

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1 Latar belakang**

*Brand identity* adalah persepsi tentang sebuah *brand* atau merek yang ingin perusahaan sampaikan kepada konsumen sehingga membentuk persepsi dari konsumen terhadap brand tersebut. *Brand* atau merek adalah sekedar nama yang melekat pada suatu produk atau sebuah simbol, tanda, logo atau berupa kombinasi yang digunakan untuk membedakan produk yang sama yang berada di pasaran. *Brand* dipandang sebagai salah satu aset perusahaan yang paling berharga karena mewakili wajah perusahaan, banyak *brand* makanan yang sudah dibuat oleh perusahaan atau pengusaha makanan untuk diujakan ke pasar pasar yang mereka tuju, dengan membuat *brand identity* yang menarik mereka beradu untuk menjadi yang paling banyak diminati para konsumen.

Menurut penuturan Aaker (1991) merek adalah nama dan atau simbol yang bersifat membedakan ( seperti sebuah logo, cap atau kemasan ) untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual tertentu, serta membedakannya dari barang atau jasa yang dihasilkan para pesaing. Pada akhirnya, merek memberikan tanda mengenai sumber produk serta melindungi konsumen maupun produsen dari para pesaing yang berusaha memberikan produk-produk yang tampak identik.

Knapp ( 2000 ) menyatakan bahwa merek bukanlah sekedar nama merek tetapi sudah berkembang lebih jauh, dalam pikiran konsumen terdapat tiga sifat fundamental yang membedakan suatu merek sejati yaitu: internalisasi kesan-

kesan, posisi khusus, dalam benak konsumen, serta manfaat emosional dan fungsional yang dirasakan. Merek juga harus menempati ruang dalam benak konsumen. Duncan dan Moriarty (1997) menyatakan bahwa diperlukan konsistensi strategis dalam komunikasi pemasaran. Konsisten strategis harus tercermin dalam setiap sisi organisasi sehingga konsumen dapat menangkap kesan dari semua aspek organisasi secara menyeluruh, mulai dari identitas visual, produk dan kemasan serta perilaku yang ditampilkan oleh anggota organisasi secara bulat.

Perkembangan zaman yang semakin pesat menyebabkan tren terus berganti dari tahun ke tahun. Hal ini tidak hanya berlaku dalam gaya hidup, tetapi juga berlaku untuk produk kuliner. Makanan ataupun jajanan dituntut agar terus mengikuti tren atau membangun tren agar tetap menjaga popularitasnya. Saat ini tren yang paling kuat adalah makanan atau jajanan yang memiliki tampilan yang menarik dan dapat merebut hati para konsumennya.

Visual yang menarik dapat menjadi daya tarik masyarakat yang melihatnya. Penjual mengenalkan produk mereka dengan menggunakan media sosial karena media sosial banyak diakses anak-anak muda. Kota Medan memiliki banyak kuliner khas, salah satu contohnya makanan tradisional yang sudah mulai ditinggalkan masyarakat salah satunya yang berbahan dasar singkong yang bernama Getuk Lindri.

Masyarakat kota Medan yang saat ini mengikuti tren masyarakat perkotaan. Banyak gaya hidup yang bergeser mengikuti laju perkembangan jaman. Hal ini berlaku pula untuk kuliner. Banyak masyarakat muda yang mulai

lupa dengan makanan tradisional karena banyak makanan moderen yang timbul di zaman ini .Tren seperti ini telah menjadi acuan tidak resmi suatu produk populer atau tidak. Produk *Chrunch Banana*, dan sang pisang, sangat diuntungkan dengan popularitas di media sosial.

Produk yang menarik minat banyak orang adalah produk dengan kemasan tampilan yang menarik, unik dan tidak ketinggalan jaman. Jika produk sudah memiliki tampilan yang unik, popularitas pun dengan cepat dapat ikut naik. Karena dengan banyaknya orang yang membeli yang lain akan tertarik membeli, karena tampilan yang tidak biasa. Salah satu jajanan yang memiliki tampilan menarik secara alami adalah Getuk Lindri.

Getuk Lindri adalah jajanan yang sudah ada sejak lama di kota Medan. Makanan ini memiliki rasa yang lezat, dan memiliki warna yang dapat menarik perhatian dengan mudah. Dan makanan ini sudah dikenal sejak lama oleh masyarakat kota Medan. Hal ini menjadi poin lebih karena sudah lebih dulu dikenal. Dengan tampilan yang berciri khas dan menarik maka dengan mudah masyarakat akan tertarik. Tampilan yang memikat serta popularitas adalah hal penting dalam lakunya suatu produk. Dengan *brand image* dan kemasan yang menarik maka Getuk Lindri akan memiliki tempat khusus di tengah masyarakat.

Saat ini jajanan atau makanan baru yang bermunculan dengan tampilan menarik dan sudah memiliki peminat sendiri. Selain dikarenakan rasa juga karena kemasan yang memikat. Sehingga popularitas makanan dan jajanan ini sangat tinggi. Getuk Lindri popularitasnya sangat jauh di belakang makanan dengan kategori yang telah diuraikan sebelumnya, karena Getuk Lindri masih bersifat

sangat tradisional. Masih menggunakan plastik biasa serta dibungkus dengan kertas bungkus nasi. Dengan kemasan seperti ini citra yang keluar adalah kuno, tidak berkelas, dan ketinggalan jaman. Hal ini menyebabkan Getuk Lindri kehilangan peminat. Getuk Lindri yang popularitasnya kian hari kian meredup akhirnya membuat jajanan khas ini semakin sulit dicari dari hari ke hari.

Popularitas yang menurun ini dapat kembali ditingkatkan dengan cara melakukan perombakan *visual identity* dan dengan strategi marketing yang baik. *Branding* menjadi solusi karena Getuk Lindri tertinggal dari makanan atau jajanan lain hanya pada segmen ini. Telah diketahui Getuk Lindri biasanya terdapat di pasar pasar yang dijual hanya dengan menggunakan sepeda yang terdapat di pasar tradisional maupun di sekitaran wilayah tertentu di kota Medan. Membuat *branding* yang tepat maka Getuk Lindri dapat dinikmati dan tentunya banyak diminati masyarakat dari *brand image* yang dibangun serta pemasaran yang tepat sasaran dengan menjangkau anak muda sekarang dari media sosial ataupun media yang disukai banyak anak milineal sekarang. Salah satu usaha dalam *branding* Getuk Lindri adalah membuat *brand image* yang menarik dan merubah bentuk ataupun gaya dari konsep tradisional ke konsep yang lebih modern dan bentuk dari Getuk Lindri juga dibuat menjadi banyak variasi sehingga akan menjadi keunikan tersendiri.

Dengan *branding* yang tepat Getuk Lindri akan dapat merebut minat para konsumen dengan cepat. Bentuk Getuk lindri dibuat dengan beragam bentuk yang berbeda untuk memberikan kesan yang menarik karena bentuk Getuk Lindri yang sudah dikenal iyalah bentuk petak memanjang terkesan monoton dan tidak menarik, kelapa yang dibuat juga di variasikan dengan berbagai macam rasa karena kelapa Berdasarkan penjelasan di atas penulis mengangkat judul skripsi karya ini adalah **“Visual Branding Makanan Tradisional Getuk Lindri Dengan Konsep Modern”**.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah di atas dapat dirumuskan masalah, yaitu bagaimana cara menjadikan makanan tradisional Getuk Lindri menjadi jajanan di jaman sekarang dan meningkatkan popularitasnya sebagai makanan tradisional sehingga tidak dilupakan oleh anak-anak muda di jaman sekarang.

## **I.3 Batasan Masalah**

Setelah mengidentifikasi masalah, penulis akan lebih memfokuskan pada :

1. Membuat *brand image* getuk lindri
2. Target pasar ke anak muda dan semua kalangan, serta memperkenalkannya dengan konsep kreatif dengan menggunakan media sosial serta memasarkannya dengan membuat *stand both* dan membuat motor keliling.

## **I.4 Tujuan**

Tujuan yang ingin dicapai dari pengerjaan karya ini adalah sebagai berikut:

1. Agar meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap makanan khas tradisional di Indonesia khususnya makanan Getuk Lindri.
2. Agar makanan tradisional Getuk Lindri dapat bersaing dengan makanan modern dari cara pengemasan dan untuk menjualnya.

## **I.5 Manfaat**

Manfaat yang diperoleh dari pengerjaan karya ini adalah sebagai berikut:

1. Popularitas yang menurun ini dapat kembali ditingkatkan karena pembaharuan kemasan serta tampilan. Yang dilakukan pada getuk lindri.
2. Dengan tampilan visual serta *branding* yang baru, Getuk Lindri tentu dapat bersaing dengan makanan moderen yang ramai di sekitar masyarakat saat ini.