

Pelatihan Pemberian Tagline atau Judul Pada Sebuah Konten yang Menarik Untuk Jualan Pada Karang Taruna Perkasa Kelurahan Sukorame Kota Kediri

Ria Lestari Pangastuti¹⁾, M. Dian Ruhamak²⁾, Jhovanka Yobel Christian Ade³⁾, Intan Putri Viona⁴⁾, Elsa Febiola⁵⁾

^{1),2),3)}Universitas Kediri

Email: ria_lestari@unik-kediri.ac.id¹⁾

Diterima: Juni 2024 | Dipublikasikan: Februari 2025

Abstrak

Di era digital saat ini, persaingan dalam dunia pemasaran semakin ketat, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM). Salah satu kunci untuk menarik perhatian konsumen adalah kemampuan dalam menciptakan konten yang menarik, termasuk penggunaan tagline atau judul yang efektif. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan anggota Karang Taruna Perkasa di Kelurahan Sukorame, Kota Kediri, dalam menciptakan tagline atau judul yang menarik pada konten jualan. Di era digital, pemilihan tagline yang tepat memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen dan memaksimalkan efektivitas promosi di media sosial. Melalui sesi pelatihan yang komprehensif, para peserta diajarkan teknik-teknik dalam membuat tagline yang kreatif dan relevan serta bagaimana cara menyesuaikannya dengan target audiens. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam menciptakan judul konten yang mampu menarik perhatian, meningkatkan minat beli konsumen, serta mendukung pengembangan usaha mereka. Evaluasi pasca-pelatihan mengindikasikan peningkatan minat peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dan menunjukkan adanya dampak positif dalam strategi pemasaran mereka.

Kata Kunci : Era digital, Pelatihan komprehensif, Minat beli konsumen

Abstract

In the current digital era, competition in the world of marketing is increasingly fierce, especially for small and medium enterprises (SMEs). One of the keys to attracting consumer attention is the ability to create interesting content, including the use of effective taglines or titles. This training aims to improve the skills of Karang Taruna Perkasa members in Sukorame Village, Kediri City, in creating interesting taglines or titles for sales content. In the digital era, choosing the right tagline plays an important role in attracting consumer attention and maximizing the effectiveness of promotions on social media. Through comprehensive training sessions, participants are taught techniques for creating creative and relevant taglines and how to adapt them to the target audience. The results of the training showed an increase in participants' understanding and ability to create content titles that can attract attention, increase consumer buying interest, and support the development of their businesses. Post-training evaluations indicated an increase in participants' interest in utilizing social media as a promotional medium and showed a positive impact on their marketing strategies.

Keywords: Digital era, Comprehensive training, Consumer buying interest

Pendahuluan

Di era digital saat ini, persaingan dalam dunia pemasaran semakin ketat, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM). Pemasaran digital atau *digital marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran yang paling bagus untuk saat ini (Febriyantoro and Arisandi 2018); (Sukmasetya et al. 2020); (Chaffey 2018); (Saura, Palos-Sanchez, and Correia 2018). Penggunaan pemasaran digital agar menarik salah satu kunci untuk menarik perhatian konsumen adalah kemampuan dalam menciptakan konten yang menarik, termasuk penggunaan tagline atau judul yang efektif (Bambang Arianto; Sev Rahmiyanti; Bekt Handayani 2023). Tagline yang menarik dapat meningkatkan brand awareness dan mendorong minat beli konsumen (Mulyawan and Aulia 2022). Menurut (Abdillah, Deriawan, and Mx 2019) tagline berfungsi sebagai identitas yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk, sehingga penting bagi pelaku usaha untuk memahami cara membuat tagline yang tepat.

Karang Taruna Perkasa Kelurahan Sukorame, Kota Kediri, merupakan salah satu organisasi kepemudaan yang berperan aktif dalam pengembangan usaha anggotanya. Namun, banyak anggota yang masih kesulitan dalam merumuskan konten pemasaran yang menarik dan efektif. Hal ini sejalan dengan temuan yang diungkapkan oleh Aditya dan Darmawan (2022), yang menyatakan bahwa kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital menjadi salah satu hambatan bagi UKM untuk berkembang. Dalam konteks ini, pelatihan tentang cara memberikan tagline atau judul yang menarik menjadi sangat relevan.

Berdasarkan penelitian oleh (Natania and Dwijayanti 2024), pelatihan yang fokus pada pemasaran digital yang dapat meningkatkan penjualan produk UKM secara signifikan. Pelatihan semacam ini juga berkontribusi dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi anggota dalam menjalankan usaha mereka. Selain itu, penelitian oleh (Sukmasetya et al. 2021) menunjukkan bahwa pelatihan keterampilan pemasaran dapat meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha, sehingga mereka lebih aktif dalam memasarkan produk mereka.

Dengan latar belakang tersebut, proposal ini diajukan untuk melaksanakan Pelatihan Pemberian Tagline atau Judul pada Sebuah Konten yang Menarik untuk Jualan bagi anggota Karang Taruna Perkasa. Diharapkan melalui pelatihan ini, anggota dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam menciptakan konten pemasaran yang efektif, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk dan kesejahteraan ekonomi di lingkungan mereka.

Metode Kegiatan

Sebuah kegiatan yang baik adalah kegiatan yang terencanakan dengan baik, dengan demikian dalam pelaksanaannya juga akan menjadi baik. Lokasi kegiatan ini berada di Kelurahan Sukorame, Kota Kediri. Kegiatan dilaksanakan di lingkungan Karang Taruna Perkasa Kelurahan Sukorame, warga dan pemuda karang taruna daerah tersebut diundang, didatangkan dan diberikan pelatihan. Berikut merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan ini:

1. Tim Pengabdian kepada Masyarakat mendatangi calon mitra untuk berdiskusi tentang pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.
2. Secara bersama-sama, Tim Pengabdian kepada Masyarakat beserta mitra melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.
3. Tim Pengabdian kepada Masyarakat menyusun laporan akhir.
4. Tim Pengabdian kepada Masyarakat merealisasikan luaran kegiatan.

Rincian kegiatan dalam pelaksanaan adalah sebagai berikut:

1. Pada minggu pertama, Tim Pengabdian kepada Masyarakat membuka kegiatan, memberikan overview tentang pentingnya inovasi dan kreatifitas pada produk guna tetap bersaing dalam industri dan pemasaran.
2. Tim Pengabdian kepada Masyarakat memulai pemaparan materi tentang cara memulai sikap kreatif dan inovatif guna menghasilkan produk yang dapat bersaing di pasaran.
3. Tim Pengabdian kepada Masyarakat, memulai sesi tanya jawab.
4. Tim Pengabdian kepada Masyarakat membagikan merchandise Universitas bagi audience yang aktif.
5. Pada minggu ke-2, Tim Pengabdian kepada Masyarakat membuka kegiatan, melakukan overview tentang materi pada pertemuan pertama.
6. Tim Pengabdian kepada Masyarakat memulai pemaparan dan memberikan contoh membuat laporan keuangan dan pemasaran ke pengrajin batik di Desa Kalangbret, terutama kepada mitra.
7. Tim Pengabdian kepada Masyarakat, memulai sesi tanya jawab.
8. Tim Pengabdian kepada Masyarakat membagikan merchandise Universitas bagi audience yang aktif.
9. Tim Pengabdian kepada Masyarakat menutup pelaksanaan kegiatan.

Pemahaman dan ketrampilan diukur dengan pemberian pertanyaan pada saat sebelum dan sesudah diberikannya pelatihan. *Gap* pemahaman sebelum dan sesudah pelatihan akan menjadi indikator keberhasilan tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini. Harapan dari Tim Pengabdian kepada Masyarakat adalah setelah mendapatkan pelatihan, mitra sudah mulai mendokumentasikan aktivitas bisnis mereka ke dalam laporan kegiatan maupun laporan keuangan untuk melihat kondisi bisnis mereka

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan "Pemberian Tagline atau Judul pada Sebuah Konten yang Menarik untuk Jualan" berlangsung dengan lancar sesuai rencana. Kegiatan ini diikuti oleh 30 anggota Karang Taruna Perkasa dan dilaksanakan selama dua hari di aula Kelurahan Sukorame. Dalam pelatihan ini, para peserta memperoleh pengetahuan tentang pentingnya peran tagline dan judul yang menarik dalam strategi pemasaran, khususnya dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk mereka. Peserta juga dibekali teknik-teknik untuk menciptakan tagline yang kreatif, singkat, dan relevan dengan produk atau jasa yang mereka tawarkan.

Sesi pelatihan terdiri dari pemberian materi secara teoretis dan dilanjutkan dengan praktik langsung. Dalam praktik, para peserta diminta untuk membuat tagline atau judul untuk produk mereka sendiri. Dari hasil kegiatan ini, peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam hal kreativitas dan kemampuan menyusun konten pemasaran yang lebih menarik dan tepat sasaran. Simulasi dan diskusi kelompok yang dilakukan berdasarkan studi kasus nyata juga membantu peserta memahami penerapan strategi pemasaran dalam situasi riil. Melalui evaluasi dan umpan balik yang diberikan selama pelatihan, diketahui bahwa mayoritas peserta merasa sangat terbantu dengan pelatihan ini dan berkomitmen untuk menerapkan ilmu yang diperoleh dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil mencapai tujuan utamanya yaitu meningkatkan keterampilan peserta dalam menciptakan konten pemasaran yang efektif, khususnya dalam penggunaan tagline atau judul yang menarik. Peserta tidak hanya

mendapatkan wawasan baru tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung mereka aplikasikan untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar. Pelatihan ini memberikan dampak positif bagi anggota Karang Taruna Perkasa dalam memperbaiki strategi pemasaran mereka dan membuka peluang untuk pengembangan usaha di masa mendatang.



.Gambar 1 & 2. Kegiatan Karang Taruna Perkasa Kelurahan Sukorame Kota Kediri

Kesimpulan

Pelatihan "Pemberian Tagline atau Judul pada Sebuah Konten yang Menarik untuk Jualan" yang dilaksanakan bagi anggota Karang Taruna Perkasa telah berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta terkait strategi pemasaran digital. Selama pelatihan, peserta memperoleh wawasan penting tentang pentingnya penggunaan tagline dan judul yang menarik untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Melalui kombinasi materi teoretis dan praktik langsung, peserta berhasil mempraktikkan teknik-teknik pembuatan konten pemasaran yang efektif dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Pelatihan ini juga berhasil meningkatkan kreativitas dan kemampuan peserta dalam menyusun konten pemasaran yang lebih menarik, yang diharapkan dapat diterapkan langsung dalam kegiatan usaha sehari-hari. Dengan adanya pelatihan ini, anggota Karang Taruna Perkasa dapat lebih percaya diri dalam mempromosikan produk mereka dan mampu bersaing di pasar lokal. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan manfaat yang signifikan dalam mengembangkan keterampilan pemasaran para peserta, serta membuka peluang peningkatan usaha mereka ke depannya.

Daftar Pustaka

- Abdillah, Eric Kurnia, Deriawan, and Djoharsyah Mx. 2019. "Pengaruh Tagline Dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Terhadap Behavioural Intention Produk Kuku Bima Ener-G Di Wilayah Jakarta." *Jurnal Ekonomi* 21(1):74–93.
- Bambang Arianto; Sev Rahmiyanti ; Bekti Handayani. 2023. "BAGI UMKM DIGITAL KOTA CILEGON." P. 2023 in.
- Chaffey, Fiona Ellis Chadwick; Dave. 2018. "8. Digital Marketing." *Digital PR* 99–106. doi: 10.1108/978-1-78756-619-420181009.
- Dura, J. and Suharsono, R. S. 2022. Application Green Accounting To Sustainable Development Improve Financial Performance Study In Green Industry. *Jurnal Akuntansi*, XXVI(02), pp. 192–212. <https://doi.org/10.24912/ja.v26i2.893>
- Febriyantoro, Mohamad Trio, and Debby Arisandi. 2018. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean." *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 1(2):61–76. doi: 10.26533/jmd.v1i2.175.
- Mulyawan, Alvina Damaiyanti, and Sisca Aulia. 2022. "Pengaruh Tagline Shopee 'Gratis Ongkir' Terhadap Minat Beli." *Kiwari* 1(4):693–99.
- Natania, Abigael Tesalonika, and Renny Dwijayanti. 2024. "Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 12(1):343–50.
- Satoto, Budi, Eko. (2023). *Boosting Homeownership Affordability for Low-Income Communities in Indonesia*. International journal of sustainable Development and Planning. Hal 1365-1376. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180506>
- Saura, Jose Ramon, Pedro R. Palos-Sanchez, and Marisol B. Correia. 2018. "Digital Marketing Strategies Based on the E-Business Model." (Dm):86–103. doi: 10.4018/978-1-5225-7074-5.ch005.
- Sanosra, Abadi. Hakim, Arief Rahman. Cahyono, Dwi. Qomariah & Nurul.Thamrin, Muhammad. (2022) *Role of Knowledge Sharing and Leadership Style in Improving Employee Performance With Work Culture As An Intervening Variable*. JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.04.14>
- Sukmasetya, Pristi, Heni Apriyani, Tri Wahyuni, Budi Setyo Wulan, Wisnu Nugroho, and Ahmad Husen Ardiyansah. 2021. "Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding Dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming* 4(3):322–28. doi: 10.30591/japhb.v4i3.2331.
- Sukmasetya, Pristi, Taufiq Haryanto, Fungsi Ayu Sadewi, R. Bim. Gofiruli Maulida, Habib Said Aliudin, and Bagus Sugiarto. 2020. "Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Global Untuk Meningkatkan Penjualan Produksi Pada Home Industry." *Community Empowerment* 5(2):28–35. doi: 10.31603/ce.v5i2.3514.
- Susbiyani, A., Halim, M., & Animah, A. (2022). *Determinants of Islamic social reporting disclosure and its effect on firm's value*. Journal of Islamic Accounting and Business Research. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2021-0277>