

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Belakangan ini kuliner di Indonesia semakin berkembang. Mengungkapkan bahwa kefasihan esa kebiasaan yang bisa dilakukan adalah pakai mengamalkan bentuk baru yaitu Branding. Wheeler (2012) mengatakan branding, suatu produk akan lebih mudah dikenal dan diingat masyarakat. Salah satu bisnis makanan yang terkenal yang memiliki khas dan wajib dicoba ialah di Kota Bojonegoro.

Kabupaten Bojonegoro mengadakan putaran berusul wilayah di Jawa Timur, di mana pisang sebagai produk berkualitas tinggi, penanaman meningkat sebesar 427.110 pada tahun 2013. Kondisi ini dapat menghambat perkembangan perusahaan kustomisasi pisang, termasuk Ledre. Dalam pengembangan industri pertanian kulit di Kabupaten Bojonegoro ada sejumlah aspek signifikan yang butuh memperoleh perhatian seperti penyediaan bibit mentah, pengolahan atau pengolahan dan perdagangan. Kesepakatan tersebut memicu ujung tombak agenda ekuitas, yang beroperasi di bagian domestik barang dan jasa. Produksi dan perdagangan saling terkait erat. Ekspansi pertanian tidak meningkatkan loyalitas tanpa dukungan di mana bisnis bagus, memungkinkan efek pertanian di masa depan diselundupkan ke tingkat kebijaksanaan yang dapat diterima. Kabupaten Bojonegoro merupakan dunia yang dijadikan sebagai pusat budidaya dan perdagangan kulit, namun perkembangannya masih terhambat.

Satu diantara peluang yang tengah mengalami perkembangan masa kini ialah wisata kuliner. Kabupaten Bojonegoro menawarkan banyak kuliner khas dan oleh-oleh khas daerah jenis, makanan olahan pisang andalan Bojonegoro adalah Pisang Ledre. Makanan berbentuk gulungan yang sudah ada sejak lama di Bojonegoro dan cara pembuatannya masih tradisional. Ledre dibuat oleh perusahaan lokal (industri rumahan) dan pengolahan makanan khas ini dilakukan di Kabupaten Bojonegoro. Ledre terbesardi Bojonegoro terletak 25 km (kilometer) sebelah barat kota Bojonegoro.

Ledre ialah makanan khas Bojonegoro. Makanan ini dibuat beserta menambahkan rasa pisang yang manis. Ledre ini dirancang untuk mengembangkan produk pisang, salah satu produk unggulan penguasa Bojonegoro. Bahan baku ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan di daerah tersebut karena kemampuannya beradaptasi terhadap banjir yang sering terjadi di Bojonegoro karena merupakan salah satu wilayah administrasi yang dilalui aliran Sungai Bengawan Solo. Pisang tumbuh dengan baik di tepian Sungai Bengawan Solo, di ladang atau di pekarangan rumah. Produksi yang melimpah mendorong berkembangnya aneka olahan pisang ledre, pisang tepak, alas pisang dan kripik pisang.

Perkembangan industri dalam negeri menawarkan prospek yang baik bagi perekonomian Kabupaten Bojonegoro. Perusahaan Ledre dijalankan oleh keluarga pengrajin sendiri dengan sistem bisnis keluarga, dan umumnya keterampilan para pengrajin Ledre Bojonegoro diwariskan dengan turun-temurun juga memiliki sifat kekeluargaan. Industri Ledre dalam pengembangan usahanya yaitu adanya pandangan ke depan (*good hope*) untuk mengetahui bahwa perusahaan masih dapat berkembang lebih jauh dan tetap menggunakan sistem kekeluargaan dan meningkatkan hasil serta mampu memajukan Ledre. lebih luas kemudian produksi Ledre lebih bermutu dan pemasaran hasil produksi dikelola secara mandiri serta mampu bersaing juga bertahan di dunia niaga dan pasar nasional, juga tercapainya.

Ledre "Nyonya Seger" menjadi satu diantara merek Ledre yang berdiri juga dikenal sejak tahun 1997 juga masih eksis sampai tahun 2023. Ledre ibu Seger dianggap selaku pemimpin pasar dan memulai dengan pembuatan dan penjualan kulit. Dari tahun 1929 produksi Ledre dimulai oleh ibu Min Tji. Kemudian diwariskan oleh generasi lain bernama Nyonya Seger, dan produksinya adalah masih dalam pengembangan. Nama "Nyonya Seger" lebih mudah diingat. Ledre "Nyonya Seger" menjadi satu diantara merk Ledre yang masih mempertahankan resep kuno warisan leluhur juga keaslian produknya tanpa bahan pengawet sehingga tetap terjaga keawetannya. Keunggulan melalui produk ini Ledre "Ny. Seger" ini terdiri dari dua jenis yaitu Ledre normal beserta ukuran sekitar 23 cm (centimeter) juga kulit khusus beserta ukuran sekitar 18 cm (centimeter).



*Gambar 1.1 Rumah Produksi Ledre*

Salah satu produk olahan pisang dari Bojonegoro dengan kualitas terbaik adalah Pisang Ledre. Ledre sangat nyambung dengan kota Bojonegoro karena keunikannya. Jika Anda berkunjung ke Bojonegoro tetapi tak membawa Ledre selaku oleh-oleh, kunjungan tersebut dinilai kurang lengkap. Produk Ledre Ny. Seger membutuhkan merek produk untuk memperkuat merek produk atau jasa, karena tugas merek adalah untuk membedakan produk satu sama lain.

Melihat masalah tersebut, diperlukan “Optimasi Branding Dan Media Sosial Ledre Ny. Seger Khas Bojonegoro Sebagai Upaya Peningkatan Citra Dan Promosi Produk” yang berfungsi untuk membantu masyarakat agar mengetahui makanan khas daerah Bojonegoro melalui media sosial.

Peran peneliti dalam bidang ilmu Desain Komunikasi Visual membantu meningkatkan nilai produk yang lebih menarik. Berdasarkan uraian permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai tentang “Optimasi Branding Dan Media Sosial Ledre Ny. Seger Khas Bojonegoro Sebagai Upaya Peningkatan Citra Dan Promosi Produk”. Hal ini mampu menjangkau calon konsumen baru sehingga dapat menonjol dari pesaing lainnya. Serta dapat memperluas jangkauan produk yang dapat menciptakan layanan yang efektif sehingga mampu meningkatkan keuntungan dengan memberikan perubahan tampilan baru untuk produk Ledre. Perubahan tampilan baru pada produk Ledre menimbulkan kesan yang bagus sehingga produk yang dijual tersebut dapat bersaing dengan produk terkenal lainnya. Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap masyarakat terbantu melalui “Optimasi Branding Dan Sosial Media Ledre Ny. Seger Khas Bojonegoro Sebagai Upaya Peningkatan Citra Dan Promosi Produk”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang diamati, maka dirumuskan beberapa rumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara meningkatkan citra merek produk Ledre Ny. Seger sebagai makanankhas Bojonegoro?
2. Bagaimana cara meningkatkan promosi dan penjualan produk Ledre Ny. Seger Khas Bojonegoro?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang diamati, maka dirumuskan beberapa rumusan sebagai berikut:

1. Perencanaan Branding produk Ledre Ny. Seger akan menjadi solusi efektif untuk pengaruh citra produk.
2. Perancangan media sosial instagram akan menjadi solusi efektif untuk peningkatan promosi dan penjualan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini untuk beberapa pihak adalah sebagai berikut :

### **a. Bagi Penulis**

“Optimasi Branding Dan Sosial Media Ledre Ny. Seger Khas Bojonegoro bermanfaat untuk referensi dan pembelajaran produk branded baru sebagai informasi tambahan dan referensi bagi mahasiswa tentang teori penerapan model Kuliah desain komunikasi visual, bekerja hidup dan masyarakat luas.

### **b. Bagi Usaha Rumahan (Home Industri)**

Sebagai sebuah gerakan memperhatikan trend produk dan meningkatkan keuntungan dengan memberikan kesan bahwa produk yang dijual adalah makanan khas daerah, cocok untuk dikonsumsi oleh semua kalangan.

### **c. Bagi Masyarakat**

Dengan adanya “Optimasi Branding Dan Sosial Media Ledre Ny.Seger Khas Bojonegoro Sebagai Upaya Peningkatan Citra Dan Promosi Produk” akan dipromosikan dengan branding dan sosial media dapat meningkatkan brand serta promosi untuk lebih dikenalkan ke masyarakat luar.

d. Bagi Universitas

“Optimasi Branding Dan Sosial Media Ledre Ny.Seger Khas Bojonegoro Sebagai Upaya Peningkatan Citra Dan Promosi Produk” makanan khas daerah dan menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual kepada mahasiswa akademisi Universitas Internasional Semen Indonesia.

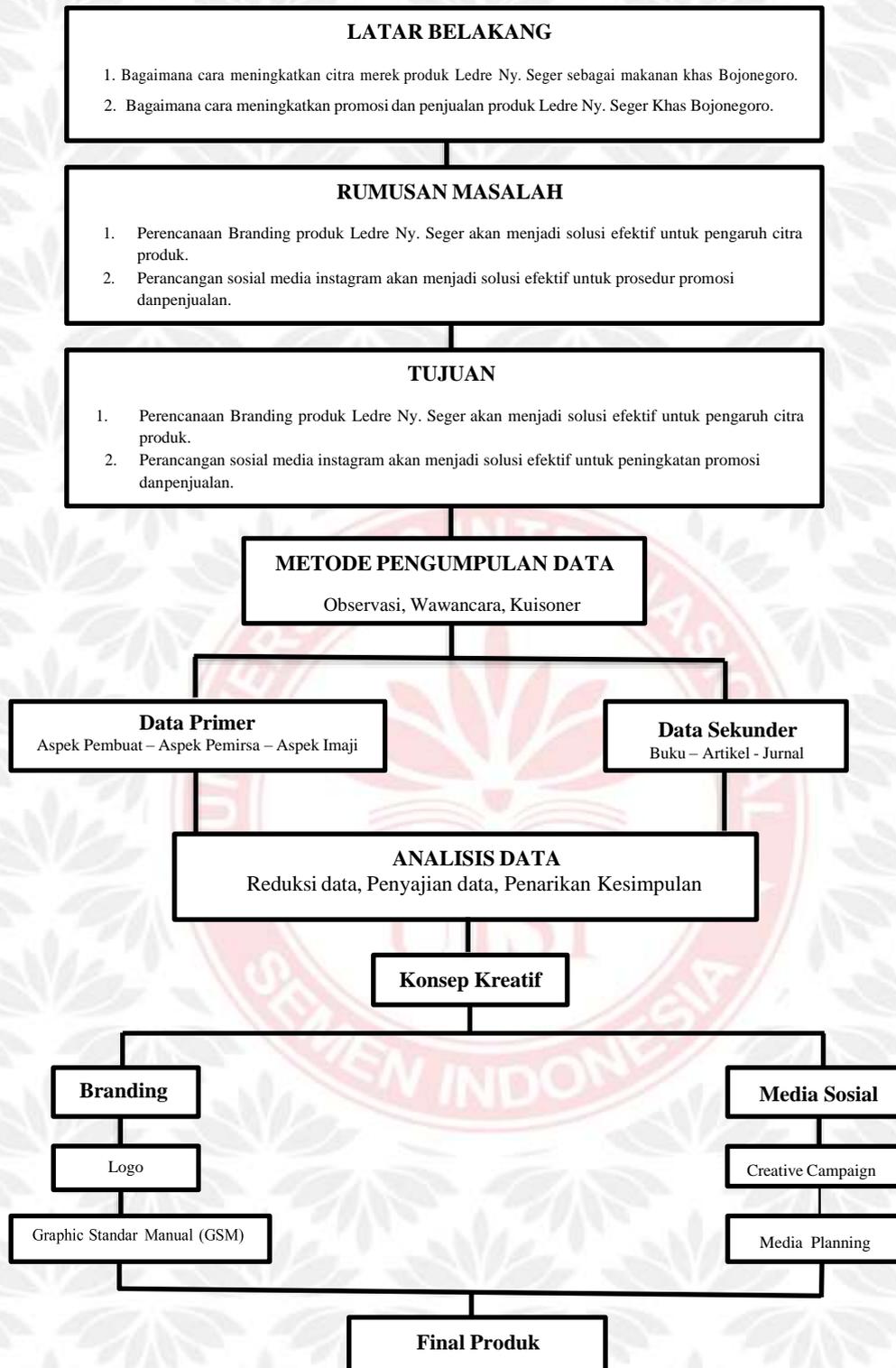
### **1.5 Batasan Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti melakukan membatasi bagaimana penelitian dilakukan untuk menghindari divergensi, atau memperluas topik sehingga penelitian lebih terarah dan memfasilitasi diskusi untuk membantu mencapai tujuan penelitian.

Batasan untuk mendukung fokus penelitian adalah sebagai berikut :

1. Populasi mencakup seluruh area kabupaten Bojonegoro dan sebagian area Lamogandan Tuban.
2. Sampling yang digunakan yaitu random sampling.
3. Luaran untuk solusi sosial media hanya dibatasi untuk Instagram saja
4. Media utama yaitu GSM (Graphic Standar Manual) dan media pendukung yang menunjang penjualan yaitu Kemasan, Tas kertas, Stiker, dan Banner.
5. Perancangan branding ini dibatasi pada pembuatan media utama dan prototype media pendukung.

## 1.6 Kerangka Pemikiran



Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran