

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Provinsi di pulau Jawa khususnya di Jawa bagian timur merupakan daerah yang terletak di Negara Kesatuan Republik Indonesia, yang di kenal oleh dunia karena memiliki berbagai macam potensi Alam di darat ataupun laut, sejarah, budaya serta potensi buatan. Dengan pengelolaan potensi alam yang baik serta terstruktur dapat meningkatkan dan menggerakkan perekonomian masyarakat sekitar ataupun pemerintah daerah. Dalam hal ini peranan public relation dalam membranding terkait potensi potensi yang ada di daerah nya masing masing sangatlah vital, karena dengan sukses nya peranan seorang public relation dalam mengenalkan potensi potensi yang ada dapat meningkatkan daya tarik dari daerah tersebut sehingga masyarakat luas dapat mengenal apa saja yang ada di tempat itu.

Secara umum, salah satu fungsi public relations adalah untuk membangun sebuah branding dari suatu lembaga atau perusahaan yang nantinya akan memberikan timbal balik kepada pelaku public relation tersebut. Public relation juga bisa memiliki fungsi sebagai yang menggabungkan antara dua belah pihak seperti produsen dengan konsumen dan juga dalam lingkup organisasi, dalam hal ini menunjukkan bahwasanya peran public relation memiliki peranan yang vital dalam sebuah organisasi. Dengan begitu membuat sebuah brand yang tepat harapan nya bisa memberikan nilai nilai

yang baik.

Istilah branding, Branding merupakan kegiatan komunikasi yang biasanya dilakukan oleh sebuah perusahaan /industry, organisasi atau yang bersifat personal tetapi memiliki tujuan untuk memperoleh feedback serta potret yang baik di mata konsumen ataupun masyarakat luas pada umumnya. Sehingga di era sekarang sangat penting nya peran public relation dalam pembangunan image perusahaan, tidak hanya dalam bidang perusahaan saja melainkan memiliki peranan yang kompleks sampai meliputi di bidang wisata alam, seni dan budaya daerah.

Di era sekarang identitas adalah sebuah hal yang penting, karena identitas adalah jadi diri dari individu, golongan, daerah bahkan sebuah Negara. Tanpa di sadari jaman sekaraang krisis identitas banyak terjadi karena tergerus oleh lajunya jaman. Maka dari itu penting nya menanam jati diri atau identitas yang kuat untuk memiliki nilai tambah atau value yang lebih seperti keunikan, karakter, menunjukkan kreativitas dari masyarakat local dan menjadi unsure pembeda dengan tempat yang lain nya. Identitas ini di peroleh dengan proses yang cukup lama tahunan bahkan sampai ratusan tahun. Dalam perspektif komunikasi, identitas tidak dihasilkan secara sendiri, melainkan dihasilkan melalui proses komunikasi dengan yang lain. Identitas dapat dinegosiasikan, diperkuat, dan dirubah dalam suatu proses komunikasi.

Identitas daerah atau dalam lingkup kecil seperti desa memiliki 2 unsur penting yaitu fungsi internal dan fungsi eksternal. Fungsi internal adalah untuk menyatukan masyarakat dalam mencapai visi dan misi sehingga dapat tercapainya cita cita bersama. Sehingga dapat menanamkan rasa cinta terhadap daerah nya dan

terus membantu mengembangkan dan menggali potensi yang ada, bukan hanya itu fungsi internal juga dapat menjadi sumber penangkal terhadap budaya luar yang tentu nya tidak semua budaya tersebut cocok dengan visi misi dan isentitas dari daerah tersebut. Untuk fungsi eksternal adalah sebagai sarana daya tarik dan citra positif daerah sehingga secara tidak langsung berdampak dengan pariwisata serta perekonomian masyarakat lokal pembedaan identitas daerah ini di serap dengan baik oleh desa plancungan ponorogo sebagai desa yang memiliki identitas sentral pembuatan gerabah yang ada di kabupaten Ponorogo. Sudah generasi ke generasi budaya pembuatan gerabah ini berjalan. Tetapi seiring berjalannya waktu budaya pembuatan gerabah ini mengalami pengikisan oleh zaman. Banyak dari warga desa memilih pekerjaan yang tidak berhubungan dengan gerabah.

Gerabah merupakan perabotan rumah yang di buat menggunakan tanah liat dan di bentuk dengan sedemikianrupa lalu di bakar untuk di jadikan peralatan yang mempermudah kehidupan manusia, biasanya berbentuk cawan/wadah. Gerabah adalah bagian dari keramik yang dilihat berdasarkan tingkat kualitas bahannya. Menurut The Concise Colombia Encyclopedia (1995), kata keramik berasal dari bahasa Yunani “keramikos”, yang artinya suatu bentuk dari tanah liat yang telah mengalami proses pembakaran.

Dari sisi sejarah gerabah sudah di buat dari zaman prasejarah dimana gerabah tersebut banyak di temukan terdapat di lokasi pemakaman raja raja pada zaman dahulu contoh di peradapan mesir kuno. Selain itu pada zaman dahulu gerabah juga memiliki fungsi sebagai perkakas rumah tangga dan keperluan spiritual seperti

pemakaman dan pemujaan terhadap dewa yang di percayai.

Pada awal prasejarah tembikar atau gerabah di buat manual menggunakan tangan dan menyisakan banyak sekali bekas bekas tangan serta memiliki tekstur yang kasar dan bentuk yang kurang simetris. Di era awal pembuatan nya gerabah di buat dengan desain yang masih polos tanpa adanya motif dan daya tahan yang tidak cukup baik. Tetapi sekarang gerabah mengalami perkembangan yang sangat pesat khususnya di bagian desain yang memiliki banyak sekali motif dan bentuk yang menarik serta daya tahan yang lebih baik dari sebelum nya. Serta di jaman sekarang cara pembuatan tembikar sudah mengalami modernisasi dengan tapak batu dan roda putar sehingga memudahkan proses produksi.

Salah satu desa di ponorogo kecamatan selahung sudah dari zaman dahulu menjadi sentra pembuatan gerabah tradisional. Yang bernama desa plancungan, nama desa ini sudah banyak di kenal di dalam maupun luar kota sebagai penghasil kerajinan gerabah tradisional yang memilliki kualitas yang baik, bukan hanya itu desa pelancungan juga bisa menjadi sarana edukasi perihal pembuatan gerabah. Di desa ini pembuatan gerabah masih sangat tradisional tanpa adanya alat khusus untuk pembuatannya / manual. Keahlian pengerajin gerabah di Desa Plancungan sudah tidak perlu di ragukan, gerabah sudah menjadi identitas bagi desa plancungan bukan hanya itu pekerjaan tersebut sudah di turunkan secara turun temurun dari generasi ke generasi. Sudah sejak sekitar tahun 1949 bahkan tahun sebelum itu sentral pembuatan gerabah sudah ada di desa plancungan. Sedari kecil anak anak sudah diberikan pengajaran terkait bagaimana proses pembuatan gerabah agar budaya pembuatan

gerabah ini tidak mengalami kepunahan. Bahkan seorang pengrajin dapat membuat 35 variasi bentuk seperti kendi, pot, vas bunga, wadah air serta masih banyak yang lainnya dan memiliki berbagai macam ukuran dari yang besar sampai ukuran yang kecil. Untuk penjualannya sudah sampai menembus ke pasar Nasional untuk penjualan yang paling besar berada di Surabaya, Mojokerto dan kota-kota lain yang berada di Jawa Timur.

Tapi pengrajin di desa Plancungan kini kian terpinggirkan oleh cepatnya arus pergerakan zaman, karena pekerjaan ini sudah tidak dianggap menjanjikan. Karena harga yang terus menurun. Walaupun sudah sangat berusaha uang yang didapatkan tidak lebih dari 30 ribu rupiah. Sehingga ketertarikan generasi muda untuk meneruskan usaha tersebut tidak ada karena dianggap bukan usaha yang menjanjikan. Banyak pelaku usaha kerajinan gerabah yang akhirnya gulung tikar akibat harga yang tidak sesuai dengan tenaga untuk pembuatannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis begitu tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul **“ANALISIS KONSEP IDENTITAS BRANDING DESA PLANCUNGAN SELAHUNG PONOROGO SEBAGAI DESA GERABAH”** menggunakan teori milik Kotler, P., & Pfoertsch dengan metode penelitian Kualitatif.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana aktivitas branding yang sudah dilaksanakan oleh pemerintahan

Desa Plancungan dalam menjadikan gerabah sebagai Identitas Desa Plancungan?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui aktivitas branding Desa Plancungan dalam menjadikan gerabah sebagai Identitas Desa Plancungan

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Bersama dengan adanya Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebuah tolak ukur dalam proses branding produk, serta referensi untuk peneliti yang selanjutnya

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini dapat membuka wawasan dan kepekaan terhadap fenomena apa saja yang ada di lingkungan sekitar serta pengaplikasian ilmu yang sudah di dapat selama menjadi Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi

b. Bagi universitas

Hasil penelitian ini dapat di tambahkan dalam Perpustakaan Kampus sehingga dapat di baca oleh Mahasiswa lain

c. Bagi Pemerintahan

Dengan adanya peneliian ini di harapkan menjadi saran dan masukan kepada Pemerintahan Daerah terkait penting nya sebuah *Brand Identity*

