

## BRANDING PRODUK KERAJINAN LIMBAH PLASTIK KEMASAN INDUSTRI RUMAHAN DI KELURAHAN CEMPAKA PUTIH CIPUTAT

Nani Nurani Muksin<sup>1\*</sup>, M. Roykhan Ari<sup>2</sup>, Amelia Dwi Harnum<sup>3</sup>, Iqbal Irfan Nanda<sup>4</sup>, M. Rivaldi<sup>5</sup>, Zidan Alwan S<sup>6</sup>, Fitri Handayani Simamora<sup>7</sup>, Alysa Sumarani<sup>8</sup>, Devi Utami<sup>9</sup>, Tharifa<sup>10</sup>, Mita Apriyana<sup>11</sup>, Nadia Tiara Khoiriyah<sup>12</sup>, Nur Azmi Fauziah<sup>13</sup>, Putri Rahmawati<sup>14</sup>

<sup>1</sup> MIKOM, FISIP, Universitas Muhammadiyah Jakarta

<sup>2,3,4</sup>PAI, FAI, Universitas Muhammadiyah Jakarta

<sup>5</sup>Ilmu Kessos, FISIP, Universitas Muhammadiyah Jakarta

<sup>6,7,8,9,10</sup>Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Muhammadiyah Jakarta

<sup>11</sup>PGMI, FAI, Universitas Muhammadiyah Jakarta

<sup>12,13</sup>Kesmas, FKM, Universitas Muhammadiyah Jakarta

<sup>14</sup>Ilmu Administrasi, FISIP, Universitas Muhammadiyah Jakarta

\*[naninuranimuksin@umj.ac.id](mailto:naninuranimuksin@umj.ac.id)

### ABSTRAK

Kegiatan Pelatihan Sosial Branding dalam Pemanfaatan Sampah Plastik Menjadi Produk Kerajinan Tangan Bernilai Ekonomis ini merupakan program yang dapat memberikan edukasi bagi pemberdayaan masyarakat. Bertujuan untuk memberikan pemahaman terkait cara membuat nama dan logo pada produk yang dihasilkan, dan cara mempromosikan atau memasarkan produk yang dihasilkan secara luas melalui media sosial. Serta pemanfaatan limbah plastik menjadi produk yang bernilai jual tinggi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah penyuluhan dengan mempresentasikan materi pelatihan dan praktik terhadap proses cara membuat logo dan cara memasarkan produk. Partisipasi ibu PKK terhadap kegiatan pelatihan sosial branding, diharapkan mampu memanfaatkan plastik dari kemasan detergen, sabun, pewangi pakaian dan kopi menjadi tas, topi dan tiker dengan harga jual yang tinggi. Selain itu juga memahami cara memberikan nama suatu produk serta mengerti cara pemasaran produk melalui sosial media.

**Kata Kunci :** Branding, Kerajinan tangan, Limbah Plastik

### ABSTRACT

*Social Branding Training Activities in Utilizing Plastic Waste into Economical Value Handicraft Products is a program that can provide education. The aim is to provide an understanding of how to make names and logos on the products produced, and how to promote or market products that are produced widely through social media. And the use of plastic waste into high-value products. The method used in this activity is counseling by presenting training materials and practices on the process of making metal and marketing products. PKK's participation in social branding training activities, which are expected to be able to utilize plastic from detergent packaging, soap, deodorizers and coffee into bags, hats and stickers with high selling prices. And understand how to give the name of a product and understand how to market a product through social media.*

**Keywords:** Branding, Crafts, Plastic Waste

## 1. PENDAHULUAN

Pengguna media sosial berkembang dengan pesat di seluruh dunia, termasuk juga di Indonesia. Bagi individu, motivasi menggunakan media sosial adalah mencari informasi, berbagi informasi, hiburan, relaksasi, dan interaksi sosial (Whiting dan Williams, 2013). Bagi organisasi atau perusahaan, media sosial banyak digunakan sebagai media atau alat untuk melakukan komunikasi pemasaran. Proses branding memberikan jawaban dari tantangan setiap perubahan dalam bidang pemasaran. Menurut Kotler (2015) brand adalah sebuah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan atau kombinasi semua unsur yang digunakan untuk mengenali produk atau jasa dari seseorang atau sebuah kelompok penjual dari pesaingnya. Brand berfungsi sebagai satu ikatan yang kuat secara emosional antara pelanggan dan konsumen, tataran bagi opsi-opsi strategis dan kekuatan yang mempengaruhi finansial.

Permasalahan sampah di Indonesia tiap tahunnya makin meningkat. Pertumbuhan penduduk yang semakin pesat di kota-kota di seluruh Indonesia, berdampak juga terhadap lingkungan, baik fisik maupun non fisik di berbagai bidang. Salah satunya adalah yang berhubungan dengan masalah kebersihan dan keindahan lingkungan hidup. Salah satu permasalahannya adalah terkait dengan sampah yang belum terkelola dengan baik.

Data Dinas Lingkungan Hidup Kota Tangerang Selatan Tahun 2018, menyatakan bahwa dalam satu hari mampu memproduksi sampah sekitar 250-300 ton perhari. Termasuk di dalamnya plastik kemasan kopi, yang banyak diperoleh dari sampah rumah tangga. Dari permasalahan tersebut, salah satu kader PKK wilayah Cempaka Putih membuat kerajinan tangan dari sampah kemasan kopi yang menghasilkan sebuah produk diantaranya tas, topi dan tiker, dengan harga jual yang tinggi. Akan tetapi hasil produk tersebut belum mempunyai *brand* dan belum dipasarkan dengan baik. Berdasarkan kendala tersebut maka kelompok KKN 16 UMJ di Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur, berupaya memberikan edukasi membuat *brand* dan cara memasarkan hasil kerajinan tangan tersebut melalui media sosial.

## 2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat (KKN) ini bertujuan untuk memanfaatkan sampah plastik dalam pengurangan sampah sampah yang ada di wilayah Kelurahan Cempaka Putih, Kecamatan Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan. Berdasarkan koordinasi dengan Ibu Lurah, target peserta awal kegiatan ini adalah kader PKK dan warga sekitar RW Cempaka Putih, yang selanjutnya dapat digetok tulkarkan "*word of mouth/WOM*" kepada masyarakat yang lebih luas.

Adapun luaran kegiatannya adalah berupa sosialisasi dan edukasi tentang pengurangan sampah plastik dengan cara pemanfaatan sampah plastik untuk dijadikan kerajinan tangan.

Keseluruhan kegiatan ini dilaksanakan selama 1 (satu) bulan diawali dengan kegiatan survey pendahuluan guna mendapatkan masukan dan mencari data untuk rancangan detail kegiatan.

Kegiatan KKN ini menggunakan pendekatan bersifat persuasif edukatif dengan metode ceramah, dan diskusi serta praktek melalui tahapan sebagai berikut:

- a. Tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) melakukan survey lokasi pada bulan Juli 2019.
- b. Persiapan kegiatan yang dilaksanakan oleh tim pengabdian untuk merancang dan merencanakan kegiatan yang mencakup waktu, materi serta teknis pelaksanaan kegiatan.
- c. Bertemu dengan pihak Kelurahan dan Ketua RW Cempaka Putih sebagai tempat pelaksanaan kegiatan mengenai teknis pelaksanaan, tempat, dan peserta.
- d. Setelah diperoleh kepastiaan waktu dan tempat pelaksanaan, Kader PKK mengundang masyarakat khususnya untuk menjadi peserta sosialisasi pemanfaatan sampah plastik
- e. Pelaksanaan pembukaan sosialisasi dibuka oleh Ibu Widya selaku Ketua Kader PKK, dan Ibu Caisah selaku Pengrajin Limbah Plastik.
- f. Kegiatan pertama sosialisasi adalah dengan metode ceramah yang digunakan untuk sosialisasi para peserta dengan memberikan pemahaman tentang pemanfaatan sampah plastik, melakukan pemberian nama pada produk kerajinan

- tangan dan cara memasarkan produk secara luas melalui media sosial.
- g. Metode ceramah digunakan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pemanfaatan sampah plastik, selain itu metode ini juga digunakan untuk praktik pembuatan kerajinan tangan.
  - h. Selanjutnya dalam sosialisai ini peserta diajak berdiskusi dan *brandstorming* untuk mampu melahirkan ide kreatifnya dengan melihat beragam potensi di Cempaka Putih.
  - i. Tahap selanjutnya adalah diskusi untuk membuat merek *brand* hasil kerajinan tangan tersebut agar menarik dan laku di pasaran.
  - j. Setelah didapatkan brand, maka peserta diajarkan untuk memasarkannya melalui media sosial baik itu *Facebook* (FB), *Instagram*, dan *Youtube*.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap awal kegiatan ini kami berkunjung ke rumah pengrajin bungkus kopi yaitu ibu Caisah salah satu kader PKK di wilayah cempaka putih, untuk berdiskusi terkait produk yang dihasilkan. Berdasarkan hasil pembahasan tersebut menghasilkan beberapa hal diantaranya, sepakat untuk mengadakan program branding produk tas dari sampah kemasan.

Pada kegiatan tersebut Kelompok KKN 16 memberikan nama produk/brand terhadap produk kerajinan tangan yang dihasilkan yaitu "**Limplasan**" yang merupakan kepanjangan dari Limbah Plastik Kemasan. Kegiatan dilaksanakan pada hari selasa tanggal 20 Agustus 2019 bertempat di Aula Kelurahan Cempaka Putih, materi disampaikan dalam bentuk ceramah dengan alat bantu *powerpoint* yang disajikan melalui LCD, pada pemaparan materi, diarahkan pengenalan tentang branding, cara membuat logo, nama, dan cara memasarkan produk melalui media sosial.

Sekain itu, tentu saja pemaparan tentang cara pembuatan produk kerajinan tangan dari plastik kemasan seperti bungkus kopi, detergent, minuman kemasan plastik, dan lain-lain. Kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab, dimana pada sesi ini antusias ibu PKK mulai terlihat dan merespon dengan positif dengan melontarkan berbagai pertanyaan disela-sela pemaparan materi dan

diakhiri dengan sesi foto bersama. Banyak manfaat dari kegiatan ini, diantaranya memanfaatkan sampah plastik kemasan dan meningkatkan penjualan secara luas melalui media sosial.



Gambar 1. Penyampaian Materi Sosial Branding



Gambar 2. Pelatihan Sosial Branding Produk Tas dari Sampah Kemasan Kopi

### 4. KESIMPULAN

Partisipasi ibu PKK terhadap kegiatan pelatihan sosial branding produk tas dari plastik kemasan di wilayah Cempaka Putih ini sangat bermanfaat karena peserta mampu memanfaatkan plastik dari limbah kemasan detergent, sabun, pewangi pakaian dan plastik kresek menjadi tas, topi dan tiker dengan harga jual yang tinggi.

Kegiatan inipun bermanfaat bagi peserta karena mengerti memberikan nama suatu produk dan memahami cara pemasaran produk hasil kerajinan tangan limbah plastik kemasan melalui media sosial.

**UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UMJ, Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur Kota Tangerang Selatan. Secara khusus kepada Ibu Lurah, Kader PKK dan masyarakat RW Cempaka Putih.

**DAFTAR PUSTAKA**

Moriansyah, La. (2015). Pemasaran melalui media sosial: antecedents dan consequences. *Jurnal Penelitian*

*Komunikasi dan Opini Publik* Vol. 19 No.3, Desember 2015: 187-196.

Retrieved from

Nastain, Muhamad. (2017). Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk). *Channel*, Vol. 5, No. 1, April 2017, hal. 14-26 ISSN: 23389176. Retrieved from

Watie, Setya Dwi Errika. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)*. The messenger, volume iii, nomor 1.