

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi memiliki strategi yang berarti sebuah aktivitas komunikasi yang dilakukan guna untuk mencapai tujuan komunikasi. Adapun salah satu tujuan komunikasi adalah menyampaikan pesan atau informasi yang disampaikan secara efektif sehingga membentuk opini publik. Dalam strategi komunikasi tentunya terdapat faktor penting yang berguna untuk kelancaran suatu komunikasi. Faktor penting tersebut adalah, menentukan media komunikasi, menentukan sasaran khalayak, dan menyusun pesan sebaik mungkin.

Public relations atau hubungan masyarakat adalah suatu upaya yang dilakukan perusahaan untuk membangun dan menjaga hubungan dengan perusahaan lain, masyarakat, atau berbagai pihak lainnya. Dalam sebuah perusahaan, public relations memiliki tugas sebagai marketing, promosi, dan komunikasi. Public relations dalam perusahaan umumnya bertugas untuk memberikan citra positif terhadap masyarakat maupun pihak lain, merancang kegiatan promosi, dan menjadi jembatan komunikasi kepada masyarakat maupun pihak lain.

Perkembangan zaman saat ini membuat munculnya aplikasi yang dapat membantu para pelaku usaha salah satunya yaitu aplikasi *Instagram*. Dengan

adanya aplikasi *instagram* ini dapat memudahkan dari segi promosi ataupun memberikan informasi kepada khalayak dengan cepat. Pemilik usaha yang mempunyai akun *instagram* bisa mengatur strategi yang kuat untuk mencapai tujuan perusahaan. Pesatnya media sosial saat ini sangat memberikan kemudahan bagi khalayak, tentunya bagi pelaku usaha.

Setiap daerah memiliki karakteristik kebudayaan yang mampu menjadi daya tarik dalam mengembangkan pariwisata di daerah itu sendiri. Oleh-oleh menjadi salah satu daya tarik daerah yang melekat dan menjadi daya tarik daerah tersebut. Salah satu bentuk dari oleh-oleh yaitu produk kuliner yang dapat menjadi salah satu upaya yang bisa mengangkat serta mempromosikan suatu daerah. Kabupaten Ponorogo, mendengar kabupaten Ponorogo tidak asing dengan sebutan kota Reog. Di mana kabupaten Ponorogo memiliki kesenian yaitu Reog yang kini telah terkenal hingga kaca internasional.

Tidak hanya Reog Ponorogo, Ponorogo juga memiliki oleh-oleh khas di bidang produk kuliner yaitu Jenang/dodol Mirah. Jenang/dodol Mirah yaitu makanan tradisional yang berdiri sejak tahun 1955 yang eksis hingga sekarang. Jenang/dodol Mirah terbuat dari 3 komposisi bahan utama yaitu tepung, gula jawa atau gula merah, dan santan kelapa. Dari awal produksi hingga sekarang jenang/dodol Mirah mempertahankan rasa dengan 3 rasa jenang/dodol, yaitu jenang/dodol beras yang dari dari tepung beras, jenang/dodol ketan yang terbuat dari tepung ketan, dan jenang/dodol campur yang terbuat dari campuran tepung beras dan tepung ketan. Dalam pemasarannya, saat ini produk jenang/dodol

Mirah dibandrol dengan harga yang tergolong terjangkau dengan harga Rp. 12.000,00 – Rp. 14.000,00 per pcs.

Proses pembuatan yang masih menggunakan kayu bakar dapat menambah cita rasa tersendiri. Selain itu, dengan menggunakan kayu bakar, produksi jenang/dodol Mirah bisa tetap menjaga ketradisionalannya. Ada beberapa tahapan dalam proses pembuatan jenang/dodol Mirah yaitu, mencuci beras dan ketan, lalu ditiriskan dan dibuat menjadi tepung beras dan ketan, setelah itu menyiapkan santan kelapa. Tahap selanjutnya yaitu menggabungkan tepung beras atau tepung ketan (sesuai rasa jenang/dodol), santan kelapa, dan gula merah atau gula jawa. Setelah jenang/dodol jadi, jenang/dodol siap dicetak menggunakan cetakan kayu yang dilapisi daun pisang. Lalu masuk ke proses pendinginan, dan setelah itu bisa dikemas menggunakan plastik yang sudah disablon logo dan keterangan dari produk jenang/dodol Mirah.

Dalam perjalanan jenang/dodol Mirah dari awal berdiri hingga sekarang ini tetap mempertahankan kualitas dan ketradisionalan dalam pembuatan. Rasa yang enak dan khas membuat jenang/dodol Mirah ini sangat digemari oleh warga Ponorogo. Keberadaan jenang/dodol Mirah mampu meningkatkan perekonomian warga sekitar, yaitu jenang/dodol Mirah membuka lapangan pekerjaan bagi warga sekitar sebagai karyawan dan mengizinkan warga sekitar untuk menjadi *reseller* dalam penjualan produk jenang/dodol Mirah. Jenang/dodol Mirah juga turut membantu UMKM-UMKM yang ada di daerah Ponorogo dengan cara mengizinkan produk UMKM-UMKM untuk dijual di

toko oleh-oleh jenang/dodol Mirah. Selain itu, jenang/dodol Mirah juga selalu memanfaatkan bahan-bahan pembuatan lokal dengan mengambil dari petani, seperti beras, ketan, dan kelapa sebagai bahan baku utama pembuatan jenang/dodol Mirah.

Jenang/dodol Mirah dalam masa ke masa telah banyak dikenal oleh masyarakat Ponorogo secara luas. Letak yang strategis dekat dengan objek wisata religi Masjid Jami' Tegalsari membuat jenang/dodol Mirah ini mulai dikenal oleh wisatawan. Dengan semakin dikenalnya oleh masyarakat Ponorogo hingga luar kota dan wisatawan membuat jenang/dodol Mirah semakin eksis di tengah-tengah gemparnya kemajuan zaman dan berkembangnya aneka kuliner di Indonesia khususnya di Ponorogo.

Suksesnya jenang/dodol Mirah membuat perusahaan ini mendirikan sektor usaha lainnya. Mulai dari PT. Usman Mansur sebagai agen gas elpigi, distributor air mineral galon Aqua, mendirikan Pertashop, hingga saat ini juga mendirikan yayasan sekolah dari Play Group, TK, SD, TPA, dan SMK. Tidak hanya itu, berkembangnya dengan sukses jenang/dodol Mirah dalam melakukan semua sektor usaha, jenang/dodol Mirah juga membantu pendanaan pembangunan masjid Al-Barakah di desa Josari, kecamatan Jetis, kabupaten Ponorogo senilai 3 Milyar. Dapat dilihat dengan suksesnya sektor usaha, jenang/dodol Mirah mampu mempertahankan usahanya dengan baik dengan memperhatikan berbagai aspek dalam mempromosikan produk jenang/dodol Mirah.

Berkembangnya zaman saat ini tidak menyurutkan jenang/dodol Mirah dalam bersaing dengan produk-produk kuliner modern lainnya. Jenang Mirah tetap eksis melalui akun *instagramnya* yaitu @jenangmirahponorogo. Dengan pengikut lebih dari 1000 pengikut, membuat usaha Jenang Mirah ini semakin dikenal luas oleh masyarakat, tentunya masyarakat luar daerah. Dengan adanya *instagram* @jenangmirahponorogo ini masyarakat lebih mudah dalam mendapatkan informasi. Akan tetapi, jenang/dodol Mirah juga sangat melesat hingga pemasaran sampai di kaca internasional. Adanya akun *instagram* @jenangmirahponorogo saat ini membuat perusahaan Jenang Mirah dengan mudahnya mempromosikan produk-produknya melalui media sosial.

Eksisnya jenang/dodol Mirah saat ini, membuat beberapa pemilik chanel youtube meliputi sebagai rekomendasi oleh-oleh khas Ponorogo. Chanel youtube tersebut diantaranya yaitu Budiono Sukses “Jenang Mirah Oleh-Oleh Khas Ponorogo”, DR3 Channel “Jajanan Legendaris Khas Ponorogo Jenang Mirah Josari Jetis” dan masih banyak lagi.

Dengan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Konsep Marketing Communication Jenang/Dodol Mirah sebagai identitas Oleh-Oleh Khas Ponorogo*”

1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang masalah yang telah ditulis oleh penulis di atas, penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu bagaimana analisis konsep *marketing communication* Jenang/Dodol Mirah sebagai identitas oleh-oleh khas Ponorogo.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian dari ini adalah untuk mengetahui analisis konsep *marketing communication* Jenang/Dodol Mirah sebagai identitas oleh-oleh khas Ponorogo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemilik Jenang/Dodol Mirah

Penelitian ini mampu untuk mempresentasikan produk jenang/dodol Mirah sebagai oleh-oleh khas Ponorogo. Pemilik jenang/dodol Mirah tidak langsung berpotensi meningkatkan penjualan dan promosi, akan tetapi melalui penelitian ini dapat membantu menunjang penjualan dan promosi.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan rekomendasi untuk mencari oleh-oleh khas Ponorogo, terutama bagi masyarakat maupun wisatawan yang tengah berkunjung ke Ponorogo.