

Membangun *Positive Brand* Tentang Minuman Toak Produksi Warga Desa Hendrosari Kabupaten Gresik

Moch.Mottaman¹, Abdiel Alfani Karuniawan², Chudaifah Al Syahlan³, **Puasini Aprilivanti⁴**,
Program Studi Ilmu Komunikasi
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi –Almamater Wartawan
Surabaya (Stikosa-AWS)
Jl.Nginden Intan Timur 1/18 Surabaya 60118
Email: yantienapril29@gmail.com

Abstract

The existence of the traditional Toak drink is in danger of being stopped in production and is not in demand due to people's perceptions that have been wrong about the traditional drink fermented from the juice of the siwalan fruit tree. Meanwhile, Sake produced in Japan is said to be alcoholic but can be a traditional drink that must be served at various traditional ceremony celebrations, such as during a traditional wedding, the ritual of drinking sake can be a sign of unity/forming a new kinship (source:jakpena.wordpress.com). Therefore, how the negative cognition of the Toak drink produced by the residents of Hendrosari Village, Gresik Regency, turns positive because the traditional drink becomes a warmer or refresher, Community Service uses qualitative descriptive methods namely observation, data collection and interviews to find distortions and the solution uses Cognitive Dissonance theory, Keon Festinger. The goal is to educate Toak sellers and sellers, as well as input to the Gresik Regional Government so that Toak drinks become a mainstay product that can be served to guests / visitors in Gresik Regency. The result is building positive cognition by imaging or branding the traditional drink Toak, even though in the atmosphere of the Covid-19 pandemic, using digital marketing (Instagram) to socialize new packaging for traditional drinks in glass bottles, with the "Nosari" logo equipped with information about the benefits of traditional drinks and their contents and how to serve them so that the results can be enjoyed by guests, visitors or tourists

keyword: Positive Brand - toak- distortion – branding image

Abstrak

Eksistensi minuman tradisional Toak terancam berhenti dalam produksi dan kurang diminati akibat persepsi masyarakat yang selama ini keliru tentang minuman tradisional hasil fermentasi sari pohon buah siwalan. Sedangkan Sake produksi Jepang konon juga beralkohol tetapi bisa menjadi minuman tradisional yang wajib disajikan di berbagai perayaan upacara adat, seperti saat pernikahan tradisional ritual minum sake bisa menjadi tanda persatuan/ membentuk kekerabatan baru (sumber: jejakpena.wordpress.com). Oleh karena itu bagaimana kognisi yang negative mengenai minuman Toak produksi warga Desa Hendrosari Kabupaten Gresik, berubah positif karena minuman tradisional menjadi penghangat atau penyegar, Pengabdian Masyarakat menggunakan metode deskriptif kualitatif yakni observasi, pengumpulan data dan wawancara untuk menemukan distorsi serta pemecahannya menggunakan teori Disonatif Kognitif, Keon Festinger. Tujuannya mengedukasi penderes dan pedagang Toak, serta masukan kepada Pemerintah Daerah Gresik agar minuman Toak menjadi satu produk andalan yang bisa di sajikan kepada tamu / pengunjung di kabupaten Gresik. Hasilnya membangun kognisi positif dengan pencitraan atau branding minuman tradisional Toak meski dalam suasana pandemi Covid-19 memanfaatkan digital marketing (Instagram) mensosialisasikan kemasan baru minuman tradisional dalam botol kaca, dengan Logo “Nosari” dilengkapi informasi tentang manfaat minuman tradisional dan kandungan serta cara menyajikan sehingga hasilnya bisa dinikmati tamu, pengunjung atau wisatawan

kata kunci : Positive Brand - minuman toak - distorsi – pencitraan

1. PENDAHULUAN

Pemahaman masyarakat tentang produksi minuman tradisional yang merupakan produk budaya nenek moyang, mengesankan tidak berkembang atau stag akibat terjadinya disonasi kognitif pada masyarakat, sehingga minuman tradisional yang seharusnya dilestarikan tidak berkembang. Membangun kognisi positif akibat adanya disonasi agar pesan dapat dimengerti dan dipahami oleh masyarakat adalah pekerjaan yang tidak mudah, apalagi jika kognisi tentang suatu produk tradisional yang ditanamkan di pikiran masyarakat sudah berlangsung bertahun-tahun, menjadikan memori yang terbangun sifatnya negatif dan tidak disadari bisa merugikan seperti yang terjadi pada minuman tradisional Toak dari desa Hendrosari Kabupaten Gresik. Konon ceritanya produk Toak ini stag tidak berkembang, bahkan masyarakat enggan membeli karena persepsi yang tertanam bahwa minuman Toak ini memabukkan.

Gresik sebagai salah satu kabupaten dari 38 kabupaten atau kota di Jawa Timur dengan penduduk 1.311.215 secara umum lebih dikenal sebagai kota santri karena banyaknya situs jejak peninggalan peradaban islam pada masa kuno, atau bisa juga kota ini dikenal sebagai kota industri, karena banyaknya industri raksasa yang berdiri dan berkembang di kota ini, baik itu perusahaan berstatus Badan Usaha Milik Negara (BUMN) maupun perusahaan swasta. Bahkan melihat disisi lain sebagai kota yang terletak pada wilayah jalur pantai utara di tanah Jawa, ternyata Gresik memiliki warisan budaya berupa minuman tradisional yaitu Toak yang merupakan salah satu produk desa Hendrosari kecamatan Menganti kabupaten Gresik.(gresikkab.bps.go.id)

Desa Hendrosari ini juga dikenal sebagai daerah jujugan para wisatawan karena letak dan penataan yang indah seperti yang disampaikan Asna Hadi Saputra, Kepala Desa Hendrosari, (17-6-2020) bahwa desa dengan penduduk 3.165 jiwa ini memiliki lahan seluas 192 hektar yang ditanami pohon siwalan atau sejumlah 2.600 pohon sehingga ketika orang masuk ke Gresik yang dikenal udaranya panas, namun begitu masuk ke wilayah desa Hendrosari menjadi berbeda berkat banyaknya tumbuhan pohon siwalan yang tumbuh subur dan ditata rapi didukung berbagai fasilitas lain seperti spot swafoto, perahu dan mainan anak-anak menjadikan desa Hendrosari sebagai wisata alternatif dengan nama Desa Edu Wisata Lontar Sewu. (jpnn.com, Februari 2020)

Sayangnya desa Hendrosari yang memiliki 2600 pohon siwalan atau lontar dan berpotensi meningkatkan perekonomiannya, belum bisa memasarkan dengan baik minuman tradisional sebagai hasil deresan dari pohon siwalan tersebut. Sebenarnya hasil tanaman pohon siwalan bukan hanya minuman Toak tetapi juga Gula merah, sirup dan alkohol. Sedangkan hasil deresan yang berupa minumannya ada 2 jenis yakni Toak manis atau biasa disebut Legen dan Toak yang prosesnya disadap atau dideres dari pohon siwalan kemudian difermentasikan sehingga menjadi minuman yang bisa menyegarkan dan bisa menghangatkan, tetapi juga bisa memabukkan jika minumannya berlebihan. Kognisi secara benar ini yang kurang disampaikan kepada masyarakat sehingga minuman yang sebenarnya sama dengan berbagai minuman dari berbagai negara lain yakni: minuman Sangria dari Spanyol, Caipirinha dari Brazil, Singapura Sling dari Singapura, Soju dari Korea & Jepang, juga Sake dari Jepang ini bisa menjadi minuman yang disajikan kepada tamu, wisatawan, sedangkan minuman tradisional dari Gresik ini tidak diminati bahkan cenderung dihindari. Kalau kita melihat minuman tradisional Sake yang konon juga berakohol tetapi Sake bisa menjadi minuman wajib disajikan di berbagai perayaan atau upacara adat, bahkan saat pernikahan tradisional dikenal ritual minum sake sebagai tanda persatuan dan membentuk kekerabatan baru (sumber: jejakpena.wordpress.com). tetapi mengapa produk dalam negeri yakni minuman tradisional dengan rasa unik yang disebut “Legen atau Toak” dari desa

Hendrosari, Gresik tidak mampu diminati masyarakat. Sebenarnya Toak dihasilkan dari tanaman pohon siwalan, dimana pohon siwalan dikenal sebagai tanaman yang multi fungsi dan tumbuh di Sepanjang Jalur Pantai Utara Jawa Timur, seperti Gresik, Lamongan dan Tuban, tanaman jenis palm-siwalan atau lontar memiliki nama latin *Borassus Flabellifer* (Siregar, E.B.M. 2005).

Beberapa Pustaka menyampaikan bahwa tanaman lontar atau siwalan awalnya berasal dari India, kemudian menyebar di beberapa negara seperti Papua Nugini, Afrika, Australia, Asia Tenggara dan Asia Tropis, karena tanaman ini mampu tumbuh di daerah kering, sehingga di Indonesia di Pantai Utara Jawa tanaman ini bisa tumbuh. Pohon Siwalan (*Borassus flabellifer* Linn.) merupakan jenis palma yang serba guna, mulai dari akar, batang, daun, buah, hingga bunga dari tanaman siwalan dapat dimanfaatkan. Bunga dari tanaman siwalan ini dapat menghasilkan legen yang biasanya dibuat sebagai minuman (es legen) dan sebagai gula merah info 19 November 2020 (<https://www.its.ac.id>). Masa produksi legen tanaman siwalan biasanya berlangsung selama 4 bulan per tahun.

Tanaman multifungsi yang menghasilkan minuman tradisional “Toak dan Legen” ini mendapatkan image negatif dari masyarakat luas, dengan penilaian bahwa Toak adalah minuman yang memabukkan, tidak baik untuk kesehatan karena mengandung alkohol. Image negatif yang terbangun mengesankan bentuk disonasi karena satu sisi Toak tetap diproduksi sebagai produk minuman hasil budaya nenek moyang, dan di sisi lainnya Toak tidak dikehendaki masyarakat karena minuman tersebut bisa memabukkan. Akibatnya pedagang minuman ini kurang gencar menawarkan minuman produk tradisionalnya dan cukup ditata berjejer di atas meja. Pengunjung atau wisatawan yang ke desa Hendrosari-Gresik lebih suka menikmati keindahan pohon siwalannya, dan makan buah siwalan yang dijual digantung-gantung pinggir jalan, walaupun ingin menikmati minuman tradisional maka dibelinya sebotol plastik Legen atau Toak manis yang kemasannya tidak menarik mengesankan sekedarnya. Begitu juga Pemerintah Daerahnya belum bisa membangun kognisi positif tentang minuman tradisional ini karena berbagai pemahaman yang cenderung menyudutkan keberadaan minuman ini, meskipun sebenarnya minuman ini memiliki manfaat sebagai penghangat tubuh, dan bila dikelola dengan baik menjadi minuman yang bisa memberikan simbol persatuan atau kekerabatan baru. Bahkan para penjual yang seharusnya bisa memasarkan Toak, minuman tradisional yang disadap dari sari nira pohon siwalan, dan menyampaikan manfaat dan cara minum yang layak, ternyata tidak dilakukan, mereka justru lebih giat menjual buah siwalan, dan jajanan pudak yang dibungkus kulit jagung, serta jenang manisnya.

Penyampaian pesan agar lebih mengena pada sasaran, atau memberikan kognisi positif memang sangat erat kaitannya dengan sifat dan karakter manusia, dimana sudah menjadi stigma bahwa Gresik adalah kota santri yang cenderung tidak merespons minuman tradisional karena mengandung alkohol, menimbulkan pertanyaan mengapa minuman ini tetap diproduksi dengan alasan minuman yang dihasilkan secara turun temurun sebagai budaya tradisional dari nenek moyang, sehingga perlu dihargai dan dijaga kelestariannya.

Permasalahan yang muncul bagaimana membangun kognisi positif melalui pengemasan pesan yang memerlukan kemampuan komunikasi, dimana pada saat pandemic Covid-19 orang harus tetap mengikuti protokol kesehatan. Pencitraan atau branding minuman tradisional ini perlu dilakukan guna membangun kognisi positif Bagaimana penggunaan media-media penyampai pesan yang efektif agar bisa sampai pada masyarakat baik yang sudah mengenal produk minuman tradisional dari Desa Hendrosari maupun yang belum mengenalnya.

Berdasarkan apa yang diuraikan di atas, maka pelaksana abdimas melakukan penelitiannya dengan fokus pada bagaimana membangun kognisi positif tentang Toak yang perlu disampaikan dengan benar sebagai lanjutan hasil KKL mahasiswa Stikosa AWS (kelompok 24). Tujuan pengabdian masyarakat ini agar tema sentral yang dikaji ini bisa membangun kognisi positif

melalui proses pencitraan pada masyarakat tentang Toak yang disosialisasikan melalui media yang efektif, dan minuman ini bisa dipertimbangkan untuk menjadi minuman yang berkelas sebagai minuman simbol persatuan dan kekerabatan baru. Manfaatnya secara teoritis diharapkan dapat menjadi kajian ilmu di bidang Ilmu Komunikasi. Sedang manfaat praktisnya bisa membangun kognisi baru bagi para produsen, pedagang dan tamu atau wisatawan yang mengkonsumsi minuman tradisional berbahan pohon siwalan ini.

2.METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif karena penelitian ini memberikan deskripsi atau gambaran tentang penyampaian pesan berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, kemudian dianalisis menggunakan Analisis data kualitatif Sugiono (2007: 335), yakni proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil pengamatan (observasi), wawancara, catatan lapangan dan studi dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke sintesis dan menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun oleh orang lain.

Dari observasi yang dilakukan di lapangan, tim pengabdian masyarakat menemukan beberapa distorsi kognisi, diantaranya:

1. Citra bahwa minuman Toak adalah minuman yang memabokkan, tanpa diinformasikan secara jelas proses pembuatannya, manfaat serta kemasan yang standart serta kurang menarik.
2. Minuman Toak cenderung dihindari tetapi tetap diproduksi mengingat sebagai produk warisan budaya
3. Kurang didukung insfrastuktur yang memfasilitasi tempat warga berjualan minuman toak seperti pusat kuliner atau sejenisnya yang selalu dikunjungi.
4. Belum ada pendampingan pengelolaan usaha pencitraan atau branding minuman tradisional, sehingga minuman tradisional ini belum memiliki merek dan logo dan kurang menarik dalam pengemasannya.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Tanaman pohon siwalan yang berjenis toak manis atau legen bisa digunakan sebagai gula atau sirup, karena mengandung rasa manis dan asam, juga bermanfaat memperbaiki fungsi ginjal (bahkan konon bisa mengobati impotensi dan meningkatkan produksi sel sperma, tapi masih perlu penelitian mendalam di bidang kesehatan). Toak manis atau legen yang merupakan hasil fermentasi dari pohon siwalan ini jika waktu penyimpanannya melebihi 3-4 jam, maka minuman yang mengandung soda alami ini akan berubah menjadi minuman yang mengandung alkohol sehingga namanya bukan lagi Toak manis atau legen tetapi toak secara knowledge yang ditanamkan pada memori mempersepsi masyarakat sebagai minuman yang memabokkan, tanpa penjelasan cara minum yang benar , dan tanpa memikirkan bahwa informasi itu merupakan kognisi awal yang bisa merugikan karena produksi minuman tradisional Toak tetap dilakukan sekedar menghormati warisan budaya, akibatnya produksi ini stag tidak berkembang.

Persepsi yang negatif dan merugikan tentang produk minuman tradisional yang tidak diminati tetapi tetap diproduksi sebagai penghargaan terhadap warisan budaya yang turun-temurun memerlukan rancangan dalam bentuk pencitraan atau branding produk untuk membangun kognisi positif. yang bisa dikomunikasikan melalui berbagai media informasi yang efektif dan tetap memperhatikan perkembangan teknologi media yang disukai dan digunakan masyarakat (media digital), namun pesan tersebut harus dikemas sedemikian rupa dengan

mempertimbangkan masukan hasil penelitian sebelumnya dengan judul Perspektif Hukum Islam (Hadd Al-Syurb) tentang Aia Niro dan Tuak (Khamr) di Negeri batu Payuang Halaban salma oleh Robi Rivianda, Taufik Hidayat dari Universitas Islam Imam Bonjol Padang.

(korespondensi: salma@ unib.ac.id) yang tersirat juga dalam pembahasan bahwa legen dan toak dalam tinjauan hukum Islam yang hasilnya adalah untuk produksi minuman tradisional berbahan dasar pohon siwalan seperti Toak dilihat secara hukum Islam memiliki efek antara mubah dan khamr. Legen hukumnya mubah, sedang minuman toak hukumnya khamr. Khamr itu sesuatu yang diharamkan baik dilihat dari hukum Islam karena efeknya memabukkan. Oleh karena itu untuk membanguun Kognisi yang positif hendaknya:

1. Perlu melakukan perubahan persepsi tentang minuman tradisional sebagai produk warisan budaya yang dilestarikan dengan konten informasi tentang:
 - a. Cara membuat minuman tradisional berbahan pohon lontar secara jelas, dan menyampaikan kandungan dan manfaatnya serta kelayakan menyajikan sehingga yang mengkonsumsi paham dan bisa menggunakan minuman tersebut untuk acara yang memberi makna persatuan atau membangun kekerabatan baru
 - b. Bila hasil fermentasi sudah mengandung alkohol, maka perlu disampaikan ukuran kepantasan atau kelayakan diminum sehingga tidak menjadi haram atau kharm secara hukum Islam.
 - c. Perlu dirancang pengemasan yang lebih baik dan berkelas, sehingga, produk tradisional yang memiliki rasa unik bisa tampilan menjadi menarik dan diminati. (branding dengan pengemasan tempat atau botol yang lebih menarik, ada logo, serta informasi tentang kandungan dan manfaatnya)
2. Dalam suasana pandemi Covid-19 cara memberikan edukasi kepada kelompok penderes tetap memperhatikan protokol kesehatan.
3. Membantu pencitraan dengan menentukan pilihan media yang tepat (digital marketing) menggunakan platform media sosial apa yang disukai dan sering dimanfaatkan oleh masyarakat. sehingga pesan bisa sampai pada khalayak (Youtube atau Instagram).
4. Untuk membangun kognisi perlu dipahami apa itu tanaman siwalan, dan produk-produk yang bisa dihasilkan dari pohon siwalan melalui gambar, dan tabel.
5. Keluaran atau outcome yang sudah dicoba, dirancang, dibuat dan disosialisasikan dalam rangka membantu pencitraan atau branding minuman tradisional.

Gambar 1. Buah Siwalan



(sumber: dokumentasi pribadi)

Gambar 2. Kemasan Toak dan Legen



(sumber : dokumentasi pribadi)

Gambar 3. Kemasan baru “Nosari”



(sumber : dokumentasi pribadi)

4. PENUTUP

Hasil uraian pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan judul “Membangun Kognisi Tentang Minuman Tradisional Toak Produksi Warga Desa Hendrosari Kabupaten Gresik” setelah dianalisis maka dapat disimpulkan bahwa: Distorsi kognisi tentang Toak yang selama ini terbangun sebagai produksi minuman tradisional yang tidak diminati masyarakat tetapi tetap diproduksi sekedar sebagai penghormatan terhadap warisan budaya leluhur. Kemudian membangun kognisi tentang minuman tradisional perlu melakukan pencitraan atau branding dalam rangka merubah persepsi dengan cara menambah kognisi melalui informasi yang benar tentang minuman tradisional dan memberi logo serta nama “Nosari”, yang lebih menarik dan mudah diingat. Dalam pelaksanaannya platform media Digital marketing (Instagram, Youtube) menjadi pilihan karena konten dalam bentuk gambar atau foto baik statis maupun gerak lebih disukai masyarakat dan bisa diakses melalui username @Nosari. Yang menjadi fokus untuk pencitraan atau branding dalam membangun kognisi positif tentang minuman tradisional bukan hanya melibatkan penderes dan pedagang tetapi juga keterlibatan Pemerintah Daerah.

- Pelaksanaan pengabdian masyarakat selanjutnya diharapkan bisa membantu masyarakat Desa Hendrosari, Gresik untuk membantu mensosialisasikan atau mempromosikan hasil abdimas ini yakni “Nosari” minuman tradisional warisan budaya masyarakat Gresik.
- Sebagai pengembangan penelitian agar abdimas selanjutnya bisa merancang model bimbingan edukasi yang cara maupun pesan komunikasinya mudah dipahami sehingga produk tradisional sebagai warisan budaya bisa *go public*

5. DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Garindo Persada.
- Daengs Acmad GS, Praseetya Aridha. *Reposisi Desa Sejuta Lontar*. Falkutas Universitas 45 Surabaya.
- Jefkins, Frank. 2004. *Strategi Public Relations*, terjemahan, Jakarta.
- Kasali, Rhenald. 2002. *Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relation dan Marketing Communications*. Yogyakarta. PT Banteng Pustaka.
- Kristiyono, J., Muhammad Reza Patriagama, Adi Atma, Indra Septyan, Rizal Hanafi, & Habib Syahrul Asrori. (2021). Pengembangan Digital Branding Kampung Hidroponik Medokan Ayu Surabaya. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 1(1), 46-59. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v1i1.129>
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan (Interpersonal)*. Bogor: Ghalia.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung. Ramaja Rosdakarya.
- Oka. A. Youty. 2006. *Budaya Tradisional yang Nyaris Punah*; Bacaan Populer untuk perguruan tinggi, Proyek Penulisan dan Penerbitan Buku atau Majalah Pengetahuan Umum dan Profesi, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Rakhmad, Jalaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*, Revisi, Bandung, Rosdakarya,
- Ryuanda Robi, Hidayat Taufik. *Perspektif Hukum Islam (Hadd Al-Syurb) tentang Air Nira dan Toak (Khamr) di Negeri batu Payuang halaban salma*, Universitas Islam Imam Bonjol Padang. (korespondensi: salma@unib.ac.id)
- Sedyawati, E. 2011. *Warisan Budaya, Warisan Indonesia*. Volume 01 nomor 02.

- Siregar, E.B.M. 2005. *Inventarisasi Jenis Palem (Arecaceae) pada Kawasan Hutan Dataran Rendah di Stasiun Penelitian Sikundur*. Kawasan Ekosistem Leuser Kab.Langkat. USU Respository. Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Sugiono P. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung, Afabeta.
- Uchayana Effendy Onong. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Wahyuningsih R. *Pemberdayaan Masyarakat Desa Hendrosari*, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya.
- Walgito Bimo. 2001. *Psikologi Sosial suatu Pengantar*. Cetakan Ketiga, Yogyakarta, Andi Print.
- Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Buana Pustaka Indonesia, Jakarta
- <https://gresikkab.bps.go.id/publication/2020/04/27/155f002abf22e1cda36d20a2/kabupaten-gresik-dalam-angka-2020.html>
- <https://lampung.antarane.ws.com/berita/390950/lontar-sewu-desa-produsen-tuak-dulu-memabukkan-kini-jadi-jujukan>
- <https://lingkaran.net/edu-wisata-lontar-sewu-hendrosari-perpaduan-taman-bermain-dan-wisata-alam/>
- <https://www.jpnn.com/news/desa-ini-dulunya-dikenal-sebagai-desa-memabukkan?page=2>
- <https://mihwan.id/travelling/hendrosari-desa-penyembuh-jejakpena.wordpress.com>
- www.inews.id INews,id.
- www.unesco.org Definition of the cultural heritage I United Nations Education, Scientific and Cultural Organization” diakses tgl 2020-09-14