

PERMAINAN BAHASA SEBAGAI INOVASI PEMASARAN PRODUK LANGUAGE GAMING AS PRODUCT MARKETING INNOVATION

Fitri Amilia

FKIP Universitas Muhammadiyah Jember

Email:fitriamelia@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Permainan kata-kata sangatlah penting dalam memasarkan suatu produk. Permainan kata yang salah dapat merugikan perusahaan dalam mengelola bisnisnya. Permainan kata-kata ini merupakan strategi dalam memasarkan produk suatu perusahaan. Ada empat hal yang harus diperhatikan dalam menetapkan strategi pemasaran yaitu produk, tempat, harga dan promosi. Permainan kata-kata juga disebut sebagai permainan bahasa dalam produk yang dihasilkan. Permainan bahasa yang dimaksud adalah pemilihan kata atau diksi yang tepat. Cara ini tentu saja menarik untuk bisa digunakan dalam produk rumahan. Dengan menggunakan permainan bahasa dengan pemilihan kata yang menarik, produsen dapat menarik hati konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan/dijual. Penggunaan nama yang sedang melejit seperti penggunaan nama hantu, bom, dan beberapa jenis lainnya memiliki sisi positif dan juga negatif.

Kata Kunci: Permainan Kata-Kata, Pemasaran Produk

ABSTRACT

Quirk is important in marketing a product. Wrong game play can harm the company in managing its business.. Quirk is a strategy in marketing the products of a company. There are four things that must be considered in determining the marketing strategy of product, place, price and promotion. Quirk also referred to as the language game in the resulting product. Language game in question is the selection of the right words or diction. This method is of course interesting to be used in home-based products. By using the language game with an interesting choice of words, manufacturers can attract the hearts of consumers to buy products that are marketed / sold. The use of the name of the booming like the use of ghost names, bombs, and several other types have a positive and also a negative side.

Keywords: Games Words, Product Marketing

PENDAHULUAN

Berbagai strategi digunakan untuk memasarkan suatu produk. Strategi tersebut dipilih berdasarkan kondisi produk yang dihasilkan atau yang akan dipasarkan. Ada empat hal yang harus diperhatikan dalam menetapkan strategi pemasaran yaitu produk, tempat, harga dan promosi.

Sekarang, jual beli secara online sangat diminati oleh masyarakat, terutama mereka yang merek teknologi. Mereka biasanya merupakan pedagang kecil menengah. Tidak jarang dari mereka merupakan *reseller* atau menjual kembali barang milik orang +lain. Ada banyak kelebihan dari sistem jual beli online ini. Menurut salah seorang penjual online mengatakan “mereka tidak butuh banyak modal, mereka hanya memasarkan produk dengan memberikan keterangan yang jelas pada produk yang dipasarkan”. Jual beli online dilakukan dengan berbagai jenis media sosial, seperti *facebook*, *bbm*, *whatsapp*, dan media sosial yang lain.

Kelebihan cara penjualan secara online ini belum dipahami dengan baik oleh ibu-ibu yang memiliki produk rumahan di desa Kertosari. Mereka mengandalkan penjualan secara langsung, menitipkan barang dagangan pada pedagang lain dan lain sebagainya. Ada beberapa produk yang sudah dipasarkan oleh masyarakat, yaitu aneka krupuk, bumbu pecel, dan aneka jajanan pasar.

Setelah dilakukan observasi, sebagian besar menyatakan tidak bisa menggunakan media sosial untuk memasarkan produk mereka. Namun, ada juga yang bisa menggunakan, namun, enggan menggunakannya, karena yang mereka pasarkan adalah jajan/kue yang memiliki waktu kadaluarsa yang relatif singkat. Penjualan secara langsung dipilih sebagai cara terbaik sesuai dengan kondisi mereka.

Keluhan para, para penjual, adalah perlu adanya cara yang ampuh agar produk mereka menjadi produk yang khas, yang berbeda dari yang lain, mudah diingat. Hal ini akan membawa keuntungan bagi mereka, yaitu melimpahnya pesanan di setiap waktu, bukan hanya di waktu tertentu, seperti selama ini. Pemesanan paling banyak di bulan menjelang hari-hari besar dan hari-hari peringatan tertentu.

Berdasarkan analisis kebutuhan tersebut, penulis menemukan adanya cara baru yang bisa dilakukan untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan hasil penjualan. Cara tersebut adalah dengan permainan bahasa dalam produk yang dihasilkan.

Permainan bahasa yang dimaksud adalah pemilihan kata atau diksi yang tepat, sehingga masyarakat tertarik terhadap produk tersebut. Berdasarkan penelusuran produk yang sudah terkenal dan menarik perhatian konsumen adalah JOGER, DAGADU, dan produk jajanan coklat Nibs Cokelat.

Produk JOGER yang diproduksi di Bali masuk dalam kategori produk unggulan Bali. Banyak pelancong yang menyempatkan untuk berbelanja di

JOGER. JOGER memproduksi kaos, tas, sandal, sepatu, gelas, dan beberapa produk lainnya.

JOGER tidak dibeli berdasarkan model, bentuk atau yang lain. JOGER dipilih dan dibeli karena permainan bahasa dalam produk tersebut. Hal ini ditegaskan oleh JOGER, bahwa JOGER merupakan pabrik kata-kata, seperti pada gambar berikut.



Sama halnya dengan JOGER, DAGADU yang diproduksi di Jogjakarta juga menjadikan permainan bahasa melalui pemilihan kata-kata sebagai ciri khas produk mereka. Permainan bahasa yang ada dalam produk mereka menjadi daya tarik yang dicari pembeli.

JOGER dan DAGADU yang memproduksi kebutuhan primer, artinya produk yang mendukung/kebutuhan utama. Namun, produksi JOGER dan DAGADU tidak akan dibeli setiap hari, karena sudah ada barang yang bisa dipakai sebelumnya. Namun, meskipun demikian, para pembeli tidak akan melewatkan kesempatan berbelanja barang JOGER dan DAGADU ketika berkunjung di tempat produksi tersebut. Hal ini menunjukkan kekuatan permainan bahasa melalui pemilihan kata dalam diri konsumen. Permainan bahasa ini juga ditemukan pada produk jajanan. Nibs memproduksi cokelat dengan menggunakan cara ini. Nibs memberikan aneka nama yang menarik perhatian. Berikut gambar produk Nibs Cokelat.



Pada gambar tersebut, produsen menggunakan aneka nama pada produk cokelat yang dibuatnya, mulai dari Cokelat Pereda Lebay, Semangat Kerja, Banyak Rejeki, Bikin Kangen, Solusi Dilema, Cari Pacar, dan Tambah Cinta. Nama-nama tersebut menunjukkan adanya permainan bahasa dengan pemilihan kata yang dapat menarik perhatian konsumen. Bila dilihat dari komposisinya, cokelat tersebut merupakan dark cokelat, white cokelat dan perpaduan diantara keduanya. Melalui penamaan tersebut dan juga bahasa di dalam kemasan yang mendukung nama cokelat, konsumen diharapkan tertarik untuk mencapai kondisi yang ada di dalam kemasan cokelat.

Dengan membeli Cokelat Semangat Kerja, pembeli berharap ia bisa memiliki semangat dalam melaksanakan rutinitasnya. Dengan membeli cokelat Cari Pacar, ia bisa memberikan pada seseorang yang disukai, dan berharap bisa menjadi pacarnya. Begitu seterusnya.

Cara ini tentu saja menarik untuk bisa digunakan dalam produk rumahan. Dengan menggunakan permainan bahasa dengan pemilihan kata yang menarik, produsen dapat menarik hati konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan/dijual.

Dalam kajian filsafat bahasa, Kaelan (2002: 118) menyatakan teori permainan bahasa yang dinyatakan oleh Witgenstein dilatarbelakangi oleh adanya tipe-tipe kata yang ada dalam sebuah bahasa. Dalam kajiannya, fungsi bahasa dan hakikat bahasa. Bahasa tidak hanya ekspresi, melainkan memiliki hakikat yang komplisit sesuai dengan kehidupan manusia.

Berkaitan dengan pemilihan kata yang menarik dalam produk seperti JOGER, DAGADU dan Nibs Cokelat, ini merupakan salah satu bentuk persuasi yang baik. Salah satu ciri persuasi adalah dengan sugesti (Kerar, 2007:126). Sugesti ini adalah usaha untuk membujuk orang lain, sehingga percaya dan mau membeli barang yang dijual/dipasarkan.

Dalam permainan bahasa dan sugesti sebagai usaha persuasi, diksi memiliki peranan penting dalam pencitraan produk sebagai ciri khas. Dibutuhkan sensitivitas dan kreativitas yang tinggi untuk membuat kata-kata yang mampu menarik hati dan perhatian orang lain.

Diksi merupakan pilihan kata mencakup pengertian kata-kata yang dipakai untuk menyampaikan suatu gagasan, pengelompokan kata-kata yang tepat atau menggunakan ungkapan-ungkapan yang tepat. Menurut Trianingsih (2009:3), pilihan kata mencakup pengertian kata yang dipilih untuk menyampaikan gagasan dengan tepat. Pemilihan didasarkan pada pembentukan kelompok-kelompok kata yang tepat untuk pengungkapan gagasan dan gaya yang tepat untuk situasi tertentu.

Berdasarkan inovasi pada produk tersebut, inovasi ini dapat dilakukan pada kemasan produk yang dibuat oleh masyarakat di desa Kertosari Kecamatan Pakusari kabupaten Jember. Dengan cara ini, diharapkan ada perubahan yaitu peningkatan permintaan pasar.

Pengabdian ini ditujukan untuk para produsen/masyarakat yang menjual, menerima pesanan aneka jajanan di Desa Kertosari Kecamatan

Pakusari Jember. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan informasi dan pengetahuan tentang inovasi yang bisa dipilih dalam memasarkan produk mereka. Melalui kegiatan ini, diharapkan ada inovasi dalam penjualan produk mereka. Inovasi ini akan menjadi jalan menuju kesuksesan. Inovasi yang dimaksud adalah mampu memilih kata atau bermain kata untuk menunjukkan ciri khas produk mereka. Dengan demikian, permainan bahasa dan pemilihan kata yang tepat tersebut menjadi daya tarik produk di desa tersebut.

Sasaran kegiatan pengabdian adalah para penjual, penerima pesanan aneka jajanan di Desa Kertosari Kecamatan Pakusari. Kegiatan ini akan berbentuk workshop. Target sasaran pengabdian adalah 15 orang yaitu ibu-ibu yang telah berwirausaha dengan menjual aneka jajanan.

Berdasarkan analisis tersebut, kegiatan pengabdian ini akan menyajikan cara yang baik dalam memilih kata atau dikti yang tepat untuk produk yang telah dihasilkan. Harapannya dapat meningkatkan produksi dan penghasilan masyarakat setempat.

METODE PELAKSANAAN

Metode Pendekatan Yang Ditawarkan Untuk Menyelesaikan Persoalan Mitra

Metode pendekatan yang digunakan dalam menyelesaikan persoalan mitra adalah pendekatan partisipatori. Pendekatan partisipatori adalah pendekatan pelibatan penuh peneliti dalam permasalahan di masyarakat. Pendekatan ini akan menghasilkan solusi yang disetujui oleh masyarakat, sehingga membentuk masyarakat yang beretika di media sosial khususnya dan di masyarakat pada umumnya.

Pendekatan partisipatori lebih memfokuskan pada penanaman kebiasaan, adat istiadat, nilai, dan norma tanpa melakukan paksaan dan kekerasan fisik. Kebiasaan yang dimaksud adalah pembiasaan etika berbahasa dan berkomunikasi di masyarakat, khususnya di media sosial grup tertentu.

Kesepakatan Antara Mitra dan Pelaksana Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Agar bisa mencapai tujuan pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat, maka berikut beberapa kesepakatan antara mitra dan pelaksana.

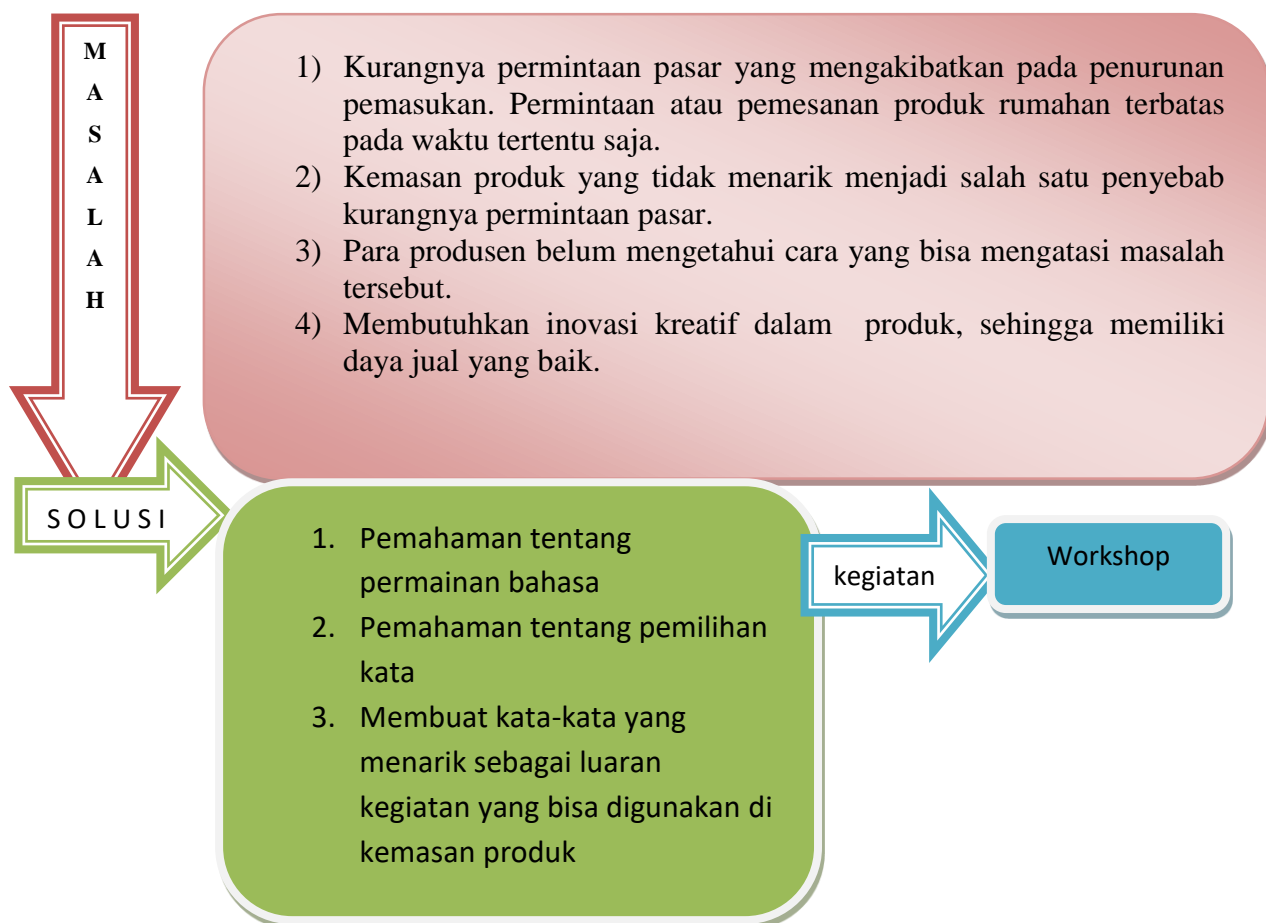
Kesepakatan Mitra dan Pelaksana	
Kewajiban Mitra	Kewajiban Pelaksana
Mitra menyiapkan diri untuk memiliki konsep inovasi produk khususnya tampilan atau kemasan produk	Pelaksana memberikan sosialisasi dan penyuluhan tentang pilihan kata untuk menarik perhatian konsumen

Mitra berkenan memikirkan kata-kata yang menarik yang akan digunakan dalam produk mereka	Pelaksana membiayai dan memberikan fasilitas untuk membantu mitra dalam menemukan kata-kata menarik sebagai icon produk.
Mitra mendiskusikan permasalahan dalam pemilihan kata yang tepat	Pelaksana memberikan pendampingan dalam menyelesaikan permasalahan pemilihan kata

Metode Pelaksanaan Program

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini akan dilaksanakan sesuai langkah dalam solusi permasalahan mitra. Melalui sosialisasi, penyuluhan/workshop, pendampingan, pemantauan dan evaluasi. Adapun luaran kegiatan ini kata-kata yang menarik perhatian yang bisa dipakai produsen dalam kemasan produk mereka. Berikut Alur kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

Alur Metode dan Hasil Pelaksanaan Kegiatan



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pembinaan dan Pengembangan Produk Masyarakat

Di Masyarakat Pakusari, khususnya Desa pakusari dan Kertosari, terdapat jajan (jenis kerupuk) yang menjadi ciri khas. Kerupuk tersebut bernama pleret. Hampir sama dengan bentuk pleret yang ada di tempat lain, namun pleret di masyarakat Pakusari ini masuk dalam kategori kerupuk.

Pleret di tempat lain merupakan jajanan yang diberi kuah santan. Pleret tersebut bisa dimakan bersamaan dengan cendol, es campur, dan aneka makanan berkuah lainnya. Pleret tersebut juga bisa dimakan secara langsung.

Berikut gambar pleret di tempat lain.



Pleret yang dimakan
dengan kuah santan,
Makanan yang
Berkembang di Blitar



Pleret sebelum dicampur
dengan kuah

Pleret yang merupakan jajanan khas Pakusari dapat menjadi produk berbasis masyarakat. Melalui pengembangan pleret tersebut, masyarakat diharapkan mampu memiliki kegiatan positif yang bernilai ekonomis. Selain itu, makanan khas ini bisa menjadi ikon desa atau kecamatan. Desa yang memiliki ikon lebih menjual potensi masyarakat. Hal ini tentu akan berdampak secara ekonomis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan penduduk, pekerjaan mereka adalah buruh tani dan atau buruh PTPN Kertosari X. Namun, pekerjaan tersebut tidak bisa diandalkan secara terus menerus, karena pekerjaan tersebut bersifat musiman. Terlebih lagi, sekarang rekrutmen karyawan di PTPN Kertosari X sangat ketat dengan sistem target pekerjaan yang dirasa sangat berat oleh masyarakat. Namun, kondisi ini sesuai dengan upah atau gaji yang didapat dari Kebun Kertosari X dengan upah perhari 60 ribu. Pekerjaan ini akan berlangsung selama persediaan tembakau masih ada. Tidak jarang, mereka hanya bekerja

enam bulan saja. Selebihnya mereka akan kembali menjadi buruh tani. Pekerjaan buruh tani hanya bisa didapat saat musim tanam, seperti tanam tembakau, cabe, dan juga padi. Namun, pekerjaan ini terkadang tidak dilakukan setiap hari. Dengan demikian, masyarakat akan mencari alternatif pekerjaan yang lain.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan pengembangan potensi ekonomi masyarakat desa melalui pengembangan jajanan berbasis masyarakat. Masyarakat Kertosari dan Pakusari yang bisa membuat pleret dapat menjadikannya sebagai pekerjaan yang menghasilkan secara ekonomis.

Tidak hanya pleret, masyarakat Kertosari dan Pakusari juga bisa mengembangkan kerupuk sebagai produk berbasis masyarakat. Kerupuk yang sudah biasa dibuat oleh masyarakat adalah kerupuk bawang putih dan kerupuk udang. Kerupuk ini biasanya dijual matang. Kerupuk tersebut dibungkus dengan harga 500 rupiah per bungkus.

Kerupuk tersebut dapat dikembangkan dengan cara menjualnya secara langsung tanpa menggorengnya. Kerupuk dibungkus mulai dari kemasan 250 gram sampai 500 gram. Dengan demikian, masyarakat tidak perlu khawatir kerupuk berbau dan dikembalikan oleh warung. Cara ini diterima masyarakat sebagai alternatif dalam menjual produknya.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pelaksana pengabdian kepada masyarakat menggelar praktik membuat pleret dan kerupuk. Guru dalam pelatihan ini adalah ibu-ibu yang telah memiliki keterampilan dalam mengolah dan memproduksi sebelumnya. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan, banyak ibu-ibu yang tidak memproduksi kembali karena tidak percaya diri terhadap pangsa pasar dari kerupuk tersebut.

Pada tanggal 20 November 2016, diselenggarakan praktik membuat pleret. Bahan Pleret adalah beras, bawang putih, garam secukupnya. Cara membuat pleret adalah sebagai berikut.

- 1) Beras direndam 3 hari 3 malam
- 2) Beras digiling agar menjadi tepung
- 3) Tepung dicampur bawang putih yang dihaluskan, garam secukupnya, dan air sampai menjadi adonan
- 4) Adonan dikukus
- 5) Adonan yang sudah dikukus, dicetak dengan menggunakan batang pisang
- 6) Pleret yang sudah dicetak dikukus kembali
- 7) Pleret yang sudah dikukus dijemur sampai kering.
- 8) Pleret siap digoreng menjadi kerupuk.

Pada tanggal 27 November 2016, diselenggarakan praktik membuat kerupuk udang dengan bahan dasar kanji, terigu, soda, garam, bawang, dan terasi. Cara membuatnya adalah sebagai berikut:

- 1) Campur tepung kanji dan tepung terigu dengan perbandingan 10:3 (tepung kanji 1 kg, dan terigu 300 gram).
- 2) Masukkan terasi 0,5 ons, penyedap, garam, dan soda secukupnya (seperempat sendok teh).

- 3) Aduk adonan sampai bercampur semua bahan.
- 4) Masukkan air mendidih samoau adonan mengental.
- 5) Adonan dikukus.
- 6) Adonan didinginkan. Jika sudah dingin, adonan siap dipotong-potong sesuai selera.
- 7) Kerupuk yang sudah dipotong-potong dijemur sampai kering.

Dari dua kegiatan pelatihan tersebut, masyarakat mulai tertarik untuk mengembangkan produk berbasis masyarakat. Dengan adanya motivasi dan kepercayaan diri pada masyarakat, maka produk berbasis masyarakat yang bernilai ekonomis akan terwujud.

Pelaksana pengabdian kepada masyarakat akan membantu masyarakat dalam memasarkan barang dagangan mereka. Pelaksana bekerja sama dengan Pimpinan Ranting Aisyiyah Pakusari untuk memasarkan produk berbasis masyarakat ini melalui Majelis Ekonomi. Dengan demikian, keberadaan Majelis Ekonomi Pimpinan Ranting Aisyiyah Pakusari dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

Penamaan Produk Masyarakat

Pada pelatihan tersebut, dijelaskan pula penamaan produk yang dihasilkan. Nama produk berfungsi sebagai identitas yang bisa diketahui oleh pembeli. Melalui identitas tersebut, pembeli memiliki penilaian terhadap produk yang sedang dipasarkan.

Penggunaan nama yang sedang *ngetren* seperti penggunaan nama hantu, bom, dan beberapa jenis lainnya memiliki sisi positif dan juga negatif. Penamaan *kerupukpocong* kurang tepat dengan produk yang dibuat. Begitu pula dengan nama *kerupukndower*, *kerupuk geranat*, *kerupuk nyonyor*, dan seterusnya. Untuk itu, masyarakat harus tahu cara memberi nama atau identitas pada kerupuk yang diproduksinya.

Penamaan hendaknya mencerminkan rasa, fungsi atau dampak setelah memakannya. Hal ini sesuai dengan beberapa produk perusahaan yang sudah dijual di berbagai tempat. Nama produk dengan *chitato* ataupun *potato* mencerminkan kerupuk yang berasal dari *kentang*, dan begitu seterusnya.

Pleret dan kerupuk yang diproduksi masyarakat bisa tetap dengan nama pleret atau kerupuk + label atau identitas tambahan. Ada banyak yang ditawarkan dalam penamaan produk mereka, berikut nama-nama yang dimaksud.

- 1) Pleret Original : menunjukkan pleret rasa bawang, rasa pleret asli (yang memang sudah ada sebelumnya).
- 2) Pleret Udang : mengacu pada pleret yang dicampur dengan terasi, sehingga memiliki rasa udang di dalamnya.
- 3) Pleret Manis Pedas : mengacu pada pleret yang memiliki rasa manis pedas. Rasa ini sudah berbeda dengan pleret yang asli.

- 4) Kerupuk Barokah : mengacu pada kerupuk terasi yang membawa kebaikan pada orang yang memakannya, juga memiliki makna kerupuk sehat.
- 5) Kerupuk Sehat : mengacu pada bahan dan pembuatan yang sehat dan bersih sehingga aman dikonsumsi.
- 6) Kerupuk Renyah : mengacu pada rasa kerupuk yang diproduksi.
- 7) Dan seterusnya.

Masyarakat juga memiliki persamaan persepsi dengan tidak menggunakan nama kerupuk pemilik atau pemroduksinya. Mereka beranggapan ketidakapikan penggunaan nama pribadi sebagai nama kerupuk. Meskipun sebenarnya penamaan barang + nama pemroduksi diperbolehkan. Mereka mencontohkan kerupuk (dengan bahan yang sama) namun nama berbeda, seperti kerupuk bu yanti, kerupuk bu wati, dan seterusnya memiliki kesan tidak apik dan tidak nyaman. Oleh sebab itu, penamaan dengan teknik tertentu dengan mengacu pada rasa, fungsi atau dampak setelah memakannya disebut sebagai teknik penamaan yang baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan dapat disimpulkan produk berbasis masyarakat dapat dikembangkan dengan baik melalui penamaan produk dan pemasaran yang baik. Produk berbasis masyarakat ini bernilai ekonomis sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

SARAN

Produk yang telah dinamai dengan baik membutuhkan cara dalam memasarkan produk. Pemasaran dapat dilakukan dengan online dan langsung. Pemanfaat online sebagai media pemasaran dapat menjadi kegiatan pengabdian selanjutnya. Pemasaran secara langsung dapat memanfaatkan kegiatan yang ada di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Kaelan. 2002. Filsafat Bahasa. Yogyakarta: Paradigma
Keraf, Gorys. 2007. Argumentasi dan Narasi. Jakarta: Gramedia