

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Strategi merupakan suatu cara atau perencanaan yang dilakukan untuk mencapai suatu pencapaian dengan tujuan untuk mencapai suatu sasaran tertentu. Dalam lingkup public relations strategi sangat diperlukan dalam menyusun rencana kedepan utamanya dalam kegiatan branding. Strategi yang digunakan juga akan sangat berpengaruh terhadap proses branding. Dilakukannya penyusunan strategi yang tepat dapat menghasilkan perencanaan dapat berjalan sesuai harapan.

Branding berasal dari kata brand, dimana brand memiliki arti produk, merk maupun tempat. Branding adalah suatu kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk memperkuat, mengenalkan serta mempertahankan sebuah brand dalam rangka memberikan perspektif positif kepada setiap orang yang melihat mendengar dan mengetahuinya. Tujuan utama dari branding adalah untuk membangun citra, meningkatkan ketertarikan, promosi serta meningkatkan daya tarik kepada pengunjung, konsumen dan setiap orang kepada suatu brand. Melalui proses pelaksanaan branding yang baik sebuah brand dapat memberi kesan yang baik kepada para pengunjung, pengguna maupun konsumen, sehingga dapat membangun citra positif sebuah brand yang akan menimbulkan loyalitas pengguna, pengunjung dan konsumen kepada sebuah brand.

Budaya adalah salah satu hal baik cara hidup, kebiasaan serta adat istiadat yang bersifat turun temurun serta dipegang teguh oleh sekelompok masyarakat. Seperti yang dijelaskan oleh Parsudi Supardi Budaya merupakan pengetahuan manusia yang dimanfaatkan untuk mengetahui serta memahami pengalaman lingkungan yang mereka alami. Budaya akan melekat pada diri seorang individu. Masyarakat akan bergelut dengan budaya setiap hari dan setiap saat tanpa mereka sadari. Budaya dapat berupa kegiatan, pakaian, dan kebiasaan yang ada disekitar masyarakat. Unsur unsur budaya itu sendiri yaitu : 1) Bahasa, 2) Sistem mata pencaharian, 3) Kesenian, 4) Sistem peralatan, 5) sistem pengetahuan, dan 6) sistem religi.

Pasar atau peken dalam bahasa jawa artinya adalah suatu tempat terjadinya proses jual beli, serta terjadinya proses pemenuhan kebutuhan setiap individu. Pasar terbagi dalam berbagai macam jenis, salah satunya adalah PLC atau Peken Lawas Candimulyo yang terletak didesa Candimulyo Kecamatan Dolopo. Dalam proses jual beli yang dilaksanakan tentunya juga trjadi aktivitas komunikasi.

Peken Lawas Candimulyo atau dalam bahasa Indonesia Pasar Lama Candimulyo merupakan pasar yang didalam pelaksanaannya sangat kental dengan budaya serta hal-hal tradisional, sesuai dengan namanya PLC atau Peken Lawas Candimulyo terletak di Desa Candimulyo, Pasar ini mulai beroperasi sejak tahun 2019. PLC ini buka setiap satu Minggu sekali di hari Minggu. Dalam proses pelaksanaan PLC terdapat banyak hal-hal tradisional serta budaya mulai dari makanan yang dijual semua merupakan makanan

tradisional, alat transaksi yang digunakan, baju yang digunakan oleh pedagang serta alat makan atau tempat makan dari bathok kelapa dan daun pisang. Kegiatan serta benda-benda jadul yang ada dalam proses pelaksanaan PLC tentu hal tersebut sangat erat dengan budaya Jawa. Selain itu tanpa disadari dalam kegiatan yang dilakukan tentu tersiat makna tertentu. Keunikan yang ada dalam kegiatan PLC ini tentunya memiliki daya tarik sendiri bagi pengunjung.

Budaya memiliki keterkaitan dalam poses branding, keunikan dan ciri khas dalam suatu budaya yang ada dalam suatu brand, dapat memberi nilai lebih dalam proses branding, hal tersebut dapat menimbulkan identitas baru dalam suatu brand yang dapat menarik konsumen, pengguna maupun pengunjung pada suatu brand. Rob Fields menjelaskan “Budaya adalah satu hal yang memungkinkan pemasaran menjadi lebih engage dan relevan ketika membangun sebuah brand” menyisipkan budaya dalam strategi branding memberi pemahaman yang lebih baik mengenai asumsi konsumen dan memberi peluang baik untuk sebuah merk dapat tumbuh. Seperti halnya yang diterapkan oleh event PLC ini. Dalam kegiatan yang dilakukan proses branding event PLC sangat bersinggungan dengan budaya, terutama budaya Jawa. Hal tersebut dapat memberi ciri khas tersendiri dalam event PLC yang akan meningkatkan citra serta perspektif konsumen dan pengunjung tentang event PLC.

Dalam proses pelaksanaan branding sendiri juga sangat bersinggungan dengan kegiatan marketing, Branding dan

marketing/pemasaran memang bukanlah 2 hal yang sama, namun keduanya memiliki hubungan yang saling melengkapi. Sederhananya adalah, marketing berfungsi untuk memberikan informasi brand kepada konsumen. Di sisi lain, Branding berfungsi untuk membentuk dan membuat “bahan dasar” brand. Maka dalam penelitian kali ini penulis akan menggunakan teori marketing mix 11p dimana didalamnya bersinggungan dengan aktivitas public relation yang berkaitan dengan proses branding. Menurut Kotler (2000) dalam Jurnal yang ditulis oleh Hidayati tahun 2020 Teori marketing mix 11p ini terdiri atas 1) Product, 2) Price, 3) Promotion, 4) Place, 5) People, 6) Public Relation, 7) Physical evidence, 8) Power, 9) Pressure, 10) Performance, dan 11) Proses.

Pada penelitian kali ini metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis merupakan metode Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan sebuah gambaran metode yang bertujuan untuk membentuk sebuah gambaran atau deskriptif mengenai keadaan suatu objek mengenai pendalaman yang lebih spesifik dan transparan.

Berdasarkan uraian diatas , penelitian ini berjudul Analisis Strategi Branding PLC “Peken Lawas Candimulyo” desa Candimulyo Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun dalam Nilai-Nilai Budaya Jawa.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Bagaimana Analisis Branding PLC “Peken Lawas Candimulyo”  
Desa Candimulyo Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun dalam  
Penerapan Nilai-Nilai Budaya Jawa?



### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Proses Branding PLC “Peken Lawas Candimulyo” Desa  
Candimulyo Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun dalam Penerapan  
Nilai-Nilai Budaya Jawa.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis  
maupun secara praktis :

#### **1. Manfaat Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan baru  
serta dapat menjadi acuan dan informasi bagi peneliti  
selanjutnya.

#### **2. Manfaat Secara Praktis**

Penelitian ini dapat menambah wawasan, informasi, serta  
pengetahuan bagi penulis mengenai strategi branding suatu  
event atau kegiatan tertentu.