943.00	0.00	0.00	0.00

Tabel 3.2 Data pengunjung objek wisata Pantai Slamaran Indah tahun 2019-2021
 Sumber: <https://pekalongankota.bps.go.id/indicator/16/235/1/banyaknya-pengunjung-obyek-wisata-slamaran-indah-.html>

Berdasarkan tabel 3.2 mengenai data pengunjung objek wisata Pantai Slamaran Indah, dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung mengalami sedikit peningkatan di bulan-bulan tertentu saja. Tidak stabil di setiap bulannya. Ini dikarenakan salah satunya adalah pemerintah setempat yang kurang memperhatikan dalam hal promosi. Dengan melakukan promosi yang tepat, diharapkan beberapa wisata tersebut dapat lebih meningkatkan jumlah wisatawan untuk datang ke Kota Pekalongan.

3.2.2 Profil Objek Wisata

a. Taman Wisata Pasir Kencana



Gambar 3.2 Taman Wisata Pasir Kencana

Sumber: <https://www.jajandolan.com/2022/03/pantai-pasir-kencana-pekalongan-tiket.html>

Objek Wisata Pantai Pasir Kencana adalah objek wisata yang memiliki daya tarik yaitu menyuguhkan pantai dengan fasilitas dan berbagai spot dengan memiliki bangunan yang modern.

- a) Nama wisata : Taman Wisata Pantai Pasir Kencana
Pekalongan.
- b) Alamat wisata : Jl. Pantai, Wonokerto, Panjang Wetan,
Kec. Pekalongan Utara, Kota Pekalongan,
Jawa Tengah.
- c) Spot wisata : Pantai, kolam renang, panggung hiburan,
dan budaya, *jogging track*, tempat kuliner,
tower batik, dan taman bermain.
- d) Jam buka : 14.00-21.00 WIB
- e) Harga tiket masuk : Rp.25.000/orang
- f) Promosi sebelumnya :
 - 1. Poster



Gambar 3.3 Poster Pantai Pasir Kencana
Sumber: Instagram @pantaisirkencana

b. Wisata Bahari Pelabuhan Perikanan Nusantara Pekalongan



Gambar 3.4 Wisata Bahari PPNP

Sumber: <https://jadwaltravel.com/tiket-wisata-bahari-pekalongan/>

Wisata Bahari merupakan tempat wisata edukasi perikanan dan kelautan Kota Pekalongan.

- a) Nama wisata : Wisata Bahari PPNP
- b) Alamat wisata : Jl. W.R. Supratman, Panjang Wetan, Kec. Pekalongan Utara, Kota Pekalongan, Jawa Tengah.
- c) Spot wisata : Pantai, studio mini akuarium, spot memancing, gardu pandang, taman bermain, dan kolam renang.

- d) Jam buka : 07.00-20.00 WIB
- e) Harga tiket masuk : Rp.5.000/orang
- f) Promosi sebelumnya :

1. Poster



Gambar 3.5 Poster Wisata Bahari PPNP
Sumber: Instagram @wisatabaharippnp

c. Pantai Krematorium



Gambar 3.6 Pantai Krematorium
Sumber: <https://sikedang.com/pantai-krematorium/>

Pantai Krematorium merupakan wisata alam berupa pantai yang sering digunakan untuk menatap dan mengambil gambar *sunset*. Kawasan pantai ini digunakan untuk pembuangan abu jenazah yang telah dikremasi.

- a) Nama wisata : Pantai Krematorium
- b) Alamat wisata : Kandang Panjang, Kec. Pekalongan Utara, Kota Pekalongan, Jawa Tengah.
- c) Spot wisata : Pantai, taman bermain
- d) Jam buka : 05.00-18.00 WIB
- e) Harga tiket masuk : Gratis

d. Pekalongan Mangrove Park



Gambar 3.7 Pekalongan *Mangrove Park*

Sumber: <https://kotomono.co/wisata-taman-mangrove-pekalongan/>

Pekalongan *Mangrove Park* atau Taman *Mangrove* Pekalongan merupakan wisata alam di Kota Pekalongan, yang bisa dinikmati pemandangan pohon-pohon bakau dan tambak hijau, yang memiliki luas sekitar 34 hektar. *Pekalongan Mangrove Park* juga berfungsi sebagai tempat pelatihan dan edukasi tentang pelestarian lingkungan bagi masyarakat setempat. Pengunjung dapat mengikuti

program edukasi tentang pentingnya konservasi mangrove dan keanekaragaman hayati di dalamnya.

- a) Nama wisata : Pekalongan *Mangrove Park* (Taman *Mangrove* Pekalongan)
- b) Alamat wisata : Kandang Panjang, Kec. Pekalongan Utara, Kota Pekalongan, Jawa Tengah.
- c) Spot wisata : Kawasan hutan *mangrove*, area pembibitan *mangrove*, pusat informasi *mangrove*, jembatan kayu, perahu wisata, dan spot memancing.
- d) Jam buka : 06.00-18.00 WIB
- e) Harga tiket masuk : Rp.8.000/orang
- f) Promosi sebelumnya :

1. Poster

1. Fasilitas Utama
 Fasilitas penunjang sebagai sarana pengawasan vegetasi mangrove bagi kelompok masyarakat dan pihak pengelola.

8. Lahan Parkir
 Fasilitas penunjang sebagai sarana memenuhi kebutuhan parkir pengunjung maupun pengelola.

9. Kamar Mandi
 Fasilitas penunjang lainnya sebagai sarana MCK bagi pengunjung maupun pengelola di kawasan ini. Serta beberapa sarana pariwisata lainnya yang direncanakan akan dibangun di kawasan Pekalongan Mangrove Park seperti : wahana bermain, tempat pemancingan, pusat kuliner dan souvenir.

LOKASI
 Laut Jawa
 Kabupaten Pekalongan
 Kabupaten Batang
 Kabupaten Pekalongan
 Kabupaten Pekalongan
 Terletak di pantai utara Pekalongan, disebelah barat obyek wisata Pias Kencana, tepatnya masuk kedalam Wilayah Kelurahan Bungkang dan Kelurahan Kandang Panjang Kecamatan Pektungan Utara.

IBI
 "terwujudnya kualitas kawasan dan pengelolaan wilayah pesisir yang terpadu dan berkelanjutan baik dari sumberdaya alam maupun sumberdaya manusia demi tercapainya kesejahteraan masyarakat"

1. Mendorong pematapan kebijakan pengelolaan wilayah pesisir
 2. Memperkuat kapasitas kelembagaan baik internal maupun eksternal
 3. Mendorong pelaksanaan pemulihan fungsi lahan untuk kegiatan pemberdayaan masyarakat pesisir
 4. Melaksanakan kegiatan pendidikan untuk menghasilkan teknologi mangrove yang berwawasan lingkungan
 5. Mendukung kawasan mangrove park sebagai sarana edukasi sekaligus pusat pemberdayaan masyarakat

Tugas dan Aktivitas
 Pangeolaian dan pelayanan Pusat Informasi Mangrove (PIM) didukung oleh persons sekretariat yang berakreditasi dan mempunyai komitmen :
 a. Melayani dan memberikan informasi, penerangan kepada pengunjung Pusat Restorasi dan Pembudidayaan Mangrove / Pusat Informasi Mangrove.
 b. Melakukan pembinaan / pendampingan kegiatan pembibitan oleh lembaga / kelompok masyarakat pelayanan informasi dan penyuluhan bagi lembaga / kelompok masyarakat
 c. Memberikan pelatihan dan keterampilan kepada kelompok masyarakat serta beberapa kegiatan belajar / mahasiswa yang bertujuan meningkatkan rasa cinta lingkungan kepada generasi muda

Dinas/Instansi /Lembaga pendukung
 PRRM / PIM kota Pekalongan merupakan wadah kegiatan yang bersifat terbuka bagi siapa saja yang peduli kepada pelestarian lingkungan, saat ini, secara sosial telah mendapat dukungan dari beberapa pihak baik berupa material maupun insentif, yang terdiri dari:
 ❖ Kementerian Kelautan dan Perikanan RI
 ❖ Kementerian Kehutanan RI
 ❖ Kementerian Pekerjaan Umum / Direktorat Jenderal Cipta Karya
 ❖ Dinas Kelautan dan Perikanan Propinsi Jawa Tengah
 ❖ Dinas Ketahanan Pangan Propinsi Jawa Tengah
 ❖ BPPTAQ Pematang Jaya
 ❖ Pemerintah Kota Pekalongan
 ❖ DPRD Kota Pekalongan
 ❖ Dinas Perikanan Kota Pekalongan
 ❖ BPHM Wilayah I Batang
 ❖ Fakultas Perikanan Unikal
 ❖ IISG
 ❖ LSM Batang

❖ IIRC Indonesia
 ❖ Pokmaswas se-Kota Pekalongan (Muara Rejeki Mapan, Wahana Lestari, Layur, Payung Hjäau)
 ❖ Mahasiswa dan Pelajar Pecinta Alam se-Kota Pekalongan (Unikal, Stain, dll.)

RAGAM GALERY KEGIATAN

Leaflet ini dibayai melalui APBD / DA 2016
 Program : Konservasi Sumberdaya Pesisir dan Kelautan
 Kegiatan : Pangeolaian Pusat Informasi Mangrove

Gambar 3.8 Pekalongan *Mangrove Park*
 Sumber: *Website Pekalongan Mangrove Park*

e. Pantai Slamaran Indah



Gambar 3.9 Pantai Slamaran Indah

Sumber: <https://www.rumahpendidik.web.id/2022/03/pantai-slamaran-pekalongan.html>

Pantai Slamaran Indah adalah wisata pantai di Kota Pekalongan, yang pinggirnya pantai terdapat banyak pepohonan dan pujasera yang menjual makanan dan minuman. Pengunjung bisa melakukan aktivitas dan menikmati berbagai spot wisata seperti: berenang, berjemur, atau bermain pasir.

- a) Nama wisata : Pantai Slamaran Indah
- b) Alamat wisata : Jl. Pantai Dewi, Kelurahan Krapyak, Kec. Pekalongan Utara, Kota Pekalongan, Jawa Tengah
- c) Spot wisata : Pantai, spot memancing, pujasera
- d) Jam buka : 06.00-17.00 WIB
- e) Harga tiket masuk : Rp.5.000/orang

3.2.3 Hasil Observasi dan Wawancara

Observasi dilakukan dengan mengamati langsung seluruh objek wisata alam yang berada di Kota Pekalongan. Dengan mengamati langsung, bisa melihat kondisi fasilitas objek wisata alam Kota Pekalongan saat ini. Saat observasi, penulis juga menyempatkan untuk melakukan wawancara dengan pengelola objek wisata. Observasi dilakukan pada Sabtu, 26 November 2022.

Hasil wawancara dengan salah satu pihak yang berada di Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan adalah, menjelaskan bahwa Pemerintah Kota Pekalongan terus berbenah menggali potensi-potensi wisata yang ada. Kota Pekalongan memiliki beberapa objek wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan, seperti wisata alam, buatan, agama, budaya, kuliner, dan lain-lain. Wisata alam seperti: Taman Wisata Pasir Kencana, Wisata Bahari PPNP, Pantai Krematorium, *Pekalongan Mangrove Park*, dan Pantai Slambaran Indah memang perlu dibuatkan video promosi supaya lebih meningkatkan minat berkunjung baik itu masyarakat Kota Pekalongan maupun luar Pekalongan.

Kota Pekalongan untuk sektor wisata alamnya kurang diminati jika dibandingkan dengan wisata batiknya. Batik sudah terkenal ke penjuru nusantara bahkan mancanegara, namun tidak untuk wisata alamnya. Seharusnya dengan sudah terkenalnya batik, wisata alam bisa ikut terangkat dan meningkatkan daya tarik pariwisata. Selama ini promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan memang hanyalah melalui postingan feed Instagram, artikel internet, dan dari mulut ke mulut saja. Beberapa objek wisata alam di Kota Pekalongan sering terkena banjir rob. Ini salah satu alasan juga kenapa jumlah pengunjung wisata alam di Kota Pekalongan mulai mengalami penurunan. Dengan pembuatan karya video promosi diharapkan bisa menciptakan dan menyajikan informasi secara lengkap dan menarik mengenai pariwisata alam Kota Pekalongan, guna meningkatkan daya tarik pengunjung.

3.2.4 Data Visual



Gambar 3.10 Wawancara dengan pengelola objek wisata dan observasi langsung
Sumber: Dokumen pribadi

3.2.5 Studi Komparasi

a. Wisata Alam Kabupaten Pekalongan



Gambar 3.11 Curug Bajing Kabupaten Pekalongan
Sumber: <https://instagram.com/p/CeXKw4pvBVp/>

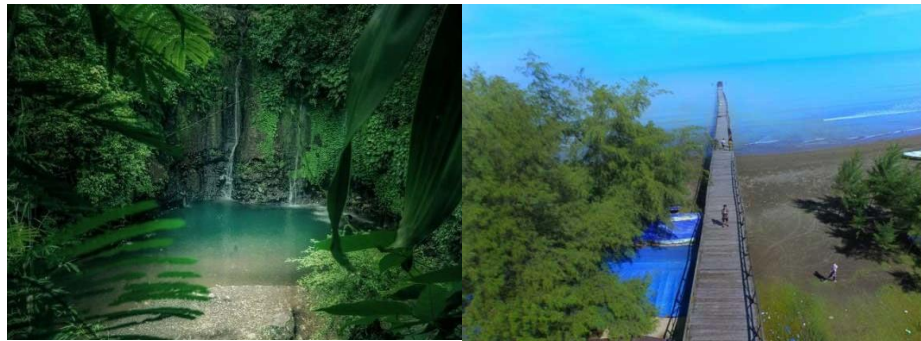


Gambar 3.12 Lolong *Adventure* Kabupaten Pekalongan

Sumber: <https://www.instagram.com/p/Cblr-Z3P13Y/?igshid=ZWlzMWE5ZmU3Zg==>

Kabupaten Pekalongan merupakan tetangga dari Kota Pekalongan. Wisata alam yang terdapat di Kabupaten Pekalongan lebih bervariasi jika dibandingkan dengan Kota Pekalongan. Ini menjadi kelebihan tersendiri yang dimiliki Kabupaten Pekalongan. Karena banyak wisata alamnya, wisata alam di Kabupaten Pekalongan memiliki pembagian menurut jenisnya, meliputi: wisata curug, sungai, *adventure*, telaga, danau, bukit, dan pantai. Berbeda dengan Dinas Pariwisata Kota Pekalongan, Dinas Pariwisata Kabupaten Pekalongan sering meng-*update* tentang wisatanya dengan sering membuat konten video potensi wisata alam Kabupaten Pekalongan. Video promosi wisata alam Kabupaten Pekalongan tersebut dipromosikan melalui duta wisata setempat. Wisata alam Kabupaten Pekalongan juga sudah banyak dibuat konten video oleh masyarakat daerah maupun luar daerah.

b. Wisata Alam Kabupaten Pemalang



Gambar 3.12 Curug Sibedil dan Pantai Widuri Kabupaten Pemalang
 Sumber: <https://instagram.com/instapemalang?igshid=ZWizMWE5ZmU3Zg==>

Kabupaten Pemalang berada di sebelah timur Kabupaten Pekalongan. Wisata alam yang terdapat Kabupaten Pemalang cukup banyak jenisnya, namun tidak sebanyak Kabupaten Pekalongan. Potensi wisata alam yang dimiliki Kabupaten Pemalang, sangatlah dikelola dengan baik oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pekalongan, namun dari segi promosi pemerintah setempat tidak sering membagikan informasi wisatanya melalui media sosial. Masyarakat lokalpun jarang untuk membagikan momennya saat di wisata alam Kabupaten Pemalang.

3.2.6 Analisis 5W+1H, USP dan *Positioning*

a. 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why, How*)

1) *What* (apa) = Apa masalahnya?

Jika dibandingkan dengan Kabupaten Pekalongan, wisata alam Kota Pekalongan seperti: Taman Wisata Pasir Kencana, Wisata Bahari PPNP (Pelabuhan Perikanan Nusantara Pekalongan), Pantai Krematorium, *Pekalongan Mangrove Park*, dan Pantai Slamaran Indah memang kurang diminati oleh masyarakat. Karena salah satu alasannya adalah promosi yang dilakukan dari pihak Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan kurang informatif dan komunikatif, hanya melalui feed Instagram saja. Sehingga masyarakat Kota Pekalongan maupun dari luar Kota Pekalongan kurang tertarik bahkan tidak mengetahui informasi tentang wisata alam yang ada di Kota Pekalongan. Untuk itu perlu dirancang media

promosi berupa video promosi yang dapat menginformasikan kepada masyarakat mengenai pariwisata alam yang ada di Kota Pekalongan dan meningkatkan daya tarik pariwisata.

2) *Who* (siapa) = Siapa target audiensnya?

Target audiens perancangan video promosi pariwisata alam ini adalah masyarakat Kota Pekalongan secara khusus dan masyarakat Indonesia secara umum yang memiliki ketertarikan dengan pariwisata.

3) *When* (kapan) = Kapan masalah ini terjadi?

Masalah terjadi pada saat ini, karena belum optimalnya pihak Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Pekalongan dalam mempromosikan wisata alam Kota Pekalongan.

4) *Where* (dimana) = Dimana masalah ini terjadi?

Lokasi berada di Kota Pekalongan, Provinsi Jawa Tengah.

5) *Why* (kenapa) = Kenapa masalah ini terjadi?

Masalah ini terjadi karena belum optimalnya promosi yang dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan mengenai wisata alam Kota Pekalongan. Karena promosi yang dilakukan hanya melalui feed Instagram saja, yang dirasa masih kurang menarik, informatif dan komunikatif bagi masyarakat.

6) *How* (bagaimana) = Bagaimana cara mengatasi masalah ini?

Dari penjelasan diatas, penulis memilih media promosi berupa video promosi. Video promosi dipilih karena bisa dilihat kapanpun dan dimanapun, serta video promosi dapat menyampaikan informasi secara informatif dan komunikatif, yang mudah dimengerti bagi target audiens. Video ini nantinya akan dipublikasikan melalui Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan, dan platform setiap objek wisata yang terkait. Dengan harapan mampu memberikan informasi secara lengkap kepada masyarakat, dan masyarakat menjadi tertarik berkunjung ke wisata alam Kota Pekalongan.

Tujuan dari analisis 5W+1H ini adalah untuk membantu mengumpulkan informasi secara sistematis dan menyeluruh dalam sebuah

pertanyaan atau topik tertentu. 5W+1H merupakan singkatan dari *Who, What, When, Where, Why, dan How*, yang merupakan pertanyaan dasar dalam jurnalisme dan penelitian. Dengan menggunakan 5W+1H ini, dapat memastikan bahwa penulis telah mengumpulkan informasi yang lengkap dan akurat tentang suatu peristiwa, situasi, atau masalah tertentu. Dalam hal ini yaitu perancangan video promosi wisata alam Kota Pekalongan.

b. USP (*Unique Selling Point*)

Unique Selling Point atau USP adalah fitur atau keunikan produk atau jasa yang membedakannya dari produk atau jasa sejenis di pasar [36]. USP adalah elemen penting dalam strategi pemasaran, karena dapat membantu produk atau jasa untuk menonjol dan menjadi lebih menarik bagi konsumen.

USP pada video ini yaitu video promosi iklan wisata alam Kota Pekalongan, yang menggunakan bahasa atau diksi yang indah, dengan memasukkan informasi yang terdapat di setiap objek wisata. Video menggunakan konsep *cinematic voice narasi*. Dengan tetap pada tujuan utamanya, yaitu memberikan informasi yang lengkap. Pemberian informasi tersebut tersirat yang dikemas dalam narasi indah. Penggunaan *cinematic* berlatar belakang wisata alam sebuah kota, dalam hal ini adalah Kota Pekalongan, memang belum pernah ada. Ini yang membuat keunikan tersendiri dan membuat masyarakat sekitar, yakni masyarakat Pekalongan bisa beranggapan bahwa wisata alam Kota Pekalongan memang indah dan unik, tidak kalah dengan daerah sekitarnya.

Video menggunakan satu *talent* yang akan menceritakan wisata alam yang hanya ada di Kota Pekalongan, meliputi: Taman Wisata Pasir Kencana, Wisata Bahari PPNP (Pelabuhan Perikanan Nusantara Pekalongan), Pantai Krematorium, *Pekalongan Mangrove Park*, dan Pantai Slamaran Indah. Video menggunakan beberapa bahasa rupa yang cukup variatif dengan muatan pesan yang menyampaikan keunikan, kelebihan, dan fasilitas yang ada di setiap objek wisata. Divisualisasikan dengan beberapa tampilan

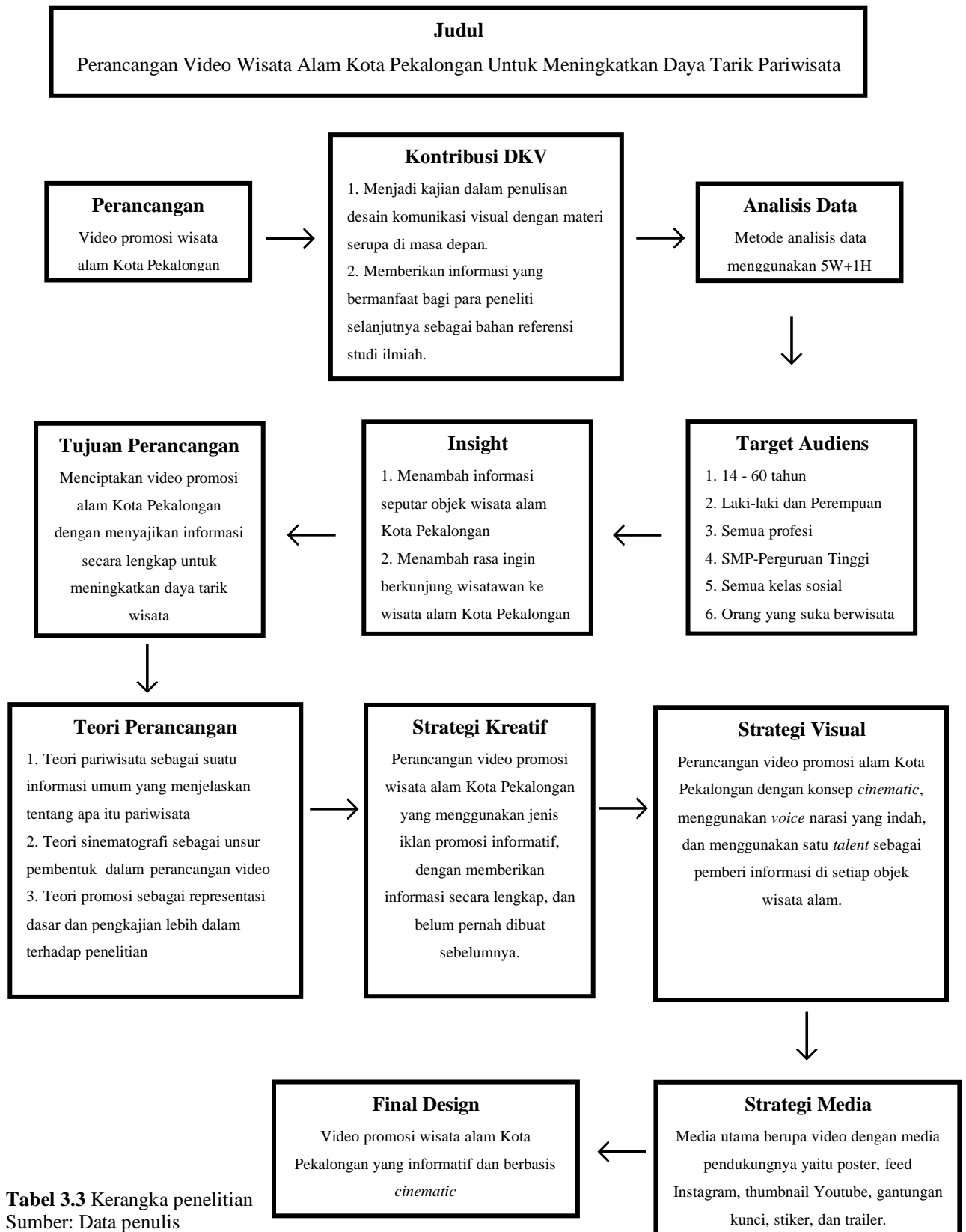
setting dengan penuh pergerakan kamera dan penggunaan instrumen musik yang sesuai dengan *cinematic* video, untuk memberikan kesan semangat pada karya video tersebut. Dengan harapan akan menguatkan karakteristik video.

c. Positioning

Positioning merupakan proses penentuan citra atau posisi yang diinginkan oleh sebuah produk, merek, atau perusahaan di mata konsumen atau pasar. *Positioning* biasanya dilakukan dengan membandingkan produk atau merek dengan pesaingnya dan menentukan bagaimana produk atau merek tersebut berbeda dari yang lain [37]. Tujuan dari *positioning* adalah untuk membedakan produk atau merek dari yang lain, memberikan nilai tambah atau keunikan, dan membuat produk atau merek lebih menarik bagi konsumen.

Positioning dalam penelitian adalah sebagai video iklan sebagai promosi khusus wisata alam Kota Pekalongan, berbasis *cinematic voice* narasi, yang memang belum pernah dibuat sebelumnya. *Cinematic voice* narasi merupakan jenis narasi yang digunakan dalam produksi video untuk menciptakan nuansa dramatis dan emosional [23]. Video ini dirancang untuk dipublikasikan menggunakan media sosial YouTube dan Instagram sebagai media publikasi utama melalui pihak Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekalongan dan akun setiap objek wisata, dengan harapan mampu memberikan informasi secara lengkap melalui jenis pesan informatif dengan daya tarik positif/rasional, yaitu dengan menyampaikan informasi dan fakta sesungguhnya dari semua objek wisata alam Kota Pekalongan.

3.3 Kerangka Penelitian



Tabel 3.3 Kerangka penelitian
Sumber: Data penulis

3.4 Jadwal Penelitian

No.	Bulan Minggu ke-	September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengumpulan data	■	■	■	■																																
2.	Pengolahan data			■	■	■	■	■																													
3.	Analisis data					■	■	■	■																												
4.	Pembuatan proposal						■	■	■	■	■	■																									
5.	Pengajuan proposal								■	■																											
6.	Revisi									■	■	■	■	■																							
7.	Seminar proposal													■																							
8.	Revisi													■	■	■																					
9.	Pra produksi																■	■	■	■	■	■	■	■													
10.	Produksi																								■	■	■	■									
11.	Pasca produksi																												■	■							
12.	Sidang tugas akhir																															■					

Tabel 3.4 Jadwal penelitian
Sumber: Data penulis