

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Indonesia sebagai negara kepulauan dan negara tropis memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor pariwisata. Segala hal yang memiliki keindahan dan nilai atau *value* dari keanekaragaman yang ada baik itu bersifat alami maupun buatan manusia ialah daya tarik wisata. Agrowisata Manggis yang luas kebun manggis ini sekitar 2 ribu hektar dengan pendapatan ekonomi sebanyak 500 ton setiap musim panennya dan proses pemanenan 1 tahun sekali ini dibudidayakan oleh warga setempat yang berlokasi di Kecamatan Pauh kota Padang lebih tepatnya Jln. Manggis Jawa Gadut Limau Manis Pauh Padang yang dikelola oleh warga setempat dan kelompok sadar wisata (POKDARWIS) limau manis.

Kampung tematik dikembangkan berdasarkan pada asumsi masyarakat dan dikelola warga setempat dan salah satu warga setempat selaku ketua tani wanita yaitu Nyak Aisyah beserta rombongannya sehingga hal ini dilakukan agar didalam pelaksanaan kampung tematik masyarakat dapat berpartisipasi, memiliki inisiatif serta kemampuan dalam mewujudkan kampung tematik.

Penikmat wisata buah manggis yang biasanya aktif mengunjungi dan menikmati buah manggis di Kampung Manggis, kini kian sepi maksud Agrowisata adalah rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan sektor pertanian atau perkebunan sebagai objek utamanya, dan kampung tematik

sendiri merupakan salah satu inovasi pemerintah kota untuk mengatasi permasalahan pemenuhan kebutuhan dasar utamanya pada peningkatan kualitas lingkungan rumah tinggal warga miskin dan prasarana dasar pemukiman. Sementara itu, Wali Kota Padang Hendri Septa mengatakan, atas nama Pemerintah Kota Padang menyambut baik adanya Kampung Manggis ini.

Sebab hal ini juga merupakan bagian dari program unggulan Pemko Padang, yaitu membuat kampung tematik, sekaligus bertekad mengembangkan wisata alam agrowisata. Manggis memiliki banyak potensi turunan, bisa untuk peningkatan ekonomi, bisa untuk obat-obatan dan bisa pula untuk kosmetik. Pengembangan kampung tematik kampung manggis ini menjadi kawasan yang ditetapkan pada peraturan SK Gubernur dengan potensi lahan sekitar 200 Hektar, hasil produksi mencapai 11.575 ton/tahun. Dengan keadaan tersebut pengembangan Kampung Tematik di Kampung Manggis menjadi Agrowisata sangat potensial di kota Padang.

Dalam pengembangan Kampung Manggis menjadi Kampung Tematik memiliki permasalahan tersendiri. Permasalahan utama dinilai dari kesiapan Kampung Manggis sebagai daerah Agrowisata dengan tidak didukung sumber daya manusia dalam promosi pengenalan kampung tersebut secara audio visual, Kemudian, tidak adanya profil yang bisa di perlihatkan kepada *stack holder* atau mitra dan masyarakat kota padang dalam pengembangan berkelanjutan, hingga fasilitas pendukung yang

tersedia di lokasi kampung manggis. Di era modern ini dimana efek dari globalisasi membuat perubahan yang sangat signifikan pada teknologi dan komunikasi, marketing melalui media sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh para pelaku usaha. Banyak yang menjadikan audio visual sebagai salah satu media yang tepat untuk mengajak masyarakat lokal maupun non lokal berkunjung ke Kampung Manggis Kampung Tematik di Kota Padang dengan cepat dan tepat menyebar. Perkembangan teknologi informasi pada era ini yang berupa multimedia telah memberikan kemudahan dalam penyampaian informasi melalui bentuk audio maupun visual. Desain Komunikasi Visual (DKV) juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih menarik. Salah satu penerapan Desain Komunikasi Visual (DKV) untuk visualisasi adalah Video Kampanye. Kampanye merupakan pemanfaatan metode komunikasi kepada khalayak umum agar bisa terkoordinasi dalam beberapa waktu tertentu. Kampanye yang dilakukan harus memiliki tujuan untuk mengarahkan masyarakat mengenai pemecahan masalah (Mukrimaa et al., 2016).

Kampanye adalah suatu rangkaian tindakan komunikasi yang sudah terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah khalayak umum. Dengan begitu bisa dilakukan secara berkelanjutan dalam kurun waktu tertentu. Tentunya adanya kampanye bisa menggiring opini dan juga tindakan masyarakat untuk melakukan suatu hal yang telah dikatakan oleh orang yang berbicara dan melakukan kampanye (Falimu, 2018). Hal ini sering terjadi pada saat-saat tertentu. Manfaat dari

kampanye tentu saja untuk mendapatkan dukungan secara besar-besar dari khalayak umum.

Saat ini teknologi menjadi hal yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia. Karena dengan adanya teknologi menjadikan segala macam aktivitas manusia menjadi jauh lebih mudah untuk dilakukan. Hal ini juga bisa memudahkan masyarakat saat akan melakukan kampanye. Karena dengan adanya teknologi, maka kampanye bisa dilakukan jauh lebih mudah. selain itu juga bisa menarik dukungan dari masyarakat secara lebih luas. Hal inilah yang menjadi banyak orang melakukan kampanye melalui media yang ada salah satunya perancangan video kampanye tersebut.

Untuk Pengembangan Kampung Tematik Kampung Manggis ini di butuhkan pendampingan secara berkelanjutan dalam peningkatan sumber daya manusia berbasis audio visual. hal ini di harapkan dapat mempromosikan daerah Kampung Manggis menjadi kawasan Agrowista di kota padang terbaik, pada dasarnya pariwisata juga harus melihat kemudahan kenyamanan serta kelebihan dari akses yang ada di tempat wisata tersebut.

Proses peneltian ini berkerja sama dengan mitra LPM (Lembaga Pemberdayaan Masyarakat) Limau Manis yang memang sebagai pendamping kawasan Kampung Manggis, kemudian dengan POKDARWIS (klompok sadar wisata) limau manis dan masyarakat setempat. Sehingga kegiatan peneltian di kampung tematik ini lancar.

B. Identifikasi Masalah

Dalam proses pengidentifikasi masalah yang telah dilakukan dapat di temukan beberapa masalah di Kampung Tematik Manggis, yaitu :

1. Permasalahan utama dinilai dari kesiapan Kampung Manggis sebagai daerah Agrowisata dengan tidak di dukung sumber daya manusia dalam promosi pengenalan kampung tersebut secara audio visual.
2. Tidak adanya profil yang bisa di perlihatkan kepada *stack holder* atau mitra dan masyarakat kota padang dalam pengembangan berkelanjutan
3. Kurangnya fasilitas pendukung yang tersedia di lokasi kampung manggis. Untuk meperkenalkan Kampung Tematik Manggis ke masyarakat luas.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, karena Kampung Tematik Manggis Kota Padang membutuhkan sebuah media promosi untuk mengajak masyarakat lokal maupun non lokal terutama para investor investor Sumatra Barat. Maka rancangan dibatasi pada :

Belum adanya fasilitas pendukung media promosi Kampung Tematik Manggis. Masyarakat kurang mendapat informasi Kampung Tematik Manggis.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, Kampung Tematik Manggis memiliki masalah pada sebuah promosi untuk mempromosikan Agrowisata Manggis kepada masyarakat sekitar maupun luar Sumatra Barat. Maka

masalah yang dapat di rumuskan dalam perancangan ini adalah:

Bagaimana menciptakan Video Kampanye yang menarik minat untuk perhatian Investor ?

E. Tujuan Perancangan

1. Tujuan umum

Tujuan umum dari perancangan ini adalah membuat Kampung Tematik Manggis sebagai Agrowisata yang sudah lama beroperasi tidak terlupakan dan juga diharapkan dengan adanya media promosi seperti video kampanye ini Kampung Tematik Manggis lebih dikenal bukan di sumatra barat saja.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari perancangan media promosi video kampanye ini untuk mengingatkan kepada generasi muda Kampung Tematik ini adalah salah satu kampung yang masih asri alam nya dan nyaman di pandang oleh mata telanjang seharusnya di lestarikan dan di kembangkan hingga hasil tanaman nya bisa bersaing dengan hasil panen negara negara lain.

F. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari penelitian ini :

1. Bagi Perancang

- a. Mendapatkan pengalaman secara nyata dalam memecahkan persoalan karya ilmiah yang dihadapi sehingga dapat berguna

untuk bekal dalam menentukan langkah dimasa depan sebagai contoh media informasi yang efektif untuk dilakukan

- b. Sebagai bentuk penerapan ilmu yang berhubungan dengan Desain Komunikasi Visual di lain waktu.
- c. Meningkatkan kreatifitas dan pengembangan ide dalam lingkup Komunikasi Visual.
- d. Merancang audio visual yang kreatif dan komunikatif

2. Bagi Universitas

- a. Hasil karya rancangan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk di jadikan acuan bagi civitas akademika
- b. Sebagai acuan bagi mahasiswa tingkat nantinya untuk melanjutkan perencanaan penelitian yang sama di Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
- c. Agar dapat bermanfaat bagi civitas akademika Universitas Putra Indonesia “YPTK” padang dan seluruh perguruan tinggi

3. Bagi Masyarakat

Membangun peran serta masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengembangan dan menjadi objek agrowisata terbaik di Sumatera Barat khususnya kota padang.