

**SOSILISASI PENERAPAN BAHASA POSTER BERSIFAT PERSUATIF
PADA JURUSAN BISNIS DARING DAN PEMASARAN
SMK MUHAMMADIYAH 2 BANDAR LAMPUNG**

Frieska Maryova R¹, Sari Narulita², Vetri Yanti Zainal³, Viona Amalia⁴,
Muhammad Alse Ta'lim⁵

¹²³⁴⁵STKIP PGRI Bandar Lampung

¹yova0411@gmail.com, ²litalampung@gmail.com, ³zainalzainalvetrivetri@gmail.com,
⁴vionaamalia@gmail.com, ⁵alsee@gmail.com

Abstrak: Bisnis dan Pemasaran adalah sebuah jurusan yang fokus utamanya yaitu mempelajari kemampuan dan keilmuan untuk bisa menjadi seorang marketing dengan membuat sebuah poster yang dapat meyakinkan konsumen. Setelah dilakukan pengamatan Jurusan Bisnis dan Pemasaran di SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung dirasa perlu memberikan sosialisasi kepada peserta didik di SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung khususnya jurusan Bisnis dan Pemasaran tentang penerapan bahasa poster yang bersifat persuatif dalam bisnis dan pemasaran yang sedang mereka jalani pada pasar konvensional maupun pasar daring melalui media sosial. Sosialisasi ini dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 4 Mei 2023 diikuti oleh siswa-siswi jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung yang berjumlah 19 orang dengan teknik memberikan pengetahuan, tanya jawab serta latihan dalam menerapkan bahasa persuatif dalam poster yang mereka buat. Hasil kegiatan ini para guru dapat membantu memantau perkembangan bisnis dan pemasaran mereka di sosial media. Juga siswa-siswinya mampu bersaing di pasaran secara luas lagi.

Kata Kunci: bahasa poster, bisnis daring, pemasaran

***Abstract:** Business and Marketing is a major whose main focus is studying the skills and knowledge to become a marketer by making a poster that can convince consumers. After observing the Business and Marketing Department at Muhammadiyah 2 Bandar Lampung Vocational School, it was felt necessary to provide socialization to students at Muhammadiyah 2 Bandar Lampung Vocational School, especially the Business and Marketing department regarding the application of persuasive poster language in business and marketing that they are currently doing in conventional markets as well as online market through social media. This outreach was held on Thursday 4 May 2023 attended by 19 students majoring in Online Business and Marketing at Muhammadiyah 2 Bandar Lampung Vocational School with the technique of providing knowledge, question and answer and training in applying persuasive language in the posters they made. The results of this activity can help teachers monitor the development of their business and marketing on social media. Also the students are able to compete in the market widely again.*

Keywords: poster language, online and marketing

PENDAHULUAN

Bisnis atau niaga adalah kegiatan memperjualbelikan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh laba. Bisnis adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Sukirno (2010: 20) Bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan. Di era digital ini bisnis daring mulai dikenal oleh berbagai lapisan masyarakat. Selain itu sudah banyak juga masyarakat yang mulai menggunakan metode bisnis daring ini. Hal tersebutlah yang menjadi alasan penting bagi kita untuk paham bagaimana konsep bisnis ini. Metode pemasaran yang paling terkenal dari kompetensi ini adalah menggunakan teknik *digital marketing*. Dimana kita bisa mempromosikan produk yang akan kita jual kepada banyak orang tanpa bertemu mereka secara langsung. Berkaitan dengan bisnis kita masuk dalam konsep bagaimana cara kita memasarkan barang tersebut agar diterima di pasaran.

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, pengiriman barang, dan mempromosikan barang. Konsep pemasaran atau marketing menurut pengertiannya adalah segala kegiatan perusahaan untuk menawarkan produk. Dalam praktiknya, perusahaan harus mampu menyesuaikan produknya dengan keunggulan pasar. Pemasaran menurut Melydrum (2016) adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber

daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di mana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swastha "Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Sehingga dalam menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasarannya. Karena pada saat kondisi kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian tumbuh menjadi keinginan manusia. Fungsi pemasaran dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Fungsi Pertukaran

Fungsi pemasaran yang pertama adalah fungsi pertukaran. Dengan pemasaran pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali.

2. Fungsi Distribusi Fisik

Fungsi pemasaran yang kedua adalah fungsi distribusi fisik yang dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara baik melalui air, darat, udara, dsb. Penyimpanan produk mengedepankan menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.

3. Fungsi Perantara

Fungsi pemasaran yang ketiga adalah fungsi perantara. Untuk

menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik.

Strategi lain yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah dengan mempromosikan secara terus menerus barang yang akan dijual sehingga masuk ke dalam kancan pemasaran yang tepat. Mempromosikan sebuah barang bisa secara langsung ataupun melalui media sosial. Karena saat ini yang lebih menarik adalah banyak sekali pebisnis-pebisnis muda memulai bisnisnya dengan menggunakan akun media sosial mereka. Untuk itu akun tersebut harus dengan baik mempromosikan barang yang akan dijual. Gambar atau poster yang dibuat harus menggunakan bahasa yang bisa menarik minat konsumen untuk membeli barang tersebut.

Poster adalah media publikasi berupa tulisan, gambar maupun kombinasi antara keduanya. Poster berisi pemberitahuan, pengumuman, atau iklan. Tujuan poster adalah memberikan informasi kepada publik. Sudjana dan Rivai (2001) menjelaskan bahwa poster adalah kombinasi visual dari rancangan yang kuat dengan warna dan pesan dengan maksud untuk menangkap perhatian orang yang lewat, tetapi cukup lama menanamkan gagasan yang berarti dalam ingatannya. Berikut ini adalah ciri-ciri poster yaitu;

1. Desain grafis dari poster harus memuat komposisi yang terdiri atas huruf dan gambar di atas media kertas atau kain yang berukuran besar.
2. Poster pada umumnya dibuat dengan perpaduan warna yang kuat dan kontras.
3. Poster lazimnya mempergunakan bahasa yang singkat, jelas, tidak rancu agar mudah dipahami.
4. Pesan yang ingin disampaikan sebaiknya disertai dengan gambar.
5. Poster dapat dibaca secara sambil lalu.

Tujuan poster di antaranya adalah:

1. Masyarakat menjadi tahu tentang kegiatan atau acara yang akan dilaksanakan.
2. Menjadikan produk atau jasa kita dikenal dan digunakan oleh masyarakat.
3. Mengingatkan masyarakat tentang hal yang seharusnya dilakukan.
4. Mengingatkan masyarakat agar menghindari hal-hal yang merugikan diri sendiri dan orang lain.

Fungsi Poster:

1. Fungsi poster adalah untuk menyampaikan informasi.
2. Fungsi poster adalah media promosi barang ataupun jasa.
3. Sarana bagi para desainer grafis untuk berkeaktivitas.

Jenis Poster Berdasarkan Isi

Dengan melihat isi di dalamnya, poster dapat digolongkan menjadi berbagai jenis:

1. **Poster niaga**, yaitu poster yang dibuat dengan tujuan untuk menawarkan barang dan/atau jasa.
2. **Poster layanan masyarakat** adalah poster yang memuat informasi untuk mengedukasi masyarakat secara umum tentang suatu hal.
3. **Poster kegiatan**, merupakan media untuk memberitahukan tentang suatu kegiatan yang akan diselenggarakan.
4. **Poster pendidikan**, yakni poster yang memiliki tujuan untuk mendidik masyarakat. Biasanya berhubungan dengan dunia pendidikan dan dipasang di sekolah-sekolah.

Jenis Poster Berdasarkan Tujuan

1. Poster kampanye adalah jenis poster yang digunakan untuk menarik simpati masyarakat terhadap partai politik serta calon

- yang akan maju dalam pemilihan umum.
2. Poster 'cheesecake' adalah sebutan untuk poster yang digunakan untuk menarik perhatian dan minat publik.
 3. Poster film yaitu poster yang dibuat khusus untuk mempromosikan suatu film yang akan atau sedang tayang di bioskop.
 4. Poster buku dan/atau komik memiliki pengertian yang sama dengan poster film. Kesamaan tersebut yaitu untuk mempopulerkan suatu buku atau komik yang dijual di toko buku.
 5. Poster propaganda yaitu poster yang berisikan kalimat yang bertentangan dengan pemerintahan berwenang.
 6. Poster 'dicari' (dalam Bahasa Inggris poster 'wanted') merupakan jenis poster memuat informasi penjahat yang sedang menjadi buronan, orang hilang, atau bahkan mengenai lapangan pekerjaan.
 7. Poster riset yaitu poster yang bertujuan untuk menginformasikan mengenai sebuah kegiatan riset.
 8. Poster afirmasi adalah poster yang bertujuan untuk memberikan motivasi kepada pembaca.
 9. Poster komersial memiliki pengertian yang sama dengan poster niaga, yaitu untuk mempromosikan suatu produk agar makin dikenal masyarakat dan meningkatkan angka penjualan.

Dalam buku Widhayani (2020), terdapat sejumlah kaidah kebahasaan poster, yaitu bahasa yang digunakan bersifat persuasif. Bahasa tidak boleh mengandung SARA. Bahasa menyatu dengan tema. Berisi pemberitahuan, berukuran besar, dan dipajang di tempat umum. Gambar lebih mendominasi daripada tulisan. Kusuma (2009) menjelaskan prinsip poster mencakup:

1. Keseimbangan, yaitu prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa (keseimbangan tata letak). Ada dua jenis keseimbangan, yaitu simetris dan asimetris.
2. Alur baca diatur secara sistematis. Alur baca yang diatur secara sistematis bertujuan untuk mengarahkan mata membaca dalam menelusuri informasi dari satu bagian ke bagian lain pada poster.
3. Penekanan bisa dicapai dengan membuat judul atau ilustrasi yang lebih menonjol dari elemen desain lain berdasarkan urutan prioritas. Penekanan bisa dicapai dengan perbandingan ukuran, latar belakang yang kontras dengan tulisan atau gambar, perbedaan warna yang mencolok, memanfaatkan garis untuk pemisahan informasi.
4. Memiliki unsur gambar dan kata-kata yang dibuat pada kertas berukuran besar supaya lebih mudah dibaca banyak orang sehingga memberikan sentuhan akhir atau kesan.
5. Mengandung unsur warna yang mencolok dan menarik. Dipasang di tempat-tempat yang strategis supaya dapat diketahui banyak orang.

METODE

Sosialisasi tentang penerapan bahasa persuasif dalam poster bagi siswa-siswi SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung ini akan dilaksanakan pada Hari Kamis tanggal 4 bulan Mei tahun 2023 bertempat di aula SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung yang beralamat di Jl. Zainal Abidin PA No. 14, Labuhan Ratu, Labuhan Ratu, Kota Bandar Lampung, Lampung 35142. Kegiatan ini berlangsung langsung selama satu

hari dimulai pukul 08.00 WIB sampai dengan 16.00 WIB dengan waktu istirahat pukul 12.00 WIB sampai dengan 13.00 WIB. Peserta kegiatan ini adalah guru dan siswa-siswi SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung yang berjumlah 19 orang.

Persiapan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan sebelum melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, yaitu:

1. Melakukan studi pustaka tentang kriteria Bahan Ajar yang sesuai dengan tema kegiatan yaitu peneraan bahasa persuatif dalam poster niaga.
2. Memilih bagian-bagian sumber belajar berupa Foto, Gambar, Diagram, dan Teks yang dianggap kurang kontekstual dengan permasalahan yang dihadapi siswa tentang poster yang menggunakan bahasa persuatif.
3. Menyiapkan foto, gambar, dan teks yang kontekstual ada di kehidupan sekitar siswa sebagai bahan penyusunan bahan ajar berbasis kearifan lokal.
4. Melakukan uji coba desain materi yang akan disampaikan.
5. Menentukan waktu pelaksanaan dan lamanya kegiatan pengabdian bersama-sama tim pelaksana.
6. Mengirim surat kepada SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung terkait dengan kesediaannya untuk mengikuti pelatihan.
7. Kesepakatan bersama dengan mitra tentang pelaksanaan kegiatan yaitu tanggal 4 Mei 2023.
8. Tanggal 3 Mei 2023 melakukan pengecekan terkait kesiapan tempat dan peralatan yang akan digunakan dalam kegiatan.
9. Menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan.

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Pada hari Kamis tanggal 4 Mei 2023 kegiatan pelatihan akan dimulai dari pukul 08.00 hingga 16.00 dengan susunan acara:

1. Registrasi Peserta
2. Pembukaan pelatihan oleh perwakilan Kepala Sekolah SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung selaku tuan rumah dan Ketua TIM Pengabdian Kepada Masyarakat Ibu Frieska Maryova R., M.Pd.
3. Penyampaian Materi
Materi Pertama disampaikan oleh Vetri Yanti, S.E., M.Pd, dengan Materi bisnis daring di lingkungan konsumen atau yang sedang hangat-hangatnya. Materi Kedua disampaikan oleh Sari Narulita, S.E., M.Si. tentang manajemen pemasaran yang baik di era 4.0. Materi Ketiga disampaikan oleh Frieska Maryova S.Pd., M.Pd. dengan materi penerapan bahasa persuatif yang ada pada poster niaga.
4. Pemodelan penerapan bahasa persuatif dalam poster yang dibuat oleh perwakilan peserta.
5. Penutupan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pelatihan yang dilakukan di SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung tentang Sosialisasi penerapan bahasa persuatif dalam poster bagi siswa-siswi SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung Jurusan Bisnis dan Daring didapat hasil sebagai berikut :

Peserta didik mampu bersaing dengan pasaran luas menggunakan moda daring melalui media sosial yang dibuat untuk mempromosikan barang ataupun jasa yang mereka tawarkan kepada konsumen.

1. Peserta didik sudah mampu menggunakan bahasa persuatif dalam poster yang dibuat guna

- mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkan.
2. Guru bisa memantau perkembangan hasil penjualan yang ditawarkan melalui media sosial.
 3. Siswa lebih kreatif dan lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Tidak hanya 1 aplikasi yang dibuat untuk pemasaran tetapi banyak aplikasi yang menyediakan barang atau jasa yang ditawarkan.

SIMPULAN

Bisnis dan Pemasaran adalah sebuah kompetensi keahlian (jurusan) yang fokus utamanya yaitu mempelajari dasar kemampuan dan keilmuan untuk bisa menjadi seorang marketing. Marketing disini bisa dimaksudkan dengan marketing secara konvensional maupun melalui media sosial daring. Di Kompetensi Keahlian Bisnis dan Pemasaran siswa sekalian akan mempelajari berbagai hal penting. Hal yang akan dipelajari pada kompetensi keahlian ini yaitu kewirausahaan, strategi pasar. Selain itu siswa juga diajarkan untuk mampu membaca kemungkinan munculnya peluang dalam dunia bisnis. Salah satu peluang yang sudah menjadi rahasia umum yaitu penggunaan media sosial dalam pemasarannya. Karena ruang lingkup pemasaran begitu kompleks, dari mulai anak-anak hingga dewasa bisa membaca dan menjadikan mereka tertarik untuk membeli barang yang sedang dipasarkan. Dengan adanya sosialisasi terkait tentang pemasaran menggunakan poster penjualan yang dapat menarik minat konsumen dalam membeli sesuatu tentunya harus menerapkan bahasa persuatif dalam poster dagangan mereka agar konsumen tertarik dengan yang mereka pasarkan atau tawarkan. Dan yang lebih baik lagi dari hasil sosialisasi ini adalah peserta

didik mampu menggunakan media sosial dengan bijak.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusuma, Yuliandi. 2009. *Trik Paten Poster Keren*. Jakarta : Grasindo.
- Melydrum. 2016. Pemasaran. Pengertian Pemasaran. Jurnal Online Eprints. Polstri. Diakses Tanggal 16 2023. <https://polsri.ac.id>.
- Sudjana dan Rivai, 2001. *Media Pengajaran*. Bandung: Sinar Baru.
- Sukirno, Sadono. 2010. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Widhayani, Arrie. 2020. *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan, Dan Poster Untuk Siswa Smp/Sma/Smk/Ma Dan Umum*. Sukoharjo: Yayasan Hidayatul Mubtadi'in (HM Publisher)