

VOLUME 5, NOMOR 1, APRIL 2020

e-ISSN 2540-7996

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
JURNAL KANSASI

JURNAL KANSASI	VOLUME 5	NOMOR 1	SINTANG APRIL 2020	e-ISSN 2540-7996
-------------------	-------------	------------	-----------------------	---------------------

<http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/KAN>

JURNAL KANSASI
Volume 5, Nomor 1, April 2020

Jurnal *online* pendidikan bahasa dan sastra Indonesia terbit dua kali setahun yaitu pada bulan April dan Oktober. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil telaah dan penelitian di bidang pendidikan, bahasa, dan sastra Indonesia.

Editor In Chief

Debora Korining Tyas

Deputy Chief Editor

Sri Astuti

Editor

Tedi Suryadi

Ursula Dwi Oktaviani

Yudita Susanti

Muhammad Thamimi

Muchammad Djarot

Reviewer

Yusuf Olang

Herpanus

Bani Sudardi

Yoseph Yapi Taum

Agus Wartiningsih

Administrative Staffs

Valentinus Ola Beding

Evi Fitrianingrum

Alamat Redkasi: Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Jl. Pertamina Sengkuang, Kotak Pos 126, Hp/WA. 082150544710.

Website e-journal KANSASI: <http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/KAN>

Jurnal ilmiah *online* KASASI diterbitkan oleh Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. Terbit sejak April 2016.

Penyunting menerima tulisan ilmiah yang belum pernah diterbitkan dimedia lain, baik cetak maupun elektronik. Naskah diketik untuk ukuran HVS A4 dengan spasi satu koma lima, maksimal 20 halaman. Tulisan yang masuk direview dan selanjutnya untuk diterbitkan.

JURNAL KANSASI
Volume 5, Nomor 1, April 2020

DAFTAR ISI

	Halaman
<p>Hubungan Kemandirian Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia Kelas VIII SMP N 02 Tempunak Herpanus, Evi Fitria Ningrum, Ahensius Bantut STKIP Persada Khatulistiwa Sintang</p>	1 - 8
<p>Analisis Kesulitan Membaca Permulaan pada Sub Tema Tugasaku Sebagai Umat Beragama pada Siswa Kelas II SD Negeri 06 Setapang Laut Ketungau Hilir Ursula Dwi Oktaviani, Gabriel Serani, Etikustini STKIP Persada Khatulistiwa Sintang</p>	9 - 20
<p>Analisis Struktural Kumpulan Cerita Rakyat Dayak Jangkang Tanjung Valentinus Ola Beding, Tedi Suaryadi, Frideta Heni STKIP Persada Khatulistiwa Sintang</p>	21 - 34
<p>Peningkatan Keterampilan Menulis Karangan Deskripsi Menggunakan Media Miniatur (Maket) Debora Korining Tyas, Sudarto, Ahmad Ridho Inoviar STKIP Persada Khatulistiwa Sintang</p>	35 - 54
<p>Hubungan Kebiasaan Menulis dengan Kemampuan Menulis Cerpen pada Siswa Kelas XI Sekolah Menengah Atas Nusantara Indah Sintang Yusuf Olang, Evi Fitrianingrum, Markulanus Alex STKIP Persada Khatulistiwa Sintang</p>	55 - 63
<p>Peningkatan Hasil Belajar Siswa Menggunakan Metode <i>Talking Stick</i> pada Pembelajaran Tematik Tedi Suryadi, Meranti Sintauli Tampubolon STKIP Persada Khatulistiwa Sintang</p>	64 - 70
<p>Peningkatan Penguasaan Kosakata Bahasa Indonesia Menggunakan Media Gambar pada Siswa Kelas 1 Sekolah Dasar Negeri 43 Tapang Aceh Tahun Ajaran 2019/2020 Gabriel Serani, Ilinawati, Lidia Heni STKIP Persada Khatulistiwa Sintang</p>	71 - 80

Hubungan Hasil Belajar Siswa Dengan Kemampuan Menerapkan Nilai-Nilai Pancasila Agnesia Hartini, Lukas Robinson STKIP Persada Khatulistiwa Sintang	81 - 91
Proses Dan Makna Simbol Ritual Munjong Dayak Tobag Yudita Susanti, Yusuf Olang, Marselina Risca STKIP Persada Khatulistiwa Sintang	92 - 98
Penerapan Pendekatan <i>Eksploratory Discovery</i> untuk Meningkatkan Motivasi dan Hasil Belajar Kognitif Sirilus Sirhi, Hendrikus Julung, Valentina Suci Susanti STKIP Persada Khatulistiwa Sintang	99 - 112
Analisis Makna Bahasa Promosi Katalog Oriflame Edisi Bulan Januari-Maret Tahun 2019 Ursula Dwi Oktaviani, Debora Korining Tyas, Ira Winarti STKIP Persada Khatulistiwa Sintang	113 - 126
Peran Guru Pkn dalam Membina Civic Skill Siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri 7 Agnesia Hartini, Simon Petrus STKIP Persada Khatulistiwa Sintang	127 -137

ANALISIS MAKNA BAHASA PROMOSI KATALOG ORIFLAME EDISI BULAN JANUARI-MARET TAHUN 2019

Ursula Dwi Oktaviani¹, Debora Korining Tyas², Ira Winarti³

¹STKIP Persada Khatulistiwa, ²STKIP Persada Khatulistiwa, ³STKIP Persada Khatulistiwa

e-mail: ursuladwioktaviani@yahoo.com¹, deborakoriningtyas84@gmail.com²,
irawinarti6@gmail.com³

Diajukan, 12 Februari 2020, Diterima, 8 Maret 2020, Diterbitkan, 1 April 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis makna diantaranya makna leksikal dan makna gramatikal, makna referensial dan makna nonreferensial, makna denotatif dan makna konotatif, makna kata dan makna istilah, makna konseptual dan makna asosiatif, makna lokusi, ilokusi dan perlokusi pada katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret Tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbentuk deskriptif. Data penelitian ini berupa tiga buah katalog Oriflame dengan menggunakan dokumen sebagai teknik pengumpulan data kemudian, peneliti klasifikasi jenis-jenis makna. Berdasarkan analisis di dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret Tahun 2019 terdapat 73 kalimat yang mengandung makna leksikal, 283 kata yang mengandung makna gramatikal, 73 kalimat yang mengandung makna referensial, 279 kata yang mengandung makna nonreferensial, 73 kalimat yang mengandung makna denotatif, 32 kata yang mengandung makna konotatif, 43 kata yang mengandung makna kata, 67 kata yang mengandung makna istilah, 73 kalimat yang mengandung makna konseptual, 4 kata yang mengandung makna asosiatif, 15 kalimat yang mengandung jenis makna lokusi, 15 kalimat yang mengandung jenis makna ilokusi, terdapat 15 kalimat yang mengandung jenis makna perlokusi dari tiga buah katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret Tahun 2019. Terdapat tiga jenis makna yang hasil analisis datanya tidak ditemukan di dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret Tahun 2019, ketiga jenis makna tersebut adalah jenis makna idiomatikal, makna pribahasa dan makna kias. Untuk dapat melihat lebih mendalam mengenai jenis makna dalam katalog, diperlukan adanya penelitian lebih mendalam dan lebih fokus pada tiap-tiap jenis makna pada objek kajian penelitian yang berbeda.

Kata kunci: Jenis makna, bahasa promosi, katalog, dan ungkapan persuasif

ABSTRACT

This study aims to describe the types of meanings including lexical meanings and grammatical meanings, referential meanings and non-referential meanings, denotative meanings and connotative meanings, word meanings and term meanings, conceptual meanings and associative meanings, locus meaning, illusion and perlocution in Oriflame Catalog for edition of January – March 2019. This research used a descriptive qualitative approach. This research data consisted of three Oriflame catalogs. The data collection technique used the documents, then researchers classified the types of meanings. Based on the analysis towards the Oriflame catalog for edition of January-March 2019, there are 73 sentences containing lexical meaning, 283 words containing grammatical meaning, 73 sentences containing referential meanings, 279 words containing non-referential meanings, 73 sentence containing denotative meanings, 32 words containing connotative meanings, 43 words containing word meanings, 67 words containing term meaning, 73 sentences containing conceptual meaning, 4 words containing associative meanings, 15 sentences containing locus meaning types, 15 sentences containing illocutionary meanings, there are 15 sentences containing types of perlokusi meanings from three Oriflame catalogs for January-March 2019 edition. There are three types meaning that the results of data analysis are not found in the month edition of Oriflame catalog January-March 2019, the three types of meanings are idiomatic type, proverbial meaning and classical meaning. To be able to see more deeply about the types of meanings in the catalog, it is necessary to have more in-depth research and more focus on each type of meaning on different objects of research studies.

Keyword: *Types of meanings, promotional languages, catalogs, and persuasive expressions*

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Sebagai medium komunikasi, bahasa dapat digunakan untuk mengutarakan berbagai hal, sehingga menjadi sangat penting bagi kehidupan manusia. Semua hal yang kita pikirkan, bayangkan, dan utarakan hanya akan dapat dimengerti orang lain apabila diungkapkan dengan bahasa, baik berupa bahasa verbal ataupun bahasa nonverbal. Interaksi dan proses komunikasi tidak akan berjalan tanpa hadirnya bahasa sebagai medium utama. Bahasa merupakan lambang yang membentuk bunyi ujar yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan sesuatu ide, pikiran, hasrat dan keinginan kepada orang lain. Bahasa sebagai alat komunikasi memiliki dua aspek, yaitu aspek linguistik dan aspek non linguistik. Ilmu semantik, yang berasal dari bahasa Yunani yaitu Semantikos, adalah cabang ilmu linguistik yang dikhususkan untuk mempelajari arti dan makna yang terkandung pada bahasa, yang melekat di tingkatan kata, frasa, kalimat atau teks.

Semantik adalah telaah makna. Semantik menelaah lambang-lambang atau tanda-tanda yang menyatakan makna, hubungan makna yang satu dengan yang lain, dan pengaruhnya terhadap manusia dan masyarakat. Kata semantik dalam bahasa Indonesia (Inggris: semantics) berasal dari bahasa Yunani sema (kata benda yang berarti “tanda” atau “lambang” kata kerjanya adalah semaino yang berarti “menandai” atau melambangkan” (Chaer, 2013:02). Selanjutnya George, (dalam Tarigan, 2015:02) menyatakan bahwa semantik adalah telaah mengenai makna. Dalam kajian linguistik, semantik merupakan cabang dari ilmu linguistik yang mempelajari tentang makna (Sutomo, 2015: 27).

Saat ini studi mengenai makna menjadi kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari studi linguistik lainnya, karena orang mulai menyadari bahwa kegiatan berbahasa sesungguhnya adalah kegiatan mengekspresikan lambang-lambang bahasa untuk menyampaikan makna-makna yang ada pada lambang tersebut, kepada lawan bicara (komunikasi lisan) atau pembaca (dalam komunikasi tulis). Jadi, pengetahuan akan adanya hubungan antara lambang atau satuan bahasa, dengan maknanya diperlukan dalam berkomunikasi dengan bahasa. Semantik merupakan suatu ilmu yang mengungkap arti atau makna dalam komunikasi baik bersifat tulisan ataupun lisan.

Dalam menganalisis semantik kita harus bisa membedakan bermakna, kebermaknaan atau kepenuhmaknaan. Sebuah kata dapat disebut mempunyai makna atau bermakna jika kata itu memenuhi satu konsep atau mempunyai rujukan, sedangkan kalimat atau frase dapat dikatakan mempunyai kebermaknaan atau kepenuhmaknaan. Misalnya “bau sabun” dan “bau

gelisah”, “botol itu cepat kosong” dan “bayang-bayang itu cepat kosong”, “orang itu jatuh terbalik” dan “gunung itu jatuh terbalik”. Kita katakan frase “bau sabun” dan kalimat “botol itu cepat kosong” dan “orang itu jatuh terbalik” mempunyai kebermaknaan sedangkan frase dan kalimat yang lain tidak mempunyai kebermaknaan (Parera, 2004:49). Jika ada istilah kebermaknaan atau kepenuhmaknaan, tentu ada pula istilah ketak bermaknaan atau ketakpenuhbermaknaan. Jerrold J. Katz (dalam parera, 2004: 49) mengusulkan istilah anomali sebagai ganti ketakbermaknaan.

METODE PENELITIAN

Menurut Mahsun (2014: 72) “Metode penelitian merupakan cara penelitian itu akan dilakukan, yang di dalamnya mencakup bahan atau materi penelitian, alat, jalan penelitian, variabel dan data yang hendak disediakan dan dianalisis data”. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme (Sugiyono, 2015: 07).

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang (Asmani, 2011: 40). Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif adalah metode yang menggunakan latar ilmiah dan cara ilmiah untuk mengumpulkan data penelitiannya dengan cara pendeskripsian atau menjelaskan tanpa memperhitungkan angka-angka. Metode ini digunakan untuk memperoleh gambaran jenis-jenis makna yang terdiri dari makna denotatif dan konotatif, makna konseptual dan makna asosiatif dalam katalog oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019, sehingga bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (studi pustaka).

Menurut Afrizal (2015:124) “dalam penelitian kualitatif, secara umum bagian studi pustaka berisikan informasi mengenai dua hal. Pertama, studi pustaka berisikan informasi mengenai kerangka berpikir yang menjadi acuan penelitiannya. Bagian ini berisikan tentang pembahasan, teori-teori yang relevan dengan topik penelitiannya. Kedua, bagian studi pustaka menginformasikan mengenai seluk beluk masalah penelitian. Pada bagian ini peneliti mendiskusikan hasil-hasil studi yang relevan”.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian kepustakaan (studi pustaka) merupakan bentuk penelitian yang berusaha mengumpulkan data melalui buku-buku, foto-foto, gambar, Koran, majalah, berbagai jenis laporan maupun dokumen elektronik seperti rekaman dan video sebagai objek penelitian yang akan dianalisis. Bahan yang digunakan dalam kegiatan kepustakaan dalam penelitian ini berupa katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019.

PEMBAHASAN

Analisis dilakukan pada katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 yaitu dengan membaca dan menganalisis katalog tersebut kemudian peneliti menggunakan *encoding* (pengkodean) dan kartu data yang bertujuan untuk mempermudah proses analisis. Peneliti mengumpulkan jenis makna dimasing-masing edisi katalog tersebut, adapun hasil pengamatan penelitian sebagai berikut:

a. Makna leksikal dan gramatikal dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019

Leksikal adalah bentuk ajektif yang diturunkan dari bentuk nomina leksikon (Vokabuler, kosa kata, pembendaharaan kata). Satuan dari leksikon adalah leksem, yaitu satuan bentuk bahasa yang bermakna. Dapat pula dikatakan makna leksikal adalah makna yang sesuai dengan referennya, makna yang sesuai dengan hasil observasi alat indra. Atau makna yang sungguh-sungguh nyata dalam kehidupan kita. Kalau makna leksikal itu berkenaan dengan makna leksem atau kata yang sesuai dengan referennya (Chaer, 2013: 60-63). Makna leksikal adalah makna unsur-unsur bahasa sebagai lambang benda, peristiwa, dan lain sebagainya. Makna leksikal ini dimiliki unsur-unsur bahasa secara tersendiri, lepas dari konteks.

Deskripsi makna Leksikal pada katalog Oriflame nomor 01 edisi 01-31 Januari 2019 (ML (CAT01. Edisi 01-31 Jan. 2019))



Konteks: Produk Aksesoris

Batik *sling bag*

Tas pipih yang diberi tali selempang tipis dengan aksesoris rantai warna emas terang ini akan membuat membuat gaya kian seru. Dilengkapi beberapa ruang serta motif batik biru, tas ini tidak hanya menyimpan benda penting namun mengelevasi tampilan.

(Katalog Oriflame, hal. 3

Kalimat dalam konteks produk aksesoris merupakan makna leksikal yang menunjuk pada makna sebenarnya. Produk aksesoris berupa tas batik tersebut makna leksikalnya adalah menjadikan tampilan pengguna produk ini tampak bernilai dan elegan. Makna ini tampak jelas dalam kalimat “mengelevasi tampilan Anda”. Selain itu fungsinya adalah untuk memberi nilai tambah penampilan pada pemakai produk ini. Makna kalimat promosi tersebut untuk menarik hati pembaca iklan agar tertarik menggunakan produk aksesoris dari Oriflame. Sehingga mengandung makna yang sungguh-sungguh nyata seperti yang ada dalam gambar katalog tersebut.

Makna Gramatikal dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019

Makna gramatikal adalah makna suatu kata setelah kata itu mengalami proses gramatikalisasi, seperti pengimbuhan, pengulangan atau pemajemukan. Makna gramatikal sangat bergantung pada struktur kalimatnya. Contoh: kata “ter-angkat di atas” yang memiliki kemungkinan makna (1) ‘dapat’ atau (2) ‘tidak sengaja’. Sedangkan kepastian maknanya baru diperoleh setelah berada dalam konteks kalimat atau satuan sintaksis lain.

Deskripsi makna Gramatikal pada katalog Oriflame nomor 01 edisi 01-31 Januari 2019 (MG (CAT01. Edisi 01-31 Jan. 2019))

Miliki Kulit Wajah Tampak Segar

Begitu Terawat. Gunakan produk secara bersamaan untuk hasil optimal

(Katalog Oriflame, hal 6)

Kata “Terawat” memiliki makna gramatikal karena menunjukkan arti terpelihara; sudah dirawat; dapat di rawat. Dalam katalog Oriflame kata “Terawat” menjelaskan kulit wajah yang tampak segar karena terawat. merawat kulit wajah menggunakan produk Pure skin, untuk hasil tampak optimal gunakan produk secara bersamaan yang terdiri dari empat produk tersebut.

b. Makna referensial dan nonreferensial dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019

Perbedaan makna referensial dan makna nonreferensial berdasarkan ada tidaknya referen dari kata-kata itu. Bila kata-kata itu mempunyai referen, yaitu sesuatu diluar bahasa yang diacu oleh kata itu maka kata tersebut disebut kata bermakna referen. Kalau kata-kata itu tidak mempunyai referen maka kata itu disebut kata bermakna nonreferensial. Kata meja dan kursi termasuk kata yang bermakna referensial karena keduanya mempunyai referen, yaitu sejenis perabot rumah tangga yang disebut “meja” dan “kursi”(Chaer, 2013: 63-65).

Deskripsi makna Referensial pada katalog Oriflame nomor 01 edisi 01-31 Januari 2019 (MR (CAT01. Edisi 01-31 Jan. 2019))



Konteks: Produk Pewarna Bibir

The One Colour Unlimited Lipstick Super Matte

Lipstik tahan lama yang warnanya memiliki cakupan optimal. Formula *LipSoft Moisture Plus*-nya membantu memberikan sensasi kelembaban dan keseimbangan pada bibir sehingga Anda merasa nyaman sepanjang hari.

(Katalog Oriflame, hal. 5)

Kalimat dalam konteks produk pewarna bibir merupakan makna referensial yang menunjuk pada makna sebenarnya. Produk pewarna bibir makna referensialnya adalah salah satu riasan yang digunakan untuk membuat tampilan bibir berwarna yang akan memberikan sensasi kelembaban dan keseimbangan pada pemakai produk ini. Makna ini tampak jelas dalam kalimat “Dilengkapi Formula *LipSoft Moisture Plus*”. Makna kalimat promosi tersebut untuk menarik hati pembaca iklan untuk meyakini kebenaran dengan cara mendeskripsikan produk disertai kandungan formulasi lipstik. Sehingga mengandung makna yang sungguh-sungguh nyata seperti yang ada dalam gambar katalog tersebut.

Makna Nonreferensial pada katalog Oriflame edisi Januari-Maret 2019

Makna nonreferensial adalah kata-kata yang tidak mempunyai referen. Dan yang termasuk pada makna nonreferensial ialah seperti preposisi dan konjungsi (contoh kata: “seperti, dan, atau, karena”) adalah kata yang tidak memiliki referen, sehingga kata tersebut bermakna nonreferensial. Kata pada makna nonreferensial hanya memiliki fungsi atau tugas. Lalu karena hanya memiliki fungsi atau tugas maka dinamailah kata-kata tersebut dengan nama kata fungsi atau kata tugas (Chaer, 2013: 63-65).

Deskripsi makna Nonreferensial pada katalog Oriflame nomor 01 edisi 01-31 Januari 2019 (MNR (CAT01. Edisi 01-31 Jan. 2019))

Batik On The go

Dapatkan tampilan memikat dengan tas selempang ini. Dengan motif gaya ditambah aksentu rantaunya akan memahami Anda tampil percaya diri dan menjadi pusat perhatian! (Katalog Oriflame, hal. 2)

Kata “dengan” memiliki makna nonreferensial karena merupakan kata penghubung sebuah kalimat yang termasuk konjungsi subordinatif yaitu kata yang menyatakan memakai (menggunakan) suatu alat. Di dalam katalog Oriflame kata tersebut menjelaskan pada kalimat “dapatkan tampilan memikat dengan tas selempang”. Kata “dengan” memiliki makna nonreferensial karena merupakan kata penghubung sebuah kalimat yang termasuk konjungsi subordinatif yaitu kata yang menyatakan alat. Di dalam katalog Oriflame kata tersebut menjelaskan pada kalimat “dengan motif gaya di tambah aksentu rantaunya akan menemani Anda tampil percaya diri dan menjadi pusat perhatian”.

Kata “akan” memiliki makna nonreferensial karena merupakan kata penghubung sebuah kalimat. Di dalam katalog Oriflame kata tersebut menjelaskan bawah “aksentu rantaunya akan menemani Anda menjadi pusat perhatian”. Kata “dan” memiliki makna nonreferensial karena merupakan kata penghubung sebuah kalimat yang termasuk konjungsi koordinatif penambahan. Di dalam katalog Oriflame kata “dan” menjelaskan bahwa “tampil percaya diri dan menjadi pusat perhatian”.

c. Makna denotatif dan konotatif dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019

Makna denotatif sering disebut makna denotasional, makna konseptual, atau makna kognitif karena dilihat dari sudut yang lain. Pada dasarnya sama dengan makna referensial sebab makna

denotatif ini lazim diberi penjelasan sebagai makna yang sesuai dengan hasil observasi menurut penglihatan, penciuman, pendengaran, perasaan, atau pengalaman lainnya. Jadi, makna denotatif ini menyangkut informasi-informasi faktual objektif karena makna denotasi sering disebut sebagai makna yang sebenarnya (Chaer, 2013:65).

Deskripsi makna Denotatif pada katalog Oriflame nomor 01 edisi 01-31 Januari 2019 (MD (CAT01. Edisi 01-31 Jan. 2019))



Konteks: Produk Perawatan Rambut

Love Nature

Hadirkan kembali kilau rambut sehat, Terlihat segar. Kebaikan alam agar rambut tampak mengagumkan di tahun ini. (Katalog Oriflame, hal. 8)

Kalimat dalam konteks produk perawatan rambut merupakan makna denotatif yang menunjuk pada makna sebenarnya. Produk perawatan rambut makna denotatif adalah rangkaian produk yang digunakan untuk menjadikan rambut sehat, terlihat segar dan bebas dari masalah kulit kepala, makna ini tampak jelas pada kalimat “Hadirkan kembali kilau rambut sehat”. Makna kalimat promosi tersebut untuk mempengaruhi pembaca iklan agar tertarik menggunakan produk *Love Nature* dari Oriflame. Produk ini akan memberikan keindahan pada pemakai produk perawatan rambut tersebut. Sehingga menimbulkan makna yang sungguh-sungguh nyata seperti yang ada dalam gambar katalog.

Makna Konotatif pada katalog Oriflame edisi Januari-Maret 2019

Makna konotatif adalah makna yang wajar, karena telah memperoleh tambahan perasaan tertentu, emosi tertentu, nilai tertentu, dan rangsangan tertentu dalam arti makna konotatif mempunyai nilai rasa. Tidak setiap kata memiliki makna konotatif. Karena makna konotasi makna tambahan yang memiliki sebuah kata disebut makna konotatif apabila kata itu memiliki nilai rasa, baik positif maupun negatif, dan ada juga konotasi netral yang tidak memiliki nilai rasa. Contoh: “Burung Garuda” karena dijadikan lambang Negara Republik Indonesia maka menjadi bernilai rasa positif. Sebaliknya “Bunga Kemboja” yang dijadikan lambang kematian/kuburan maka menjadi bernilai rasa negatif (Chaer, 2013:65).

Makna Konotatif pada katalog Oriflame nomor 01 edisi 01-31 Januari 2019 (MKT (CAT01. Edisi 01-31 Jan. 2019))

Baru!

5 warna

The ONE Colour Unlimited Lipstik Super Matte

(Katalog Oriflame, hal. 1)

Kata “Lipstik” memiliki makna konotatif karena merupakan kata yang memiliki makna tambahan, dan untuk memperhalus pemakaian bahasa, kata “Lipstik” memiliki makna pewarna

bibir, terbuat dari jenis lilin, biasanya berbentuk batang, pejal, licin, warnanya macam-macam. Kata “Gincu” untuk penyebutan pewarna bibir berubah dari waktu ke waktu seiring perkembangan zaman menjadi kata “Lipstik” yang memiliki makna tambahan positif (1) lipstik tahan lama, (2) formula *LipSoft* memberikan sensasi kelembapan pada bibir, (3) nyaman digunakan sepanjang hari.

d. Makna kata dan istilah dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019

Pembedaan adanya makna kata dan makna istilah berdasarkan ketepatan makna itu dalam penggunaannya secara umum dan secara khusus. Makna sebuah kata, walaupun secara sinkronis tidak berubah tetapi karena berbagai faktor dalam kehidupan, dapat menjadi bersifat umum. Makna kata itu baru menjadi jelas kalau sudah digunakan di dalam suatu kalimat. Kalau lepas dari konteks kalimat makna kata itu menjadi umum dan kabur (Chaer, 2013: 70).

Deskripsi makna Kata pada katalog Oriflame nomor 01 edisi 01-31 Januari 2019 (MK (CAT01. Edisi 01-31 Jan. 2019))

Baru

Hemat

30%

(Katalog Oriflame, hal. 3)

Kata “Baru” memiliki makna kata karena makna kata itu baru menjadi jelas kalau sudah digunakan di dalam suatu kalimat. Maksud kalimat tersebut kata “Baru” biasanya digunakan untuk menunjuk sesuatu yang belum pernah ada (dilihat); belum pernah didengar (ada) sebelumnya. Di dalam katalog katalog Oriflame menjelaskan bahwa penawaran harga spesial untuk Anda yang membeli produk Balik *Sling Bag* pada bulan Januari 2019 karena Anda bisa mendapatkan harga 30% lebih hemat dari harga aslinya.

Makna Istilah dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019

Berbeda dengan kata yang maknanya masih bersifat umum, maka istilah memiliki makna yang tetap dan pasti. Ketetapan dan kepastian makna istilah itu karena istilah itu hanya digunakan dalam bidang kegiatan atau keilmuan tertentu (Chaer, 2013: 70).

Deskripsi makna Istilah pada katalog Oriflame nomor 01 edisi 01-31 Januari 2019 (MI (CAT01. Edisi 01-31 Jan. 2019))

Batik *sling bag*

Tas pipih yang diberi tali selempang tipis dengan aksesoris rantai warna emas terang ini akan membuat membuat gaya kian seru. Dilengkapi beberapa ruang serta motif batik biru, tas ini tidak hanya menyimpan benda penting namun mengelevasi tampilan Anda.

(Katalog Oriflame, hal. 3)

Kata “Mengelevasi” dari kata dasar “Elevasi” memiliki makna istilah karena makna istilah disebut juga makna yang pasti, jelas dan tidak meragukan, kata “Elevasi” memiliki makna istilah yaitu ketinggian suatu tempat terhadap daerah sekitarnya; ketinggian suatu sudut tinggi suatu benda langit di atas horizontal (KBBI, 2016). Dalam katalog Oriflame menjelaskan bahwa kata mengelevasi yaitu menjadikan tampilan semakin terlihat tinggi dan elegan dengan tas Batik *Sling Bag* tersebut sehingga menjadikan tampilan Anda berkelas.

e. Makna konseptual dan asosiatif dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019

Makna konseptual adalah makna yang sesuai dengan konsepnya, makna yang sesuai dengan referennya, dan makna yang bebas dari asosiasi atau hubungan apa pun. Makna konseptual merupakan makna yang muncul sesuai dengan konteks kata tersebut dipergunakan. Artinya,

makna tersebut muncul sebagai makna tambahan disamping makna sebenarnya berupa kesan-kesan yang ditimbulkan oleh sebab situasi tertentu (Chaer, 2013:72).

Deskripsi makna Konseptual pada katalog Oriflame nomor 01 edisi 01-31 Januari 2019 (MKP (CAT01. Edisi 01-31 Jan. 2019))



Hadirkan senyum di wajah Anda, lebih percaya diri. Rawat kesehatan gigi dan ciptakan binary pada senyuman Anda.

(Katalog Oriflame, hal 12)

Kalimat dalam konteks produk perawatan gigi merupakan makna konseptual yang menunjuk pada makna sebenarnya. Produk Perawatan gigi makna konseptual adalah benda yang digunakan untuk merawat kesehatan gigi, selain itu fungsi dari pasta gigi adalah untuk menciptakan senyum percaya diri yang menjadikan pemakai produk ini lebih percaya diri, makna ini tampak jelas pada kalimat “Hadirkan senyum di wajah Anda”. Makna kalimat promosi tersebut untuk mempengaruhi pembaca iklan agar tertarik menggunakan produk pasta gigi *Optifresh* dari Oriflame. Produk ini akan menjadikan senyum berbinar di wajah pada pemakai produk ini. Sehingga menimbulkan makna yang sungguh-sungguh nyata seperti yang ada dalam gambar katalog.

Makna Asosiatif pada katalog Oriflame edisi Januari-Maret 2019

Makna asosiatif adalah makna yang dimiliki sebuah kata berkenaan dengan adanya hubungkata itu dengan keadaan di luar bahasa. Makna asosiatif ini sesungguhnya sama dengan perlambangan-perlambangan yang digunakan oleh suatu masyarakat bahasa untuk menyatakan suatu konsep lain” (Chaer, 2013:72).

Deskripsi makna Asosiatif pada katalog Oriflame nomor 01 edisi 01-31 Januari 2019 (MA (CAT01. Edisi 01-31 Jan. 2019))

Miss Giordani Eau de Parfum

Kesegaran neroli menjadi ciri khas

wewangian yang ceria ini. Bunga Italia yang klasik melambangkan kepercayaan diri, kesegaran yang memikat, serta sentuhan yang ringan namun berkelas.

(Katalog Oriflame, hal. 16)

Kata “Bunga Italia” memiliki makna asosiatif karena makna asosiatif adalah makna yang digunakan untuk melambangkan sesuatu. Kata “Bunga Italia” merupakan bunga yang klasik melambangkan kepercayaan diri, kesegaran yang memikat, serta sentuhan yang ringan namun berkelas yang menjadi ciri khas aroma bunga neroli yang berasal dari Italia (Oriflame, hal. 16). Dalam katalog Oriflame menjelaskan bahwa bunga Italia yang dimaksud adalah bunga neroli yang merupakan bunga berasal dari Negara Italia, dari tradisi kemewahan berkelas, lahirlah

wewangian yang memercikan pengalaman *Miss Giordani Eau de Parfum*. Segar, percaya diri dan penuh gaya merupakan wujud elegansi sejati khas Italia.

f. Makna lokusi, ilokusi, dan perlokusi dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019

Makna lokusi adalah makna seperti yang dinyatakan dalam ujaran, makna harfiah, atau makna apa adanya. Sedangkan yang dimaksud dengan makna ilokusi adalah makna seperti yang dipahami oleh pendengar sebaliknya yang dimaksud dengan makna perlokusi adalah makna seperti yang diinginkan oleh penutur. (Chaer, 2013: 78).

Deskripsi makna Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi pada katalog Oriflame nomor 01 edisi 01-31 Maret 2019 (MLK, MIL & MPR (CAT03. Edisi 01-31 Mar. 2019))

Cara mudah mengubah gaya rambut

tampil menawan (makna lokusi)

bersiaplah untuk mendengar. (makna ilokusi)

“Rambut Anda terlihat sangat indah!” (makna perlokusi)

(Katalog Oriflame, hal. 10)

Kalimat “Cara mudah mengubah gaya rambut tampil menawan” memiliki makna lokusi karena kalimat yang dinyatakan dalam ujaran dan makna apa adanya seperti yang diujarkan oleh penutur. Maksud kalimat dalam katalog Oriflame tersebut adalah ujaran yang menyatakan cara mudah untuk mengubah, menata, merapikan, dan membuat rambut tampil gaya agar terlihat menawan. Makna secara lokusi kalimat tersebut adalah ujaran dari penutur tentang cara mendapatkan kemudahan supaya rambut bisa tampil menawan.

Sedangkan pada kalimat “bersiaplah untuk mendengar” memiliki makna ilokusi karena makna kalimat yang dipahami oleh pendengar. Maksud kalimat dalam katalog Oriflame tersebut adalah menjelaskan ujaran yang dipahami oleh pendengar bahwa bersiaplah untuk mendengar maksudnya adalah Anda akan mendengar orang berkomentar atau menilai tampilan rambut gaya Anda yang sangat indah.

Kalimat “Rambut Anda terlihat sangat indah!” memiliki makna perlokusi karena merupakan makna yang diinginkan si penutur atau si pembicara. Maksud kalimat dalam katalog Oriflame tersebut menjelaskan makna dari inti pembicaraan tersebut yang diinginkan atau diperoleh yaitu bagaimana cara untuk mendapatkan rambut yang terlihat sangat indah tersebut adalah dengan menggunakan produk *styler brush* atau sisir dari Oriflame. Anda bisa mendapatkan rambut yang indah dan terlihat gaya agar tampil menawan, maka Anda dianjurkan untuk menggunakan produk sisir sesuai dengan kebutuhan Anda dan tersedia beberapa jenis sisir.

Tabel 1. Jumlah keseluruhan hasil temuan data analisis

No.	Jenis makna	Jumlah
1	Makna Leksikal	73
2	Makna Gramatikal	283
3	Makna Referensial	73
4	Makna Nonreferensial	279
5	Makna Denotatif	73
6	Makna Konotatif	32
7	Makna Kata	43
8	Makna Istilah	67
9	Makna Konseptual	73
10	Makna Asosiatif	4
11	Makna Lokusi	15

12	Makna Ilokusi	15
13	Makna Perlokusi	15

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis jenis makna bahasa promosi katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Makna leksikal dan makna gramatikal yang terdapat dalam katalog Oriflame No. 01 edisi 01-31 Januari 2019 terdapat 29 kalimat, No. 02 edisi 01-28 Februari 2019 terdapat 24 kalimat, dan No. 03 edisi 01-31 Maret 2019 terdapat 20 kalimat yang mengandung makna leksikal. Jumlah keseluruhan jenis makna leksikal dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 yaitu 73 kalimat. Sedangkan makna gramatikal yang terdapat dalam katalog Oriflame No. 01 edisi 01-31 Januari 2019 terdapat 77 kata, No. 02 edisi 01-28 Februari 2019 terdapat 89 kata, dan No. 03 edisi 01-31 Maret 2019 terdapat 117 kata yang mengandung makna gramatikal. Jumlah keseluruhan jenis makna gramatikal dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 yaitu 283 kata.
2. Makna referensial dan makna nonreferensial yang terdapat dalam katalog Oriflame No. 01 edisi 01-31 Januari 2019 terdapat 29 kalimat, No. 02 edisi 01-28 Februari 2019 terdapat 24 kalimat, dan No. 03 edisi 01-31 Maret 2019 terdapat 20 kalimat yang mengandung makna referensial. Jumlah keseluruhan jenis makna referensial dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 yaitu 73 kalimat. Sedangkan makna nonreferensial yang terdapat dalam katalog Oriflame No. 01 edisi 01-31 Januari 2019 terdapat 118 kata, No. 02 edisi 01-28 Februari 2019 terdapat 92 kata, dan No. 03 edisi 01-31 Maret 2019 terdapat 69 kata yang mengandung makna nonreferensial. Jumlah keseluruhan jenis makna nonreferensial dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 yaitu 279 kata.
3. Makna denotatif dan makna konotatif yang terdapat dalam katalog Oriflame No. 01 edisi 01-31 Januari 2019 terdapat 29 kalimat, No. 02 edisi 01-28 Februari 2019 terdapat 24 kalimat, dan No. 03 edisi 01-31 Maret 2019 terdapat 20 kalimat yang mengandung makna denotatif. Jumlah keseluruhan jenis makna denotatif dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 yaitu 73 kalimat. Sedangkan makna konotatif yang terdapat dalam katalog Oriflame No. 01 edisi 01-31 Januari 2019 terdapat 17 kata, No. 02 edisi 01-28 Februari 2019 terdapat 8 kata, dan No. 03 edisi 01-31 Maret 2019 terdapat 7 kata yang mengandung makna konotatif. Jumlah keseluruhan jenis makna konotatif dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 yaitu 32 kata.

4. Makna kata dan makna istilah yang terdapat dalam katalog Oriflame No. 01 edisi 01-31 Januari 2019 terdapat 24 kata, No. 02 edisi 01-28 Februari 2019 terdapat 6 kata, dan No. 03 edisi 01-31 Maret 2019 terdapat 13 kata yang mengandung makna denotatif. Jumlah keseluruhan jenis makna denotatif dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 yaitu 43 kata. Sedangkan makna istilah yang terdapat dalam katalog Oriflame No. 01 edisi 01-31 Januari 2019 terdapat 29 kata, No. 02 edisi 01-28 Februari 2019 terdapat 16 kata, dan No. 03 edisi 01-31 Maret 2019 terdapat 22 kata yang mengandung makna konotatif. Jumlah keseluruhan jenis makna konotatif dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 yaitu 67 kata.
5. Makna konseptual dan makna asosiatif yang terdapat dalam katalog Oriflame No. 01 edisi 01-31 Januari 2019 terdapat 29 kalimat, No. 02 edisi 01-28 Februari 2019 terdapat 24 kalimat, dan No. 03 edisi 01-31 Maret 2019 terdapat 20 kalimat yang mengandung makna konseptual. Jumlah keseluruhan jenis makna konseptual dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 yaitu 73 kalimat. Sedangkan makna asosiatif yang terdapat dalam katalog Oriflame No. 01 edisi 01-31 Januari 2019 terdapat 1 kata, No. 02 edisi 01-28 Februari 2019 terdapat 1 kata, dan No. 03 edisi 01-31 Maret 2019 terdapat 2 kata yang mengandung makna asosiatif. Jumlah keseluruhan jenis makna asosiatif dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 yaitu 4 kata.
6. Makna lokusi, ilokusi dan makna perlokusi yang terdapat dalam katalog Oriflame yaitu terdapat 15 kalimat yang mengandung jenis makna lokusi dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019, terdapat 15 kalimat yang mengandung jenis makna ilokusi dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019, dan terakhir terdapat 15 kalimat yang mengandung jenis makna perlokusi dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019, Jumlah keseluruhan makna lokusi, ilokusi dan perlokusi dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret 2019 45 kalimat.

Terdapat tiga jenis makna yang hasil analisis datanya tidak ditemukan di dalam katalog Oriflame edisi bulan Januari-Maret tahun 2019, ketiga jenis makna tersebut adalah jenis makna idiomatikal, makna pribahasa dan makna kias. Dan terdapat jenis makna leksikal dan makna gramatikal, makna referensial dan makna nonreferensial, makna denotatif dan makna konotatif, makna kata dan makna istilah, makna konseptual dan makna asosiatif, makna lokusi, ilokusi dan perlokusi, sebagaimana jumlah keseluruhan hasil analisis dari setiap jenis makna per edisi sudah di lampirkan seperti di atas

Jurnal KANSASI

Vol. xx, No. xx, April xxxx

e-ISSN: 2540-7996

<http://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/KAN/index>

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, Abdul. 2013. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djajasudarma, Fatimah. 2013. *Semantik 2: Relasi Makna Paradigmatik, Sintagmatik dan Derivasional*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Mahsun. 2013. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategis, Metode dan Tekniknya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Parera, Jos Daniel. 2004. *Teori semantik edisi kedua*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- PT. Orindo Alam Ayu. 2019. *Katalog Oriflame Kosmetik (edisi bulan Januari-Maret 2019)*. Swedia.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutomo. J. 2015. "Konteks, Referensi, dan Makna: Kajian Semantik". *Jurnal Ilmiah Dinamika Bahasa dan Budaya*. Vol 10. No 02. Halaman 27.
- Tarigan, Henry Guntur. 2015. *Pengajaran Semantik*. Bandung: Angkasa Bandung.
- Verhaar, John. W.M. 2012. *Asas-Asas Linguistik Umum*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Zaim, M. 2014. *Metode Penelitian Bahasa: Pendekatan Struktural*. Padang: FBS UNP Press Padang Kampus UNP Air Tawar Padang.

Petunjuk Bagi (Calon) Penulis Jurnal KANSASI

1. Artikel yang ditulis untuk Jurnal KANSASI adalah hasil telaah dan hasil penelitian dibidang pendidikan, bahasa, dan sastra Indonesia serta tidak pernah diterbitkan dimedia lain, baik cetak maupun elektronik.
2. Naskah diketik dengan huruf *Times New Romans*, ukuran 12, dengan spasi 1,5, menggunakan kertas A4, margin atas, kiri, kanan dan bawah 2.54 cm, dengan maksimum 20 halaman, dan diserahkan secara *online* melalui laman (<http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/KAN>) pada bagian *submission*, dan terlebih dahulu penulis melakukan registrasi sebagai penulis (*author*). Pada saat diserahkan, file dalam format *pdf*.
3. Nama penulis artikel dicantumkan tanpa gelar akademik dan di tempatkan di bawah judul artikel. Nama penulis hendaknya dilengkapi dengan alamat lembaga tempat penelitian serta alamat korespondensi. Bila naskah ditulis oleh tim, maka penyunting hanya berhubungan dengan penulis utama.
4. Artikel ditulis dalam bahasa Indonesia dengan format esai, disertakan judul masing-masing bagian artikel. Judul artikel dicetak dengan huruf kapital dengan posisi tengah atas dengan ukuran huruf 14 serta ditebalkan.
5. Sistematika artikel hasil telaah adalah: judul, nama penulis (tanpa gelar), identitas lembaga, alamat *e-mail*, abstrak (maksimum 250 kata), kata kunci, pendahuluan; pembahasan, simpulan, dan daftar pustaka.
6. Sistematika artikel hasil penelitian adalah: judul, nama penulis (tanpa gelar), abstrak (maksimum 250 kata), pendahuluan, metode penelitian, pembahasan, simpulan, dan daftar pustaka.
7. Sumber rujukan minimal terbitan sepuluh tahun terakhir. Rujukan yang diutamakan adalah sumber-sumber primer berupa laporan penelitian, atau artikel penelitian terbitan jurnal ilmiah.
8. Perujukan, pengutipan, tabel, dan gambar menggunakan ketentuan yang ada pada *template* penulisan artikel ilmiah pada Jurnal KANSASI.
9. Naskah diketik sesuai dengan tata bahasa baku bahasa Indonesia.
10. Setiap naskah ditelaah oleh penyunting ahli (*reviewer*) yang ditunjuk oleh penyunting sesuai dengan bidang kepakaran. Penulis artikel diberi kesempatan untuk merivisi naskah berdasarakan rekomendasi dari penyunting. Pemuatan atau penolakan naskah akan diberitahukan secara *online* melalui *e-mail*.
11. Penyuntingan naskah pra-terbit dikerjakan oleh penyunting (*editor*). Naskah pra-terbit dapat batal diterbitkan apabila diketahui bermasalah.
12. Segala sesuatu yang menyangkut perizinan atau penggunaan *software* computer untuk pembuatan naskah atau hal lain yang terkait dengan pelanggaran hak cipta yang dilakukan oleh penulis, serta konsekuensi hukum yang mungkin timbul karenanya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis.