

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negeri yang kaya akan sumber daya alam dan ragam budaya, mulai dari adat istiadat, bahasa daerah, rumah, pakaian, makanan dan minuman[1]. Makanan khas daerah-daerah di Indonesia terkenal dengan cita rasa yang lezat dan menggugah selera. Setiap daerah memiliki makanan khas masing-masing dengan citra rasa yang unik dan memiliki nilai gizi, salah satunya di Kabupaten Banyumas.

Banyumas memiliki salah satu kuliner makanan dan jajanan khas dengan rasa yang lezat dan disukai para wisatawan. Berdasarkan wawancara dengan Dinas Kesehatan Kabupaten Banyumas menyatakan bahwa banyak wisatawan menyukai makanan dan jajanan khas dari Banyumas seperti soto Sokaraja, kluban, tempe bogkretek, buntel sampai makanan ringan seperti mendoan, nopia, cimplung, onde-onde, getuk goreng, ondul dan lain sebagainya. Terdapat juga pusat industri wisata kuliner di Banyumas diantaranya soto kecil Sokaraja dan getuk goreng Haji Tohirin di Sokaraja, Kampung Nopia Mino dan golang-galing di Banyumas, sate kilo di Gumelar, bandeng Adisara di Jatilawang, kripik tempe di Sawangan Purwokerto, tahu di Desa Kalisari dan lain-lain.

Terdapat salah satu desa di Kecamatan Cilongok yang terkenal sebagai desa pusat industri tahu yaitu Desa Kalisari. Industri kecil tahu di Desa Kalisari sudah terkenal sejak tahun perkembangan industri pada tahun 2013. Desa Kalisari bertetangga dengan Desa Karangtengah yang terdapat objek wisata Curug Cipendok. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh penduduk Desa Kalisari dengan menjadikan tahu kalisari sebagai oleh-oleh para wisatawan Curug Cipendok karena salah satu akses jalan menuju Curug Cipendok melewati Desa Kalisari.

Selain tahu, Desa Kalisari juga memproduksi kerupuk ampas tahu. Salah satu pengrajin kerupuk ampas tahu adalah bapak Suwardi dan ibu Daryati.

Sebelumnya suami istri ini adalah pengrajin tahu biasa. Namun semenjak anaknya menikah sekitar tahun 2010, beliau beralih profesi menjadi pengrajin ampas tahu yang dinilai lebih efisien dari segi alat dan bahan. Bapak Suwardi sebelumnya dibantu dengan tiga tenaga pembantu dalam memproduksi kerupuk ampas tahu. Namun, saat munculnya pandemi Covid-19, produk kerupuk ampas tahunya kini hanya dikerjakan oleh bapak Suwardi dan ibu Daryati.

Usaha kerupuk ampas tahu produksi bapak Suwardi ini sudah pernah dipromosikan melalui media sosial. Karena kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan media, akun media sosial tersebut terbengkalai, membuat pemasukan usaha bapak Suwardi menurun. Hal ini diperparah juga dengan adanya pandemi Covid-19. Selain media sosial untuk usaha kerupuk ampas tahu, bapak Suwardi ini juga belum mempunyai *brand* dan material promosi yang menggambarkan produk tersebut, sehingga belum banyak orang yang mengetahui kerupuk ampas tahu produksi bapak Suwardi.

Brand adalah menafsirkan informasi yang muncul pada *audience* mengenai sebuah perusahaan[2]. *Brand* mempunyai peranan yang sangat penting untuk membangun suatu *brand* menjadi *brand* yang kuat dan dapat dipercaya masyarakat. Selain itu *brand* kerupuk ampas tahu produksi bapak Suwardi juga membutuhkan material promosi untuk membangun kepercayaan konsumen dan menambah daya tarik.

Berdasarkan uraian di atas, maka suatu usaha harus memiliki identitas atau *brand*. Untuk menghadapi persaingan, perlu dilakukan proses *branding* yang dapat menunjang *brand* kerupuk ampas tahu produksi bapak Suwardi. Berdasarkan hal ini maka penulis akan merancang *branding* kerupuk ampas tahu bapak Suwardi Desa Kalisari Banyumas sebagai media promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana merancang *Branding* kerupuk ampas tahu bapak Suwardi Desa Kalisari Banyumas sebagai media promosi?
- 1.2.2 Bagaimana merancang media promosi kerupuk ampas tahu produksi bapak Suwardi Desa Kalisari?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk merancang alternatif *Branding* kerupuk ampas tahu bapak Suwardi Desa Kalisari Banyumas sebagai media promosi.
- 1.3.2 Untuk merancang media promosi kerupuk ampas tahu produksi bapak Suwardi Desa Kalisari, kemudian diaplikasikan ke media yang ditentukan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang akan dilaksanakan ini adalah sebagai berikut:

- 1.5.1 Bagi Institusi
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran dan referensi bagi mahasiswa maupun dosen, serta sebagai acuan untuk meneruskan penelitian lebih lanjut.
- 1.5.2 Bagi Keilmuan
Dengan penelitian ini diharapkan sebagai tambahan kepustakaan mengenai *branding* dan sebagai bahan referensi penerapan teori desain komunikasi visual serta memungkinkan diadakannya penelitian lanjutan terkait *branding* usaha kerupuk ampas tahu produksi bapak Suwardi.

1.5.3 Bagi Masyarakat

Perancangan *branding* kerupuk ampas tahu produksi bapak Suwardi Desa Kalisari diharapkan dapat menunjang *brand* untuk menghadapi persaingan bisnis dibidang kuliner.