

**PELATIHAN PENULISAN IKLAN BAGI KARYAWAN PT. TEMPO SCAN
PASIFIC BANDAR LAMPUNG**

Riska Alfiawati¹, Rohana², Dian Permanasari³, Cici Sundari⁴, Jesika Amanda⁵
¹²³⁴⁵STKIP PGRI Bandar Lampung

¹riskaalfiawati@gmail.com, ²Rohanaana566@gmail.com, ³Dianpermana@gmail.com
⁴cicisundari@gmail.com, ⁵jesikaamanda@gmail.com

Abstrak: Korespondensi bisnis dan komunikasi tertulis dalam Bahasa Inggris sangat penting dalam bersaing dengan perusahaan investasi asing di Indonesia. Oleh karena itu, kita dituntut untuk menguasai proses perdagangan internasional dan menulis dengan tepat dalam bentuk, struktur, gaya, dan isi sesuai dengan situasi bisnis internasional berdasarkan prinsip dan keterampilan menulis. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai pembuatan surat bisnis sehingga dapat menghasilkan isi surat bisnis jelas dan koheren dengan pengembangan, organisasi, dan gaya yang sesuai dengan memanfaatkan aplikasi canva yang dapat membantu kita dalam mempermudah dan mempercepat pekerjaan. Rangkaian kegiatan ini meliputi tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pemilihan metode kegiatan ini adalah ceramah dan praktik. Peningkatan kemampuan membuat surat bisnis dalam Bahasa Inggris dapat membantu para peserta dapat menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan efisien. Serta kefasihan komunikasi tertulis berbahasa Inggris mampu memberikan peluang dan kesempatan lain dalam bekerja sama dengan lingkungan global.

Kata Kunci: Iklan, Karyawan, Tulisan

***Abstract:** Business correspondence and written communications in English are very important in competing with foreign invested companies in Indonesia. Therefore, we are required to master the international trade process and write appropriately in form, structure, style and content according to international business situations based on writing principles and skills. This activity aims to provide insight and knowledge regarding creating business letters so that we can produce clear and coherent business letter content with appropriate development, organization, and style by utilizing the Canva application which can help us simplify and speed up our work. This series of activities includes preparation, implementation, and evaluation stages. The method chosen for this activity is lecture and practice. Increasing the ability to write business letters in English can help participants complete their work effectively and efficiently. As well as fluency in written communication in English, it can provide other opportunities and opportunities in collaborating with the global environment.*

Keywords: Advertisement, Employee, Writing

PENDAHULUAN

Iklan memiliki peranan yang sangat penting dalam pemasaran dan promosi. Maka dari itu, masyarakat bisa mengenal

sebuah produk secara spesifik hanya dari sebuah iklan atau alat pemasaran. Dengan begitu, keuntungan dari sebuah penjualan akan lebih meningkat karena telah

berhasil meraih perhatian masyarakat. Tujuan iklan pada intinya sangat dibutuhkan oleh kegiatan promosi karena dapat disampaikan melalui beberapa media, seperti radio atau televisi. Karena memiliki peranan yang sangat penting, iklan harus dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh perusahaan yang mempromosikan produknya. Sebelum memahami lebih lanjut mengenai tujuan iklan, kamu harus mengetahui definisi dari iklan sendiri. Iklan adalah media promosi yang berisi kalimat-kalimat bersifat membujuk atau mengajak orang-orang. Selain menarik minat pembeli supaya mau membeli produk dan menggunakannya, iklan juga berisi pesan. Iklan digunakan untuk promosi masalah komersial dan dibutuhkan pembaca untuk melakukan banyak hal baik. Iklan juga didefinisikan sebagai pemberitahuan kepada khalayak mengenai produk atau barang yang dijual. Pemberitahuan tersebut akan dibagikan melalui media massa layaknya surat kabar atau majalah di tempat-tempat umum. Sebelum karyawan menulis iklan resmi mereka harus memiliki pengetahuan mengenai iklan termasuk penguasaan hal-hal berikut: penulisan iklan menguasai pemakaian Bahasa Indonesia secara baik dan benar, harus mengetahui kedudukan masalah yang dipersoalkan serta latar belakangnya, memahami bidang pekerjaan serta peraturan-peraturan yang berhubungan dengan pekerjaan itu, mengetahui posisinya dalam membuat iklan, artinya terhadap siapa ia berbicara atau menulis iklan, penulis menguasai teknik-teknik menyusun iklan yang baik, seperti memilih bentuk iklan, penggunaan kertas iklan, penyusunan dan pengetikan bagian-bagian iklan. Keterampilan seseorang menulis iklan berkenaan dengan kemampuan seseorang untuk merumuskan buah pikirannya dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami oleh orang lain. Dengan keterampilan seseorang, diharapkan isi iklan mendapat respon atau tanggapan yang baik dan

menguntungkan, serta tercapai tujuan yang dikehendaki oleh pembuatnya. Mengingat pentingnya peranan iklan untuk berbagai keperluan promosi, maka keterampilan menulis iklan hendaknya telah terlatih serta telah dikuasai oleh karyawan sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan keahlian dalam dunia bekerja. Namun melalui pengamatan yang telah dilakukan masih adanya karyawan yang masih mengalami kesulitan dalam hal menulis iklan. Bagaimana tata letak bagian-bagian iklan, apa saja bagian-bagian sebuah iklan resmi, apa saja yang harus dikemukakan dalam iklan bagaimana syarat sebuah iklan resmi, dan sebagainya.

PT Tempo Scan Pacific Tbk (“Perseroan”) dan entitas anaknya merupakan bagian dari kelompok usaha swasta nasional Grup Tempo yang telah memulai usaha perdagangan produk farmasi sejak tahun 1953. PT Tempo Scan Pacific Tbk dibentuk melalui proses restrukturisasi pada tahun 1991 dan semula bernama PT Scanchemie yang pada tahun 1970 memulai kegiatan produksi komersial produk farmasi dalam skala besar. Seiring dengan perjalanan waktu, Perseroan melalui entitas anaknya memproduksi produk kosmetik dan produk konsumen sejak tahun 1977. Iklan adalah pesan yang disampaikan dengan tujuan untuk memperkenalkan suatu produk kepada audiens dengan platform media tertentu. Iklan merupakan salah satu instrumen yang penting dalam proses pemasaran. Secara praktik, iklan menjadi bagian dari promosi pemasaran. Semakin berkembangnya zaman ke arah yang lebih digital, ada transformasi dalam bentuk iklan yang lebih variatif. Misalnya, kamu bisa menemukan berbagai iklan di platform media sosial atau iklan-iklan di Billboard yang kreatif. Semua itu tujuan objektifnya satu, yakni bagaimana audiens masyarakat sadar akan iklan itu dan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain iklan, ada proses periklanan yang merujuk pada

biaya yang harus didistribusikan untuk keperluan sponsor dalam menjalankan promosi dalam bentuk ide dan produk. Fungsi informasional ditujukan untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang produk, sementara fungsi transformasional bertujuan untuk mengubah sikap konsumen terhadap merek produk dan pola belanja.

Teks iklan memiliki beberapa ciri khas, yakni sebagai berikut:

1. Menggunakan Kalimat Persuasif
Kalimat persuasif digunakan untuk memengaruhi pembaca agar merespon iklan dengan melakukan tindakan tertentu.
2. Ringkas dan Mudah Dipahami
Bahasa iklan harus sederhana, ringkas, dan mudah dipahami agar pesan dapat tersampaikan dengan jelas.
3. Berkesan Positif
Iklan harus memberikan kesan positif terhadap produk yang diiklankan, menekankan keunggulan dan kelebihan.
4. Berima
Penggunaan bahasa yang berima dapat membuat iklan lebih menarik dan mudah diingat oleh pembaca. Hambatan dan permasalahan yang dihadapi tersebut diantaranya adalah kurangnya pengetahuan tentang tata cara penulisan dan tata cara Bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai EYD, namun belum diimbangi dengan tersedianya dan sarana prasarana pendukung yang memadai. Selain itu, peningkatan urusan penulisan iklan sehingga karyawan dituntut mengetahui dan paham akan pentingnya Bahasa Indonesia yang sesuai EYD dalam urusan penulisan iklan. Permasalahan yang lain, adalah kurangnya kesadaran karyawan yang kurang peduli untuk lebih mempelajari tentang penulisan iklan yang baik dan benar.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian ini dengan judul Pelatihan Penulisan Iklan bagi karyawan di PT TEMPO SCAN yang bertempat di kantor PT TEMPO SCAN cabang Lampung. dilaksanakan pada hari Selasa dan Rabu, 18-19 Juni 2024. Kegiatan ini berlangsung selama ± 6 jam setiap harinya, yakni dimulai sekitar pukul 09.00 sampai dengan pukul 15.00 WIB. Kegiatan ini berlangsung dengan cara persentasi tentang materi dan setelah itu tanya jawab dilanjutkan diskusi terkait materi serta mempraktekannya.

Persiapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

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

1. Melakukan studi Pustaka tentang materi pembelajaran penggunaan Bahasa Indonesia yang sesuai dengan penulisan iklan
2. Melakukan analisis terhadap sumber pekerjaan yang selama ini digunakan dan dilakukan oleh karyawan.
3. Memilih materi pelatihan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan karyawan tentang membuat iklan..
4. Menyiapkan materi pelatihan beserta foto, gambar atau iklan produk dalam pekerjaan sehari-hari dikantor.
5. Melakukan uji coba desain materi yang akan disampaikan.
6. Menentukan waktu pelaksanaan lamanya kegiatan pengabdian Bersama-sama tim pelaksana.
7. Mengirim surat kepada kepala Dinas Perdagangan Kotabumi Lampung Utara untuk meminta izin.
8. Kesepakatan Bersama dengan mitra tentang pelaksanaan kegiatan yaitu 18 dan 19 Juni 2024.
9. Tanggal 15 Juni 2024 melakukan pengecekan terkait kesiapan tempat dan peralatan yang akan digunakan dalam kegiatan.

10. Menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan untuk pelatihan.

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pada hari Selasa Tanggal 18 Juni 2024 (Hari Pertama) kegiatan pelatihan akan dimulai dari pukul 09.00 hingga 15.00 dengan susunan acara sebagai berikut:

1. Registrasi Peserta yaitu Karyawan di PT TEMPO SCAN.
2. Pembukaan Pelatihan oleh Kepala Kantor cabang TEMPO SCAN selaku tuan rumah dan Ketua Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Riska Alfiawati, M.Pd.
3. Penyampaian Materi
Materi pertama disampaikan oleh Riska Alfiawati, M.Pd. dengan materi tentang penulisan iklan.
Materi kedua disampaikan oleh Rohana, M.Pd. dengan materi tentang Iklan di dalam kantor.

Pada hari Rabu tanggal 19 Juni 2024 (Hari Kedua) kegiatan pelatihan akan dimulai dari pukul 09.00 hingga 15.00 dengan susunan acara sebagai berikut:

1. Refleksi Kegiatan Hari pertama
2. Praktek penerapan penulisan penggunaan Iklan dengan tepat yang didapat dari pelatihan Iklan di hari pertama
3. Mempraktekkan cara- cara membuat Iklan dengan penggunaan Bahasa Indonesia yang tepat yang telah didapat dari pameri dengan membuat kelompok-kelompok
4. Refleksi dan inisiasi dipandu oleh Tim Pelaksana
5. Kesan dan pesan peserta kegiatan dan tim pelaksana.
6. Penutupan oleh kepala kantor TEMPO SCAN Lampung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan, tim pengabdian memperoleh hasil yaitu sebagai berikut:

1. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mewujudkan impian tersebut adalah menguasai tujuan dari pembuatan iklan. Tujuan pertama dari pembuatan iklan wajib mendukung aturan membuat kampanye produk, jasa penyebaran iklan, serta pemasaran.

a. Commercial Advertising

Menekuni dunia marketing memang dianggap susah bagi sebagian orang, tetapi buat yang menyukai tantangan, wajib untuk menekuninya lebih jauh. Menariknya lagi, dituntut untuk selalu update terhadap informasi, serta peka untuk mengerti keinginan dari konsumen. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mewujudkan impian tersebut adalah menguasai tujuan dari pembuatan iklan. Tujuan pertama dari pembuatan iklan wajib mendukung aturan membuat kampanye produk, jasa penyebaran iklan, serta pemasaran.

b. Iklan Strategi

Bagi yang memang tertarik menekuni dunia marketing, khususnya iklan untuk pemasaran harus mempelajari jenis satu ini. Seperti namanya, akan menggunakan strategi atau metode tertentu untuk membranding produk maupun produk dengan cara memperkenalkan manfaat produk dengan sebaik-baiknya. Tentu saja goal atau target dari iklan strategi adalah untuk membangun pangsa pasar sebaik-baiknya supaya bisa membangun perspektif atas target pasar. Ciri-ciri atau karakteristik dari iklan adalah menonjolkan sisi khusus untuk meyakinkan konsumen supaya menjadi lebih tertarik.

c. Corporate Advertising

Jenis yang satu ini merupakan jenis iklan dengan tujuan membangun branding positif untuk

perusahaan. Misalnya saja, menonjolkan perbuatan atau kegiatan baik yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Bisa dibilang, iklan *corporate advertising* menjadi iklan strategi yang menyangkut pautkan nama perusahaan untuk keperluan branding. Itulah mengapa, katanya jika sudah punya nama, berjualan apapun menjadi lebih mudah dan dapat dikenali oleh masyarakat luas. Ciri khas dari iklan ini adalah memperkenalkan nilai korporatnya untuk menonjolkan nilai perusahaan dalam pengawasan kualitas produk. Dengan begitu, kepeduliannya terhadap lingkungan sekitar bisa semakin diperlihatkan untuk mendukung peluncuran merek, bahkan logo yang mencerminkan perusahaan. Membaca adalah menangkap pikiran dan perasaan orang lain dengan perantara tulisan.

1) Membaca

Pada hakikatnya adalah suatu yang rumit yang melibatkan banyak hal, tidak hanya sekedar melafalkan tulisan, tetapi juga melibatkan aktivitas visual, berfikir, psikolinguistik, dan metakognitif. Sebagai proses visual, membaca merupakan proses menerjemahkan simbol tulis ke dalam kata-kata lisan. Di dalam pelatihan ini tujuannya adalah melatih agar karyawan dapat melahirkan tulisan dalam hal pembuatan iklan agar bisa dipergunakan dalam dunia perkantoran. Sedangkan bagi kantor, dalam hal ini hanyalah memimpin dan memberi petunjuk-petunjuk seperlunya. Bercakap-cakap dapat dibagi menjadi dua macam yaitu bercakap-cakap spontan dan bercakap-cakap terpimpin. Adapun tujuan bercakap-cakap spontan adalah:

a) Melatih karyawan melahirkan isi hatinya (pikiran, perasaan,

dan kemauannya) secara lisan dengan bahasa yang teratur dan kalimat yang baik.

b) Memupuk keberanian bercakap-cakap pada sesama teman kantor.

c) Menambah perbendaharaan Bahasa Indonesia karyawan.

d) Dari sudut psikologi humanisnya adalah memberikan kesempatan pada karyawan untuk mengembangkan kemampuan dan keahlian yang dimiliki.

2) Menulis

Iklan memegang peranan yang sangat penting. Hal ini dikarenakan iklan merupakan perwujudan buah pikiran dalam bentuk tulisan yang dapat dibaca dan diresapi secara berulang-ulang untuk mempengaruhi orang lain. Maka dari itu, seorang penulis iklan haruslah berhati-hati dalam menggunakan kata-kata dan dalam menyusun iklan serta pemakaian kata dan frasanya.

Bahasa iklan sebagai alat peomosi secara tertulis relatif lebih singkat. Oleh karena itu sebelum menulis iklan, penulis iklan harus mempertimbangkan dengan baik susunan kalimat, pilihan kata atau diksi, dan perangkat ejaan serta tanda-tanda yang mendukung penyampaian maksud dari suatu iklan. Dalam menulis iklan, dibutuhkan hal-hal sebagai berikut:

a) Keberanian

Meskipun karyawan terkadang tidak dapat memiliki keberanian sendiri untuk mengemukakan pendapat-pendapatnya, sehingga akan memiliki pengalaman tersendiri dari hasil surat menyurat yang disusunnya, baik itu ringkasan tulisan, surat menyurat, artikel dan sebagainya.

- b) Kejujuran
Dengan adanya tugas membuat sebuah iklan seorang atasan bisa mengetahui kemampuan dan keahlian dari bawahannya. Dengan demikian dapat diketahui hasil karya yang dihasilkan sendiri dari setiap karyawan.
- c) Bertanggung jawab
Karyawan dapat diajarkan untuk bertanggung jawab terhadap hasil iklan yang telah dihasilkan apapun bentuknya baik itu iklan komersil ataupun lainnya.
- d) Kreatif
Karyawan dapat meningkatkan kreatifitasnya untuk menulis, baik dalam hal penulisan iklan maupun dalam hal tulis menulis dalam hal perkantoran, sehingga hal ini menjadi jembatan untuk menjadi karyawan yang berkualitas dan mampu bersaing dalam dunia pekerjaan.
- e) Rasional
Dengan melatih karyawan untuk membuat iklan, itu berarti seorang atasan telah mengajarkan kepada mereka untuk berfikir rasional atau masuk akal sehingga akan tertanam sifat rasional pada jiwanya.
- f) Tidak egois
Karyawan akan belajar untuk tidak egois dalam mengemukakan pendapatnya pada tulisan. Dalam penulisan pembuatan iklan di kantor tidak dibenarkan menulis atau keterangan berdasarkan perasaan atau emosional dari karyawan. Oleh karena itu data atau keterangan yang ditulis harus objektif/ Dari kegiatan-kegiatan yang ada di kantor tersebut. yang dilakukan

terhadap penggunaan Bahasa Indonesia dalam penulisan iklan dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut. Pertama, penggunaan tanda baca dalam penulisan iklan yang berfungsi untuk menghubungkan antara induk kalimat dengan anak kalimat tidak diletakkan pada tempatnya sehingga membuat kalimat kurang jelas maknanya. Akan tetapi, dari hasil penelitian ini tidak banyak yang melakukan kesalahan ini. Kesalahan yang banyak dilakukan yaitu pemakaian garis bawah pada bagian alamat dan tembusan. Hampir semua instansi melakukan hal tersebut. Kedua, penggunaan ejaan. Dalam hal ini penulisan huruf besar dan penyerapan kata masih kurang diperhatikan. Terbukti, pada setiap bagian terdapat kesalahan mengenai penggunaan ejaan ini. Ketiga, diksi. Dalam pemilihan kata banyak pula ditemukan kesalahan. Pemilihan kata pada pembuatan Iklan lebih banyak menggunakan bahasa yang belum di serap kedalam bahasa Indonesia. Keempat, penggunaan kalimat. Dalam penggunaan kalimat iklan di kantor ini tidak begitu banyak kesalahan yang dilakukan karena sudah sesuai dengan pola. Hanya ada beberapa kata yang perlu diperbaiki, terutama pada bagian isi iklan. Selain masalah yang di kemukakan di atas, ada satu hal yang perlu pula menjadi perhatian, yaitu penulisan penutup. Kemudian ada beberapa kantor dalam membuat iklan tidak menggunakan bentuk semestinya, lebih banyak

berbentuk poin karena alasan tertentu, misalnya iklan yang dikeluarkan cenderung bersifat komersial. Dari uraian di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa pelatihan penulisan iklan ada karyawan dikatakan baik meskipun hasil dari pelatihan ini tidak begitu banyak kesalahan yang dilakukan. Hal ini dilakukan untuk menghindari ketinggalan informasi yang setiap saat mengalami perubahan dan perkembangan teknologi.

SIMPULAN

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan hal-hal yang ditargetkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah adanya perubahan dalam hal penulisan pembuatan iklan bagi karyawan karena sangat penting nya untuk paham akan pembuatan iklan di dalam suatu kantor. Target karakter yang telah dicapai dalam pelatihan ini adalah Kecakapan, Ketelitian, Kecerdasan, Keahlian, Kepedulian, Kedisiplinan, Tanggung Jawab, Cerdas, cermat, Santun, Rasa Ingin Tahu, Kreatif, Mandiri, Kerjasama, Kerja Keras, Toleransi, Komunikatif, Percaya Diri, Demokratis, Berani. Manfaat pelatihan ini dapat ditinjau dari dua segi, yaitu dari segi teoretis dan praktis. Secara teoretis pelatihan ini bermanfaat sebagai sumbangan dalam dunia pekerjaan pada bidang kajian penulisan, khususnya mengenai aturan penulisan yang sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar dan ejaan yang disempurnakan. Secara praktis hasil pelatihan ini bermanfaat sebagai berikut. 1. Hasil pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan penulis karyawan untuk menerapkan di dalam dunia kerja. 2. Hasil pelatihan ini diharapkan dapat menjadi masukan dan koreksi dalam menulis iklan sehingga kesalahan yang ada dapat diperbaiki dan tidak terulang pada waktu mendatang. 3.

Hasil pelatihan ini dapat digunakan sebagai perbandingan dan referensi bagi pengabdian yang berhubungan dengan penulisan iklan di dalam kantor.

Untuk mengetahui atau mengukur tingkat perubahan penulisan para karyawan melalui pelatihan penulisan iklan pengabdian menggunakan Kuesioner. Kuesioner diberikan sebelum dan setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan. Selain itu, luaran pengabdian ini juga berupa publikasi pelaksanaan kegiatan pengabdian pada jurnal *Adiguna* dengan menampilkan foto dan ringkasan kegiatan yang diadakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bina Aksara.
- Djuharie, Setiawan, dkk. (2001). *Iklan Serba Guna*. Bandung: Yrama Widya.
- Finoza, Lamuddin, dkk. (1985). *Korespondensi Niaga Indonesia Modern*. Jakarta: Nina Dinamika.
- Kosasaih, E, dkk. (2010). *Menulis Iklan*. Bandung: Yrama Widya.
- Ns, Triharjanto. (2012). *Panduan Praktis Menulis Iklan* Yogyakarta: Hanggar Kreator.
- Nurgiantoro, B. (2001). *Penilaian Dalam Pengajaran Bahasa dan Sastra*. Yogyakarta: BPEE.

