



**PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN SISTEM “TABANAS”
(TATA BAHASA DALAM PROMOSI DAN DESAIN LABEL KEMASAN)
PADA KELOMPOK WANITA TANI KABUPATEN TRENGGALEK**

Okta Affatul Ngisya¹⁾ Siti Sulikah¹⁾ Aji Wisnu Atmoko¹⁾

Bagas Baharsah¹⁾ Flora Puspitaningsih¹⁾

¹⁾ STKIP PGRI Trenggalek

Octaafiesya96@gmail.com

ABSTRAK: Tujuan kegiatan program kreativitas mahasiswa di bidang pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk melatih para pelaku usaha (Kelompok Wanita Tani) membuat bahasa promosi yang menarik dan desain label kemasan yang sesuai dengan produk sehingga bisa meningkatkan nilai jual produk tersebut. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode presentasi yaitu memberikan materi yang berkaitan dengan bahasa promosi dan desain label kemasan. Metode demonstrasi yaitu mempertunjukkan cara membuat bahasa promosi dan desain label kemasan. Metode praktik yaitu melatih para pengusaha (Kelompok Wanita Tani) dalam membuat bahasa promosi dan desain label kemasan yang sesuai dengan produknya. Dari hasil yang dicapai setelah melakukan praktik tersebut dapat dilihat keterampilan dan kemampuan dalam membuat bahasa promosi dan desain label kemasan yang sesuai dengan produknya. Dari kegiatan ini diharapkan dapat diterapkan dengan baik sehingga tujuan dari kegiatan ini bisa tercapai dengan maksimal.

Kata kunci : Pelatihan, Pendampingan, Bahasa Promosi, Desain label Kemasan

ABSTRACT: *The purpose of the student creativity program activities in the field of community service is to train business people (Kelompok Tani Wanita) to create an attractive language of promotion and packaging label design that suits the product so that it can increase the selling value of the product. The method used in this activity is the presentation method which is giving material related to the language of promotion and packaging label design. The demonstration method is showing how to make promotional language and packaging label design. The practice method is to train entrepreneurs (Women Farmers Group) in making promotional languages and packaging label designs that match their products. From the results achieved after doing the practice, it can be seen the skills and abilities in making promotional language and packaging label design that is appropriate for the product. It is expected that this activity will be implemented properly so that the objectives of this activity can be achieved optimally.*

Keywords: *Training, Mentoring, Language Promotion, Packaging label design*

PENDAHULUAN

Bahasa adalah suatu alat komunikasi yang sangat penting yang tidak terpisahkan dalam percakapan antara anggota masyarakat serta dengan yang lainnya. Bahasa secara umum adalah sistem lambang bunyi ujaran yang digunakan untuk berkomunikasi dengan suatu kelompok atau masyarakat dan harus dipahami oleh pemakainya. Bahasa sering dianggap sebagai produk sosial atau produk budaya, bahkan merupakan bagian tak terpisahkan dari kebudayaan itu. Sebagai produk sosial atau budaya, bahasa

merupakan wadah aspirasi sosial, kegiatan dan perilaku masyarakat, wadah penyingkapan budaya termasuk teknologi yang digunakan pemakai bahasa itu.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:16) bahasa adalah sistem lambang bunyi yang dipakai oleh suatu masyarakat untuk untuk berinteraksi, percakapan yang baik, tingkah laku yang baik, dan sopan santun. Menurut Kridalaksana (1983, dalam Abdul Chaer 2012:32) bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa penyampaian suatu bahasa pasti memiliki sistem-sistem atau aturan yang berlaku dan menjadi aturan (*rule*) yang digunakan suatu bahasa agar dapat dipahami oleh pemakainya baik secara lisan maupun tulisan. Begitu pula penyampaian bahasa yang terdapat dalam promosi maupun label kemasan. Bahasa tersebut perlu diolah semenarik mungkin dengan tujuan menambah daya tarik konsumen. Selain bahasa dalam promosi dan kemasan, desain label kemasan juga menentukan daya tarik konsumen sehingga nilai jual suatu produk itu meningkat.

Penggunaan bahasa dalam promosi melalui media sosial sudah sangat beragam salah satunya teknik *covert selling* dimana dalam teknik ini memberikan informasi yang berhubungan dengan penjualan (terselubung) secara sekilas dan sangat halus ke pikiran bawah sadar calon pembeli (Prayoga, 2016). Dalam hal ini *covert selling* haram hukumnya menggunakan kalimat penawaran, ajakan atau perintah membeli, karena kalimat-kalimat seperti itu banyak digunakan di tempat-tempat orang untuk berjualan. (Nasution, 2016: 12).

Desain label harus sesuai dengan karakter produk agar sebelum membaca bisa merubah persepsi konsumen dari melihat warna dahulu, selanjutnya akan menarik konsumen untuk membaca dan akhirnya akan membeli produk. Kondisi ini berbeda dengan produk yang dihasilkan masyarakat Trenggalek saat ini. Dewasa ini masyarakat Trenggalek banyak yang mendirikan usaha Industri Kecil Menengah salah satunya adalah Kelompok Wanita Tani (KWT). KWT ini ada di beberapa kecamatan dan mereka merupakan kumpulan ibu-ibu yang melakukan proses produksi selama menunggu masa panen. Dan ternyata banyak produk yang dihasilkan namun masih

terkendala dengan pemasaran karena mereka belum mempunyai kemampuan dalam berpromosi.

Sebelum melompat pada promosi, hal pokok yang perlu diperhatikan yaitu ketepatan pemilihan kata yang digunakan dalam bahasa promosi tersebut. Menurut Keraf (2008:24) diksi atau pilihan kata adalah kemampuan membedakan secara tepat nuansa-nuansa makna dari gagasan yang ingin disampaikan, dan kemampuan untuk menemukan bentuk yang sesuai dengan situasi dan nilai rasa yang dimiliki kelompok masyarakat pendengar. Kedudukan bahasa promosi dalam suatu produk di sini merupakan suatu hal yang sangat penting meskipun itu dianggap sepele atau tidak berguna. Dari bahasa seseorang bisa mengerti dan dengan bahasa promosi itu seseorang dapat mengenali dan tertarik dengan adanya promosi tersebut. Menurut Hasanuddin dalam Yurnaldi (1992:50) mengemukakan bahwa terdapat ciri-ciri dalam penggunaan bahasa periklanan dalam kegiatan promosi antara lain, yaitu:

- a. Lugas, tidak mendua arti
- b. Sederhana, lazim, dan umum
- c. Singkat dan padat
- d. Sistematis dalam penyajian
- e. Bahasa netral; tidak memihak
- f. Menarik

Menurut Tjiptono (2008: 219), pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan/ atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi merupakan merupakan kegiatan dalam memperkenalkan usahanya baik dalam bentuk barang atau jasa dengan menonjolkan keunggulan yang dimilikinya sehingga konsumen ingin membelinya. Kemudian menurut Tria Ariyanti, dkk. (2014: 4) tujuan utama promosi adalah memberi informasi, menarik perhatian dan untuk selanjutnya memberi pengaruh terhadap meningkatnya penjualan.

Dalam hal ini produk yang dihasilkan oleh para pengusaha tersebut masih sangat sederhana misal dalam produk makanan, ada suatu produk yang hanya dikemas dalam kantong plastik biasa, itupun tidak terdapat kata maupun penggunaan bahasa promosi di dalamnya. Walaupun terdapat penggunaan bahasa promosi dan desain label, kedua hal tersebut kurang sesuai, mereka membuat label itu hanya untuk memberi nama

produknya saja, atau dengan kata lain mereka membuatnya dengan sangat sederhana, tanpa memperhatikan kesesuaian antara kedua hal tersebut.

Dilihat dari hal tersebut, hasil produksi yang telah dipasarkan banyak yang tidak laku bahkan ada yang hingga kadaluarsa. Salah satu pemicunya adalah tidak adanya bahasa promosi dalam kemasan tersebut karena kurangnya pengetahuan tentang penggunaan bahasa dalam hal promosi. Padahal kualitas produk tersebut sangat bagus. Kegiatan dan keberhasilan promosi dipengaruhi oleh ketepatan dalam memilih bentuk promosi yang sesuai dengan produk yang dipasarkan. Oleh karena itu, jika menginginkan promosinya berhasil maka harus dilihat terlebih dahulu bagaimana kondisi dari produk atau jasa yang dimiliki sembari menentukan bentuk promosi apa yang cocok untuk produk atau jasanya.

Masalah lain yaitu terdapat desain label kemasan yang digunakan. Menurut Swasta, Basu (2005: 139) mengatakan kemasan (*packaging*) adalah kegiatan-kegiatan yang bersifat umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang. Kemasan mempunyai arti yang sangat penting karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap isi produk saja tetapi juga digunakan untuk menyenangkan dan memikat hati konsumen. Oleh karenanya kemasan termasuk salah satu dalam strategi pemasaran khususnya strategi produk yang dapat dilakukan dengan cara memperbaiki bentuk luar dari produk seperti pembungkus, etiket, warna, logo, dan lain-lain agar dapat menarik perhatian konsumen dan dapat memberi kesan bahwa produk tersebut bermutu atau berkualitas baik.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka kami berinisiatif membagikan ilmu dan pengalaman yang kami dapat pada pelaku industri kecil di Kabupaten Trenggalek, dengan memberikan pelatihan dan pendampingan untuk Penerapan Sistem TABANAS (Tata Bahasa dalam Promosi dan Desain Label Kemasan) sebagai Upaya Peningkatan Nilai Jual Produk pada Kelompok Wanita Tani.

Tujuan

Tujuan dari diadakannya pelatihan dan pendampingan ini adalah:

1. Untuk memberikan pemahaman kepada (Kelompok wanita Tani) tentang pentingnya penggunaan bahasa promosi dan desain label kemasan dalam produk.
2. Untuk melatih para pelaku usaha (Kelompok Wanita Tani) membuat bahasa promosi yang menarik dan sesuai dengan produk yang dijual.
3. Untuk melatih dan memberikan keterampilan kepada para pelaku usaha (Kelompok Wanita Tani) tentang *covert selling*.
4. Untuk melatih dan memberikan keterampilan kepada para pelaku usaha (Kelompok Wanita Tani) tentang desain label kemasan yang menarik dan sesuai dengan produk yang dijual.

Manfaat

Manfaat kegiatan pelatihan dan pendampingan untuk “Penerapan Sistem TABANAS (Tata Bahasa dalam Promosi dan Desain Label Kemasan) sebagai Upaya Peningkatan Nilai Jual Produk pada Kelompok Wanita Tani” adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bagi Peserta Pelatihan

Dengan adanya kegiatan pelatihan ini diharapkan bermanfaat dalam menambah wawasan dan kemampuan tentang pembuatan bahasa promosi serta desain label kemasan. Selain itu, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan pengalaman kreatif bagi para pengusaha (Kelompok Wanita Tani) dan dapat menerapkan ilmu yang diperolehnya dalam meningkatkan kualitas dan nilai jual produk olahan.

2. Bagi pelaksana kegiatan

Sejalan dengan salah satu tujuan Tri Dharma Perguruan Tinggi, menyumbangkan pengetahuannya sebagai langkah nyata dalam rangka ikut serta pembinaan dan pembangunan pendidikan.

3. Bagi Lembaga

Dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi lembaga Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI Trenggalek.

TARGET DAN LUARAN

Target

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini untuk mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat pada para pengusaha (Kelompok Wanita Tani), adapun target yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Para pengusaha (Kelompok Wanita Tani) memiliki wawasan tentang pembuatan bahasa promosi dan desain label kemasan yang sesuai dengan produknya.
2. Para pengusaha (Kelompok Wanita Tani) termotivasi untuk mengembangkan usahanya dengan ide-ide kreatifnya.
3. Para pengusaha (Kelompok Wanita Tani) dapat meningkat nilai jual produknya karena penggunaan promosi dan sedai label kemasan yang baik.

Luaran

Luaran yang diharapkan dari kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Para pelaku usaha (Kelompok Wanita Tani) mampu memahami tentang pentingnya tata bahasa dalam promosi.
2. Para pelaku usaha (Kelompok Wanita Tani) mampu menggunakan bahasa promosi dan desain label produk dalam suatu kemasan.
3. Terciptanya modul Tabanas (Tata Bahasa dalam Promosi dan Desain Label Kemasan) yang bisa digunakan sebagai dasar pembelajaran.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan tentang bahasa promosi dan desain label kemasan. Adapun metode yang digunakan dalam metode ini adalah, presentasi, tes, dan praktik secara berkelompok.

1. Metode Presentasi

Metode ini digunakan untuk menyampaikan beberapa hal yang berkaitan dengan bahasa promosi dan desain label kemasan.

2. Metode Demonstrasi

Metode ini digunakan untuk mempertunjukkan cara membuat bahasa promosi dan desain label kemasan. Diharapkan dengan adanya metode ini para peserta dapat mempraktikkan langsung cara membuat bahasa promosi dan desain label kemasan.

3. Metode Praktik

Metode ini dilakukan untuk melatih para pengusaha (Kelompok Wanita Tani) dalam membuat bahasa promosi dan desain label kemasan yang sesuai dengan produknya. Metode ini dilakukan agar para pengusaha tersebut mempunyai pengalaman langsung tentang pembuatan bahasa promosi dan desain label kemasan.

4. Langkah-langkah Kegiatan

- a. Tim pelaksana menyampaikan manfaat pentingnya bahasa promosi dan desain label kemasan sebuah produk pada peserta pelatihan.
- b. Tim pelaksana mempertunjukkan contoh-contoh bahasa promosi dan desain label kemasan dari berbagai produk.
- c. Tim pelaksana mendampingi peserta pelatihan dalam membuat bahasa promosi yang memperhatikan pilihan kata atau diksi kemudian juga makna yang terkandung di dalamnya dan pembuatan desain label kemasan serta pemilihan warna yang sesuai dengan produk yang dijual.

Pelaksanaan Kegiatan

1. Tahap Awal

Pada tahap ini adalah mempersiapkan peralatan yang diperlukan dalam kegiatan pelatihan, yaitu berupa ;

- a. 4 lembar kertas HVS
- b. 4 lembar kertas Karton
- c. Pensil

- d. Penghapus
- e. Bolpoin
- f. Notebook
- g. Cat air
- h. Kuas
- i. Pallet

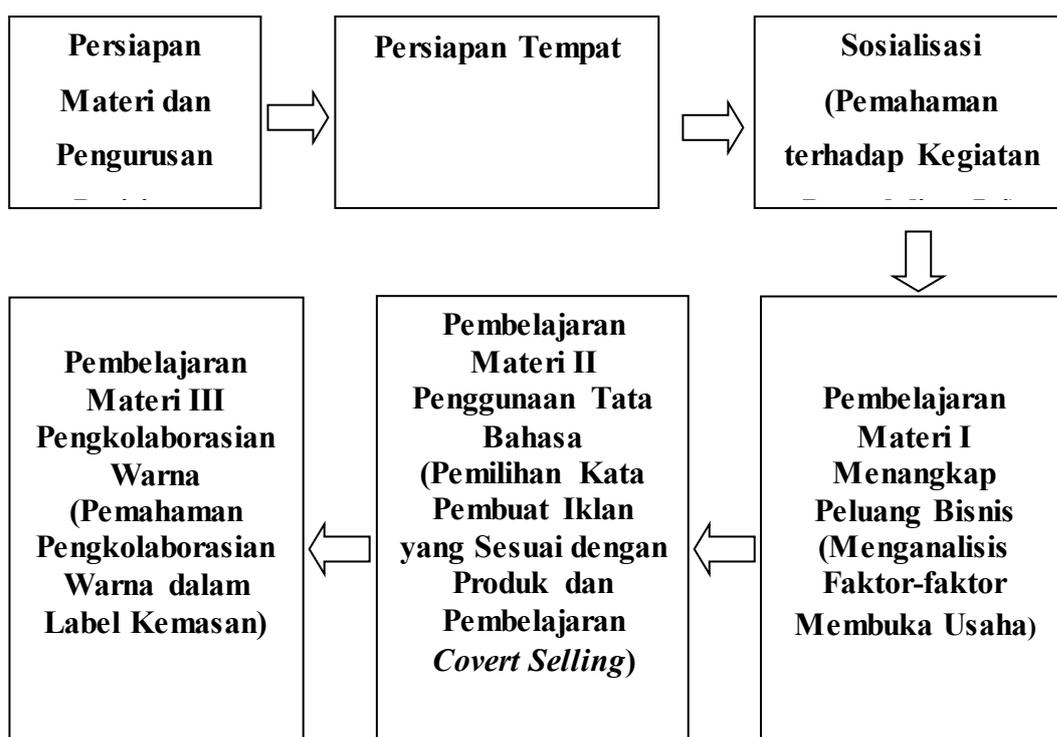
2. Tahap Inti

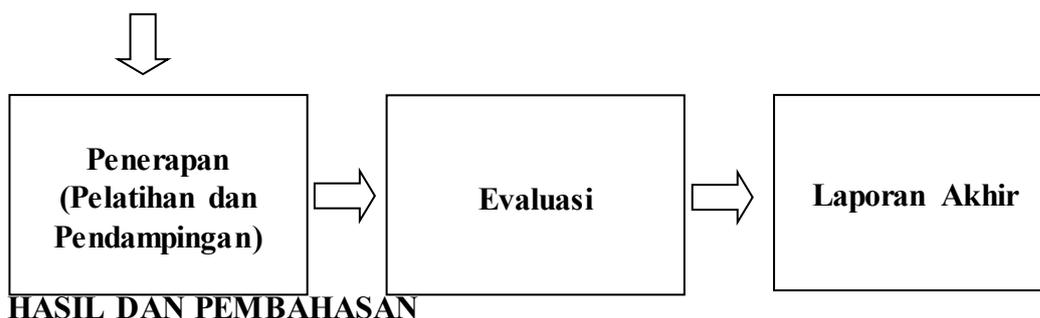
Pada tahap ini, disampaikan materi pengantar tentang pentingnya bahasa promosi dan desain label kemasan yang sesuai dengan produk. Kemudian dibagi menjadi 4 kelompok, mereka berdiskusi dan mengikuti pelatihan secara bersama-sama. Petugas mempersilakan setiap kelompok untuk membuat desain label kemasan yang kemudian dilanjutkan dengan pembuatan bahasa promosi yang sesuai dengan pembuatan desain label suatu produk tersebut.

3. Tahap Akhir

Pada tahap ini pembuatan bahasa promosi dan desain label kemasan sudah selesai, masing-masing kelompok menunjukkan kreativitasnya masing-masing.

Berikut ini adalah tabel alur kegiatan PKM-M Tabanas (Tata Bahasa dalam Promosi dan Desain Label Kemasan)





Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan 7 kali dalam kurun waktu 4 bulan dari bulan april sampai Juli 2018. Dilakukan di Ruang Auditorium STKIP PGRI Trenggalek, Jl. Supriadi, Nggempleng, Ngares, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur.

Peserta Pelatihan

Pelatihan ini diikuti oleh para pengusaha (Kelompok Wanita Tani) yang beranggotakan 30 orang. Perwakilan dari 4 kelompok besar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan ini merupakan kegiatan pengabdian pelatihan dan pendampingan untuk Penerapan Sistem TABANAS (Tata Bahasa dalam Promosi dan Desain Label Kemasan) sebagai Upaya Peningkatan Nilai Jual Produk pada Kelompok Wanita Tani. Kegiatan ini dilakukan tatap muka selama 7 kali dalam waktu 4 bulan dari bulan april sampai bulan Juli 2018. Para peserta pelatihan sangat antusias mengikuti kegiatan ini karena dengan adanya kegiatan ini meynyadarkan mereka akan pentingnya kesesuaian bahasa promosi dan desain label kemasan dalam suatu produk. Antusiame dapat dilihat dari keberlanjutan program ini peserta menginginkan pembelajaran jarak jauh dan menjadikan Tim PKM-M sebagai pembimbing dalam pemasaran produk mereka. Dengan keterampilan yang diberikan saat pelatihan tersebut akan menjadi pelengkap bagaimana suatu produk dapat mempunyai nilai jual yang tinggi.

Saran

Sebaiknya kegiatan pelatihan serupa kepada para pengusaha (Kelompok Wanita Tani) bisa dilaksanakan secara terus menerus demi berkembangnya ide-ide kreatif yang dapat meningkatkan nilai jual produknya. Kemudian dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat para pengusaha (Kelompok Wanita Tani) dapat menerapkan ilmu yang telah diberikan sehingga produk yang dijual akan semakin laku dan banyak diminati oleh khalayak umum. Diharapkan ada ada kegiatan serupa yang bisa mencakup seluruh pelaku industri di kabupaten Trenggalek.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, Tria. 2014. *Pengaruh Strategi Promosi terhadap Penjualan Produk di PT. United Indo Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 3 No. 10 hlm 4.
- Basu Swasta. 2005. *Manajemen penjualan*. Yogyakarta: BPFE
- Chaer, Abdul, dan Leonie. 2010. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Keraf, Gorys. 2008. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: IKAPI.
- Nasution. 2016. *Mantra Covert Selling: The Magic Art of Advertising*. Bandung: Mind Media Publishing.
- Tim Penyusun Pusat Kamus. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Yurnaldi. (1992). *Jurnalistik Siap Pakai*. Padang: Angkasa.

