BAB I . PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia dikenal sebagai negara dengan keberagaman yang sangat banyak, mulai dari budaya, adat, suku dan hingga makanan. Salah satunya adalah di Jawa Barat memiliki banyak sekali makanan dan minuman tradisional, berbagai jenis makanan yang memiliki khas asin dan asam, dan juga memiliki cukup banyak jenis minuman. Jawa Barat memiliki iklim pegunungan yang cukup dingin jika dibandingkan dengan daerah–daerah lainya di Indonesia, maka demikian banyak sekali makanan–makanan dan minuman tradisional yang disajikan secara hangat, untuk menghangatkan tubuh.

Cuanki merupakan makanan tradisional yang sudah sejak lama dikenal oleh masyarakat Jawa Barat khususnya Bandung, kenikmatan cuanki yang disajikan secara hangat membuat masyarakat menyukainya, bahkan hingga saat ini cuanki masih dapat ditemukan di beberapa tempat ramai seperti taman–taman kota dan alun–alun kota. Seiring perkembangan jaman, pada tahun 2016 terciptalah sebuah produk yaitu Cuanki Instan Ginding yang di produksi oleh CV Golden Rose. Cuanki Instan Ginding merupakan sebuah terobosan terbaru dalam penyajian cuanki, menggunakan kemasan yang menarik serta pengemasan yang sudah dibantu dengan mesin, mampu membuat produk ini lebih tahan lama dan terjamin kualitasnya.

Produk Cuanki Instan Ginding ini menggunakan kemasan yang mampu membuat produk ini bisa dinikmati dimanapun, kapanpun, dan dengan penyajian yang sangat praktis hanya membutuhkan waktu 3 menit penyajian. Cuanki Instan Ginding dijual dengan harga Rp15.000,00 untuk pembelian secara *online* ataupun *offline*. Penjualan secara *online* Cuanki Instan Ginding melayani pembelian melalui situs resmi dan untuk penjualan secara *offline*, sudah tersebar di berbagai toko dan para *reseller* di beberapa kota besar seperti Bandung, Bogor, Bekasi, Jakarta, Depok, Semarang, Malang, Surabaya, Padang, Denpasar, Sidoarjo, Batam, Pontianak, Medan, Samarinda. Dalam promosi, Cuanki Instan GinSding

menggunakan sosial media sebagai media promosi utamanya, yaitu *Instagram*. Melalui *Instagram*, dengan menggunakan poster–poster digital.

Cuanki tradisional sangat popular di masyarakat, akan tetapi produk Cuanki Instan Ginding masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui. Khususnya untuk kalangan remaja sebagai target utama dari produk Cuanki Instan Ginding, masih sangat banyak yang belum mengetahui, kurangnya media informasi dan pengetahuan tentang Cuanki Instan Ginding kepada masyarakat itulah hal yang menjadi permasalahan.

Dengan memenuhi kebutuhan masyarakat agar lebih mengetahui tentang produk Cuanki Instan Ginding baik dari segi informasi produk dan promosi. Tentu saja dibutuhkan sebuah upaya promosi untuk mengenalkan produk Cuanki Instan Ginding ini terhadap masyarakat bahwa Cuanki Instan Ginding merupakan produk cuanki instan yang berkualitas baik dibandingkan dengan pesaingnya.

I.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang terdapat pada latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

- Cuanki Instan Ginding masih banyak masyarakat belum mengetahui bahwa Cuanki instan Ginding merupakan sebuah terobosan baru dalam penyajian Cuanki.
- Kurangnya informasi dan pengetahuan akan produk Cuanki Instan Ginding bagi masyarakat.

I.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

Bagaimana cara memberikan informasi kepada masyarakat, agar masyarakat dapat mengetahui bahwa ada produk Cuanki Instan Ginding yang produksi oleh CV Golden Rose.

I.4 Batasan Permasalahan

Adapaun batasan dalam permasalahan ini ditujukan kepada masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap makanan tradisional khususnya cuanki. Kemudian

dalam sisi objek, masalah lebih di fokuskan kepada Cuanki Instan Ginding yang dikeluarkan oleh CV Golden Rose selaku produsen.

1.5 Tujuan dan Manfaat

Tujuan yang akan di dapatkan adalah:

- Mengenalkan dan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai Cuanki Instan Ginding.

Manfaat yang akan di dapatkan adalah :

- Masyarakat akan lebih mengetahui tentang apa itu Cuanki Instan Ginding.