

**MAKNA BAHASA IKLAN *HAND AND BODY LOTION* DI TELEVISI  
CHANNEL SCTV**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat-Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pendidikan (S.Pd.) pada  
Program Studi Bahasa Indonesia*

**OLEH:**

**NURHALIZAH**

**1502040257**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2019**



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. 061-6622400 Ext. 22, 23, 30

Website: <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**BERITA ACARA**

Ujian Mempertahankan Skripsi Sarjana Bagi Mahasiswa Program Strata 1  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara



Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari Jumat, Tanggal 11 Oktober 2019, pada pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, memperhatikan dan memutuskan bahwa:

Nama : Nurhalizah  
NPM : 1502040257  
Program Studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Skripsi : Makna Bahasa Iklan *Hand and Body Lotion* di Televisi Channel SCTV

Dengan diterimanya skripsi ini, sudah lulus dari ujian Komprehensif, berhak memakai gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd).

Ditetapkan : ( ) Lulus Yudisium  
( ) Lulus Bersyarat  
( ) Memperbaiki Skripsi  
( ) Tidak Lulus

PANITIA PELAKSANA

Ketua

  
Dr. H. Elfrianto Nasution, S.Pd, M.Pd.

Sekretaris

  
Dra. Hj. Svamsuyurnita, M.Pd.

ANGGOTA PENGUJI:

1. Dr. Charles Butar-Butar, M.Pd
2. Drs. Tepu Sitepu, M.Si
3. Eddy Rahayu, S.Pd, M.Hum

1. 

2. 

3. 

Unggul | Cerdas | Terpercaya



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238  
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini yang diajukan oleh mahasiswa di bawah ini :

Nama Lengkap : Nurhalizah

NPM : 1502040257

Program studi : Pendidikan Bahasa Indonesia

Judul Skripsi : Makna Bahasa Iklan *Hand and Body Lotion* di Televisi Channel  
SCTV

sudah layak disidangkan.

Medan, 19 September 2019

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing,

Enny Rahayu, S.Pd., M.Hum

Diketahui oleh:

Dekan,

Ketua Program Studi,



Dr. H. Elfrianto Nasution, S.Pd., M.Pd.

Dr. Mhd. Isman, M.Hum.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Ext. 22, 23, 30  
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: [fkip@umsu.ac.id](mailto:fkip@umsu.ac.id)

**SURAT PERNYATAAN**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Nurhalizah  
NPM : 1502040257  
Program studi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Judul Proposal : Makna Bahasa Iklan *Hand and Body Lotion* di Televisi *Channel SCTV*

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul diatas belum pernah diteliti di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Penelitian ini akan saya lakukan sendiri tanpa ada bantuan dari pihak manapun dengan kata lain penelitian ini tidak saya tempah (dibuat) oleh orang lain dan juga tergolong *Plagiat*.
3. Apabila point 1 dan 2 di atas saya langgar maka saya bersedia untuk dilakukan pembatalan terhadap penelitian tersebut dan saya bersedia mengulang kembali mengajukan judul penelitian yang baru dengan catatan mengulang seminar kembali

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 9 September 2019  
Hormat saya  
Yang membuat pernyataan,



Nurhalizah

Diketahui oleh  
Ketua Program Studi  
Pendidikan Bahasa Indonesia

Dr. Mhd. Isman, M.Hum.



## ABSTRAK

**NURHALIZAH. NPM. 1502040257. Makna Bahasa Iklan *Hand and Body Lotion* di Televisi Channel SCTV FKIP UMSU. Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Bahasa Indonesia. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. 2019.**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan masalah dalam penelitian ini adalah pemahaman makna bahasa yang terkandung di dalam iklan *hand and body lotion* di televisi ini serta pemakaian makna denotatif, konotatif, tuturan dan konteks yang ada di dalam iklan kecantikan tersebut, yang peneliti melakukan penelitiannya di Jl. Muchtar Basri No.3 Medan. Penelitian ini adalah penelitian Deskriptif Kualitatif ada empat poin yang diteliti yaitu, makna denotatif pada iklan, makna konotatif pada iklan, tuturan pada iklan, dan konteks pada iklan, penelitian ini merujuk kepada buku-buku sebagai referensi dari penelitian ini. Jadi makna secara Denotatif yang terdapat pada iklan marina yang terdapat di tabel nomor satu, ini menunjukkan bahwa menampilkan dua wanita yang sedang mengenakan baju berwarna putih dan dres warna ungu duduk sambil mengoleskan Marina UV White E Collagen Asta dibagian tangan dan kaki yang mempunyai sebuah teks “ Kulit Cerah, Bersinar dan Kulit Kenyal”. Makna Konotatif yang terkandung di dalamnya yaitu kesan wanita yang percaya pada dirinya tentang kecantikan kulitnya dikarenakan *hand and body lotion* yang digunakannya. Tuturan yang digunakan merupakan tuturan yang dapat mempengaruhi para penonton khalayak umum supaya tertarik dengan produk yang sedang digunakan tersebut, terkhusus untuk para wanita Indonesia. Mengenai Konteks yang ditampilkan pada iklan tersebut lebih relevan dengan apanyang sedang dipromosikan dalam produk tersebut. Secara Denotatif yang terdapat pada iklan Citra Natural White UV Bengkoang-*Homecoming* yaitu produk kecantikan dengan teks kata-kata pada iklan tersebut “Putih dan Bening alami”. Tuturan yang digunakan pada bahasa iklan tersebut merupakan memperlihatkan keunggulan yang ada pada produk yang sedang digunakan, agar penonton merasa tertarik untuk menggunakan *hand and body lotion* tersebut. Sedangkan Konteks mengenai iklan citra ini merupakan sebuah kecantikan ilustrasi juga keuntungan jika kita menggunakan produk ini maka akan terlihat indah semuanya bagi para penggunanya.

**Kata kunci : Denotatif, Konotatif, Tuturan, Konteks, dan Iklan Kecantikan**

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah puji syukur kita ucapkan kepada Allah SWT sang RabbulIzzati yang telah mengatur disetiap roda kehidupan, semoga hanya kepada-Nya kita menundukkan hati dengan mengokohkan keimanan kita dalam keridhoan-Nya serta semoga kita selalu dalam lindungan-Nya, Aamiin. Karena berkat Rahmat dan Nikmat Rahim-Nya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Makna Bahasa Iklan *Hand and Body Lotion* di Televisi Channel SCTV**” sebagai salah satu kewajiban bagi setiap mahasiswa/i untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah ikut andil dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membimbing penulis dari tahap persiapan maupun penyusunan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini maka dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada : Keluarga tercinta yang selalu memberikan kasih sayang yang tiada putus-putusnya. Ayahanda tersayang (**Badeso Bancin**) dan Ibunda tersayang (**Mahala**

**Solin** ) yang telah membesarkan, mendidik, memberikan materi dan menanamkan moral yang baik serta doa yang selalu diberikan kepada penulis sehingga selalu dalam lindungan Allah SWT di rantau orang dalam menuntut ilmu, tanpa pamrih sampai pada saat sekarang ini.

Abangda tersayang (**Halimin Bancin dan Dalil Bancin, S.Pd**) yang selalu memberikan motivasi serta materi sehingga membuat penulis selalu semangat. Kakanda tersayang (**Zubaidah Br. Bancin, Nur Halimah Br. Bancin, Kellek Br. Bancin, Gaiyah Br. Bancin, Alm. Pi'ah Br. Bancin, Nur Aini Br. Bancin, Nur Aisyah Br. Bancin, Erni Br. Bancin**) yang telah memberikan motivasi maupun materi serta mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Beserta Ibunda **Hj. Najmiati Said S.Pd** dan seluruh pihak yang terkait di dalamnya yang telah memberikan moral materi dan motivasi kepada penulis. Juga kepada seluruh pihak Civitas Akademika di UMSU :

1. Yang paling utama kepada **Allah SWT** dan Rasulullah **Muhammad SAW**.
2. **Dr. Agussani, M.AP.** Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. **Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum.** Selaku Wakil Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. **Dr. H. Elfrianto Nasution, S.Pd., M.Pd.** Selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. **Dra. Hj. Syamsuyurnita, M.Pd.** Selaku Wakil dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. **Dr. Muhammad Isman, M.Hum.** Selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. **Ibu Aisyiyah Aztry, S.Pd., M.Pd.** Selaku Sekretaris Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. **Ibu Enny Rahayu, S.Pd., M.Hum.** Selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu, membimbing, serta memberikan dukungan kepada penulis.
9. **Dr. Charles Butar-Butar, M.Pd.** Selaku Dosen Pembimbing Akademik Kelas Penulis Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. **Seluruh Bapak/Ibu Dosen** Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
11. **Para Pegawai/Staf Biro** Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
12. Para sahabat **Ani Nursaadah Hsb, Risday Happy Taqwanda, Sri Mariati Hsb, Suci Atmasari Sipahutar, Nurul Sakinar Siregar** dan **Tini Sitorus** yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta sahabat kos **Fitri Yanti**.
13. Teman-teman seperjuangan mulai dari semester awal sampai akhir masih setia dengan keluarga kita di **Kelas C Sore** Stambuk 2015 yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang ada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program studi Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

14. Dan seluruh sahabat **Mahasiswa/i Bidikmisi Stambuk 2015** yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya yang ada di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Akhirnya penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Medan, September 2019

Penulis

**NURHALIZAH**  
**1502040257**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Pembatasan Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORETIS</b> .....	<b>9</b>
A. Kerangka Teoretis .....	9
1. Pengertian Bahasa.....	9
2. Pengertian Makna .....	14
3. Aspek Makna.....	15
4. Pengertian Makna Bahasa .....	20
5. Analisis Teori Roland Barthes.....	24
6. Pengertian Makna Denotatif dan Konotatif.....	28
7. Pengertian Iklan .....	31

B. Kerangka Konseptual .....	33
C. Pernyataan Peneliti.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Lokasi Waktu Penelitian .....	36
B. Sumber Penelitian dan Data Penelitian .....	37
C. Metode Penelitian .....	38
D. Variabel Penelitian.....	38
E. Instrumen Penelitian .....	39
F. Teknik Analisis Data .....	40
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL .....</b>	<b>41</b>
A. Deskripsi Data Penelitian .....	41
B. Analisis Data Penelitian .....	44
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>46</b>
A. Kesimpulan.....	46
B. Saran.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>48</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian .....	36
Tabel 3.2 Pedoman Dokuemtasi Data .....	40
Tabel 4.1 Data Analisis Iklan Marina .....	41
Tabel 4.2 Data Analisis Iklan Citra .....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 From K1 .....	50
Lampiran 2 From K2 .....	51
Lampiran 3 From K3 .....	52
Lampiran 4 Berita Acara Bimbingan Proposal .....	53
Lampiran 5 Lembar Pengesahan Proposal.....	54
Lampiran 6 Surat Permohonan Seminar Proposal .....	55
Lampiran 7 Lembar Pengesahan Hasil Seminar Proposal.....	56
Lampiran 8 Surat Keterangan Menyelesaikan Seminar.....	57
Lampiran 9 Surat Pernyataan Tidak Plagiat .....	58
Lampiran 10 Surat Permohonan Izin Riset .....	59
Lampiran 11 Surat Balasan Riset .....	60
Lampiran 12 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	61
Lampiran 13 Surat Permohonan Ujian Skripsi .....	62
Lampiran 14 Pernyataan Permohonan Ujian Skripsi .....	63
Lampiran 15 Surat Pengesahan Skripsi .....	64
Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup .....	65

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nurhalizah  
NPM : 1502040257  
Tempat/Tanggal Lahir : Bulu Ara, 13 Juli 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Anak ke : Sebelas dari sebelas bersaudara  
Alamat : Jl. Gunung Krakatau Gg. Berkat I No. 9A  
Jurusan : Pendidikan Bahasa Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu  
Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

### Nama Orang Tua

Ayah : Badeso Bancin  
Ibu : Mahala Solin  
Alamat : Jl. 22 KM Rimo-Subulussalam Bulu Ara, Kecamatan Suro Kabupaten  
Aceh Singkil

### Jenjang Pendidikan

- SD Negeri Bulu Ara Kecamatan Suro Kabupaten Aceh Singkil Tamatan Tahun 2009
- SMP Muhammadiyah Gunung Lagan Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh  
Tamatan Tahun Singkil 2012
- MA. Muhammadiyah Tulaan Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil  
Tamatan Tahun 2015
- Kuliah di Jl. Muchtar Basri No.3 Medan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia  
Stambuk 2015.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bahasa adalah sebuah sistem sebagaimana sistem yang lain, bahasa terdiri atas unsur-unsur yang tersusun secara teratur. Bahasa bukanlah sejumlah unsur yang terkumpul secara acak atau secara tak beraturan. Unsur-unsur bahasa diatur seperti pola-pola yang berulang, sehingga kalau salah satu unsur saja tidak muncul, keseluruhan unsur itu dapat diramalkan (diduga) kehadirannya. Sebagai contoh bila kita menemukan kalimat *Bibi mem ... dua buah....*

Dengan segar kita dapat meramalkan apa isi titik-titik sesudah *mem-* dan sesudah *buah*. Dengan kata lain, dalam bahasa terdapat satuan-satuan yang berkombinasi dengan aturan-aturan yang dapat diramalkan atau dapat dikatakan lebih jauh bahwa bahasa itu sistematis. Di samping itu, dapat pula dinyatakan bahwa bahasa terdiri dari subsistem-subsistem. Artinya bahasa bukanlah sistem tunggal. Bahasa terdiri dari tiga subsistem yaitu subsistem fonologi, subsistem gramatikal, dan subsistem leksikal. Jenjang subsistem ini dalam linguistik dikenal dengan nama tataran linguistik atau tataran bahasa. Apabila diurutkan dari tataran terendah sampai tataran tertinggi., dalam hal ini menyangkut ketiga subsistem bahasa di atas, yaitu tataran fonem, morfem, frase, klausa, kalimat, dan wacana. Tataran fonem masuk dalam bidang kajian fonologi; tataran morfem dan kata masuk ke dalam bidang kajian morfologi; tataran frase, klausa, kalimat, dan wacana yang merupakan tataran tertinggi, dikaji dalam analisis wacana dan dalam kalimat sintaksis. Dalam morfologi, kata menjadi satuan terbesar, sedangkan

dalam sintaksis menjadi satuan terkecil. Dalam kajian morfologi, kata dikaji struktur dan proses pembentukannya, sedangkan dalam sintaksis dikaji sebagai unsur pembentuk satuan sintaksis yang lebih besar.

Kemampuan berbahasa merupakan kemampuan yang dimiliki manusia dan membedakan manusia dengan makhluk Tuhan lainnya. Bahasa memungkinkan manusia untuk menyampaikan informasi dan meruskan informasi tersebut dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui ungkapan secara tertulis. Bahasa juga dapat mempengaruhi arah perilaku manusia. Kemampuan bahasa, pikiran, perasaan, dan penalaran seseorang dapat dirangsang dan dilatih agar fungsi bahasa dapat dirasakan lebih efektif lagi. Meskipun hubungan bahasa dan budaya sangat berkaitan, namun pengajaran bahasa sering dipisahkan dari pengajaran budaya (*cultur*), bahkan ada yang menganggap bahwa bahasa tidak ada hubungannya dengan budaya. Memang diakui, budaya penting untuk dipahami oleh pembelajar bahasa, namun pengajaran sering terpisah dari pengajaran bahasa. Padahal, bahasa bersifat unik dan mempunyai hubungan yang sangat erat dengan budaya masyarakat pemakainya. Bahasa merupakan produk budaya dan sekaligus wadah penyampai kebudayaan bangsa Indonesia. Bahasa dan budaya memang tidak dipisahkan karena memang mempunyai hubungan yang sangat berkaitan erat. Bahasa Indonesia yang sekarang berstatus sebagai bahasa Persatuan dan bahasa Negara ini secara historis berasal dari bahasa Melayu. Bagaimana jadinya jika manusia tidak mempunyai bahasa ? Pertanyaan tersebut tentu akan memberikan jawaban yang beragam. Yang jelas tidak mungkin manusia hidup tanpa menggunakan bahasa karena pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial. Manusia merupakan makhluk yang berinteraksi dan bersosialisasi dengan manusia

lainnya. Bahasa merupakan sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan maksud, ide, pikiran, maupun perasaanya kepada orang lain. Dengan bahasa kita bisa berinteraksi dengan mudah dengan orang orang lain. Sebaliknya, tanpa bahasa tentu akan menyulitkan seseorang untuk menyampaikan apa yang menjadi keinginan maupun harapannya. Jadi, penting bagi seseorang untuk menguasai dan terus meningkatkan kemampuannya berbahasanya.

Berdasarkan jumlah penuturnya, sebenarnya bahasa Jawalah yang paling banyak, yaitu sekitar 50% dari seluruh penutur bahasa daerah di kepulauan Nusantara ini (menurut Soeparno, dalam Tim Dosen, 2014:1-2). Namun, mengapa bukan bahasa Jawa yan dipakai sebagai dasar pembentukan bahasa Indonesia ? Jawabnya ialah, karena penutur bahasa Jawa hanya terkonsentrasi di pulau Jawa saja. Berbeda halnya dengan bahasa Melayu. Walaupun jumlah penutur bahasa Melayu tidak sebanyak penutur bahasa Jawa, namun tersebar pemakaiannyasampai keseluruhan pelosok Nusantara, terutama di daerah pantai yang berdekatan dengan kota pelabuhan/bandar. Dengan dipilihnya bahasa Melayu sebagai dasar pembentukan bahasa Indonesia, maka upaya untuk menasioanalkan bahasa Melayu tersebut menjadi lebih praktis dan lebih mudah.

Semantik adalah ilmu yang mengkaji makna, dalam hal ini makna bahasa. Akan tetapi, kita belum memberikan arti ‘makna’ dan belum menyepakati ‘apa itu makna’ dalam teori semantik. Walaupun demikian, kita dapat membaca tulisan ini tanpa mengetahui ‘apa itu makna’. Inilah ciri khas bahasa yang dapat berbicara tentang dirinya sendiri dan dapat digunakan untuk dirinya sendiri. Dengan kata lain, bahasa dapat digunakan untuk berbicara tentang bahasa atau dirinya sendiri dan tentang semua hal di luar bahasa itu. Dalam kehidupan sehari-hari, kata

‘makna’ digunakan dalam berbagai bidang atau konteks pemakaian. Apa sebenarnya yang dimaksud dengan ‘makna’ . Dalam bahasa Indonesia pengertian ‘makna’ sering disejajarkan dengan ‘arti’, ‘gagasan’, ‘konsep’, ‘pesan’, ‘informasi’, ‘maksud’, ‘isi’, atau ‘pikiran’. Dari sekian banyak pengertian itu, ‘art’ yang paling dekat pengertiannya dengan ‘makna’. Meskipun demikian, hal ini tidak berarti bahwa keduanya bersinonim mutlak karena ‘arti’ adalah kata yang telah mencakup makna dan ‘pengertian’ (Menurut Kridalaksana, dalam Charles,2016:39).

Kajian makna bahasa seperti halnya kajian ilmu lainnya tidak dapat dilepaskan dari adanya imbas (dorongan) pemikiran filosofis. Oleh karena itu, kajian makna bahasa dilakukan berdasarkan pandangan-pandangan filosofinya. Yang dimaksud dengan pandangan atau landasan filosofis adalah pemikiran-pemikiran filosofis yang berkaitan dengan ilmu bahasa (linguistik) yang mengkaji hakikat hubungan antara bahasa alamiah berikut komponennya (makna dan bunyi) dengan dunia luar dan pikiran pemakai bahasa. Kajian seperti ini dalam filsafat dikenal dengan istilah filsafat linguistic (philosophy of linguistics) yang merupakan cabang filsafat. Sebagai suatu filsafat, pemikiran filosofis memuaskan perhatian pada kajian tentang hakikatnya realitas bahasa dan kaitannya dengan entitas-entitas (perwujudan) yang berada di dunia luar dan pikiran manusia sebagai pemakai dan pengembang bahasa.

Pada hakikatnya iklan adalah pesan atau berita yang bertujuan untuk memberitahukan kepada masyarakatnya luas dan khalayak ramai tentang produk dan atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan dan siap untuk dipindahkan hak kepemilikannya melalui proses jual-beli. Jadi, iklan mempunyai sifat

“mendorong” dan “membujuk” agar kita mengingat, menyukai, memilih dan kemudian membelinya. Pengingat iklan menurut (Kriyantono, Jurnal Asteria, 2016:115), iklan adalah sebagai bentuk komunikasi nonpersonal yang menjual pesan-pesan persuasif dari sponsor yang jelas untuk mempengaruhi orang untuk membeli produk dengan membayar sejumlah biaya untuk media. Dalam hal ini Iklan ialah salah satu dari bentuk tayangan yang kerap kali digunakan untuk media massa dalam mempengaruhi khalak penonton. Penggunaan iklan ini merupakan kepentingan pihak pengusaha dalam memanfaatkan media massa sebagai sarana promosi atau sosialisasi terhadap suatu produk tertentu (Bungin, Jurnal Asteria, 2016:113). Iklan ini mengandung permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti adalah tentang makna yang mengandung denotatif dan konotatif pada penelitian sebelumnya dengan judul jurnal Citra Pigura dalam Iklan Citra *Hand and Body Lotion* Versi “Gadis Berbaju Pink” di Televisi oleh Asteria Arlitta dalam eJournal Ilmu Komunikasi, 2016, 4 (2): 112-126. Televisi adalah sesuatu media telekomunikasi populer yang dipakai untuk memancarkan dan menerima siaran gambar bergerak, baik itu yang monokrom (hitam-putih) ataupun warna, umumnya dilengkapi dengan suara. Televisi juga bisa diartikan jadi kotak televisi atau pancaran televisi. Kata Televisi adalah panduan dari kata tele (jauh) dan visio (penglihatan) menurut Bahasa Yunani dari bahasa latin.

Dari penelitian di atas peneliti tertarik untuk meneliti makna bahasa dengan judul Makna Bahasa Iklan *Hand and Body Lotion* di Televisi *Channel SCTV*.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah yang akan diteliti di dalam Makna Bahasa Iklan *Hand and Body Lotion* di Televisi *Channel* SCTV Teori Roland Barthes yaitu :

1. Singifier adalah Penanda
2. Signified adalah Petanda
3. Denotatif Sign adalah Tanda Denotatif
4. Connotative Signifier adalah Penanda Konotatif
- 5 Connottaive Signified adalah Petanda Konotatif
- 6 Connotative Sign adalah Tanda Konotatif

## **C. Batasan Masalah**

Sering terdapat banyak makna denotatif dan konotatif pada iklan-iklan tersebut, maka dari itu peneliti meneliti makna bahasa menggunakan teori dari Roland Barthes. Pembatasan masalah ini sangat diperlukan dalam suatu penelitian supaya peneliti mencapai sasaran tepat sesuai dengan yang diharapkan. Maka peneliti membuat pembatasan masalah untuk menghindari terjadinya kesimpangsiuran yaitu hanya akan meneliti tentang makna tanda konotatif dan tanda makna denotatif.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penelitian ini memfokuskan pada masalah tanda makna denotatif dan tanda makna konotatif yang terdapat pada iklan *Hand And Body lotion* citra di Televisi *channel* SCTV.

#### **D. Rumusan Masalah**

Dalam perumusan masalah peneliti membuat rumusan spesifikasi terhadap apa yang akan diteliti. Setelah peneliti menentukan batasan masalah yang telah diambil, maka rumusan masalah yang peneliti gunakan adalah:

1. Bagaimana tanda makna denotatif pada iklan *Hand And Body Lotion* di Televisi *channel* SCTV tersebut ?
2. Bagaimana tanda makna konotatif pada iklan *Hand And Body Lotion* di Televisi *channel* SCTV tersebut ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Dalam tujuan penelitian ini merupakan hal yang sangat penting bagi seorang peeneliti untuk mencapai suatu sasaran yang akan diteliti tersebut. Setelah peneliti menentukan masalah yang di ambil dari judul Makna Bahasa Iklan *Hand And Body Lotioan* di Televisi *channel* SCTV, maka adapun tujuan dari peneliti ini adalah:

1. Untuk mengetahui adakah makna bahasa denotatif yang terdapat pada iklan *Hand And Body Lotion* di Televisi *channel* SCTV.
2. Untuk mengetahui adakah makna bahasa konotatif yang terdapat pada iklan *Hand And Body Lotion* di Televisi *channel* SCTV.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis dan teoretis adapun manfaat yang diharapkan yaitu.

1. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan masukan dan pengetahuan bagi guru bidang studi Bahasa Indonesia, dalam mengkaji makna bahasa.
- b. Sebagai bahan perbandingan bagi mahasiswa atau penelitian lainnya, khususnya dalam meneliti masalah yang sama pada analisis makna bahasa gaya bahasa pada iklan yang berbeda.
- c. Bagi pembaca diharapkan sebagai bahan masukan dan pengetahuan dalam memperkaya wawasan dalam bidang bahasa khususnya lebih mengenali dan mengetahui makna bahasa pada iklan *hand and body lotion* di televisi *channel* SCTV.

## 2. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pembelajaran terhadap penguasaan dalam menganalisis makna-makna yang terdapat pada iklan yang ada di media ataupun di televisi terutama mengenai makna denotatif dan makna konotatif dengan baik

## BAB II

### LANDASAN TEORETIS

#### A. Kerangka Teoretis

Landasan teoritis merupakan faktor pendukung dari suatu penelitian karena didalam landasan teoritis akan diuraikan teori-teori yang berhubungan dengan variabel yang diteliti, untuk memperoleh teori haruslah berpedoman pada ilmu pengetahuan dengan cara harus banyak belajar dan banyak membaca dikarenakan seluruh kegiatan ini menggunakan proses berpikir .

##### 1. Pengertian Bahasa

Bahasa adalah sebagai lambang sudah sering kita dengar dalam kehidupan sehari-hari. Seperti dalam hal bendera negara kita, Sang Saka Merah Putih, sering dikatakan bahasa bahwa warna merah adalah lambang keberanian dan warna putih adalah lambang kesucian. Atau gambar rantai pada Garuda Pancasila yang merupakan lambang persatuan; serta gambar banteng sebagai lambang asas kedaulatan rakyat. Kata lambang sering disamakan dengan kata simbol dengan pengertian yang sama. Lambang dengan berbagai seluk beluknya termasuk dalam bidang yang disebut ilmu semiotika atau semiologi, yaitu ilmu yang mempelajari tanda-tanda yang ada dalam kehidupan manusia, termasuk bahasa. Dalam semiotika atau semiologi dibedakan adanya beberapa jenis tanda, yaitu tanda (*sign*) lambang (*simbol*), sinyal (*signal*), gejala (*symptom*), gerak isyarat (*gesture*), kode, indeks, dan ikon.

Perlu dibedakan antara apa yang dimaksud dengan lambang dan tanda. Tanda, selain dipakai sebagai istilah umum, adalah sesuatu yang dapat menandai atau

mewakili ide, pikiran, perasaan, benda, atau tindakan. Misalnya, kalau di kejauhan tampak ada asap mendung gelap dan tebal, maka itu merupakan tanda akan turun hujan. Tanda bisa jugamenandai bekas kejadian. Kalau kita melihat rumput di perkarangan basah, itu menjadi tanda telah turun hujan.

Lambang atau simbol tidak bersifat langsung dan alamiah. Lambang menandai sesuatu yang lain secara konvensional, tidak secara alamiah dan langsung. Misalnya, kalau di mulut gang atau jalan di Jakarta ada bendera kuning maka kita akan tahu di daerah itu atau di jalan itu ada orang meninggal. Menapa ? Karena secara konvensional bendera kuning dijadikan tanda adanya kematian. Untuk memahami lambang lambang ini tidak ada jalan lain selain harus mempelajarinya. Orang yang belum mengenal lambang itu, tidak akan tahu apa-apa mengenai arti lambang itu. Pada segi lain mungkin barang yan sama dipakai untuk menandai atau melambangkan kematian, ternyata dipakai juga menjadi lambnag kepresidenan. Karena itu lambang sering disebut bersifat arbitrer (tidak ada hubungan wajib), sebaliknya, *tanda seperti mendung, yang sudah dibicarakan di atas, tidak bersifat arbitrer.*

Dalam kehidupannya, manusia memang selalu menggunakan lambang atau simbol. Hampir tidak ada kegiatan yang tidak terlepas dari simbol termasuk alat komunikasi verbal yang disebut bahasa. Satuan-satuan bahasa, misalnya kata, adalah simbol atau lambang. Lambnag-lambang bahasa diwujudkan dalam bentuk bunyi, yang berupa satuan-satuan bahasa seperti kata atau gabungan kata.

Mengapa kata, sebagai satuan bahasa, disebut lambang bahasa yang berwujud ?

Bunyi [kuda] dengan rujukannya seekor binatang berkaki empat yang baisesa ditunggangi, tidak ada hubungannya sama sekali, dan tidak ada ciri alamiahnya

sedikit pun. Agar menjadi lebih jelas apa yang dimaksud dengan lambang itu, marilah kita bicarakan tanda-tanda lain yang menjadi objek kajian semiotika, sebagai bahan perbandingan. Tanda-tanda adalah sinyal, gerak isyarat (*gesture*), gejala, kode, indeks, dan ikon. Yang dimaksud dengan sinyal atau isyarat adalah tanda yang disengaja, yang dibuat agar si penerima melakukan sesuatu. Jadi, sinyal ini dapat bermakna perintah. Misalnya letusan pistol dalam lomba lari. Letusan pistol merupakan sinyal atau isyarat bagi para pelari untuk melakukan tindakan: lari.

Gerak isyarat atau *gesture* adalah tanda yang dilakukan dengan gerakan anggota badan gerak badan. Gerak isyarat ini mungkin merupakan tanda; mungkin juga merupakan simbol. Contohnya, seorang manusia menganggukkan kepala untuk menyatakan persetujuan atau penolakan (ada budaya an menyatakan persetujuan dengan mengangguk tetapi ada juga yang menyatakan penolakan dengan mengangguk). Itu adalah simbol karena sifatnya yang arbitrer.

Gejala atau *symptom* adalah suatu tandayang tidak disengaja, yang dihasilkan tanpa maksud, untuk menunjuk bahwa sesuatu akan terjadi. Gejala tidak menunjukkan sesuatu yang sudah atau sedang terjadi, tetapi yang akan terjadi. Gejala sebenarnya agak mirip dengan tanda hanya saja gejala itu agak terbatas, sebab tidak semua oran bisa menjelaskan artinya atau apa yang akan terjadi nanti, sedangkan tanda itu berlaku umum.

Ikon adalah yang paling mudah dipahami karena kemiripannya dengan sesuatu yang diwakili. Karena itu, ikon sering juga disebut gambar dan wujud yang diwakili. Misalnya, denah jalan, gambar bangunan, tiruan benda atau alam, baik dengan bahan kertas, batu, logam, dan sebagainya.

Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya sesuatu yang lain, misalnya tulisan “jalan ke puri” yang merupakan petunjuk arah ke goa. Tanda terakhir yang kita bicarakan adalah kode. Ciri kode sebagai tanda adalah adanya sistem, baik yang berupa simbol, sinyal, maupun gerak isyarat yang dapat mewakili pikiran, perasaan, ide, bnda, dan tindakan yang disepakati untuk maksud tertentu. Bahasa rahasia yang digunakan oleh sekelompok petugas keamanan dalam melaksanakan tugasnya tentunya mempunyai sistem. Oleh karena itu, bahasa rahasia itu bisa juga disebut sebagai kode (kode dalam alih kode dan campur kode).

Adapun ciri atau sifat hakiki dari bahasa yaitu :

### **1.1. Bahasa adalah Bunyi.**

Secara teknis, menurut Kridalaksana bunyi adalah kesan pada saraf sebagai akibat dan etaran gendang telinga yang bereaksi karena perubahan-perubahan dalam tekanan udara. Bunyi ini bisa bersumber antara lain pada alat suara pada manusia.

### **1.2. Bahasa itu Bermakna**

Sudah dijelaskan bahwa bahasa itu adalah sistem lambang yang berwujud bunyi. Sebuah lambang tentu melambangkan sesuatu, yaitu suatu pengertian, suatu konsep, suatu ide, atau pikiran. Dapat dikatakan bahwa bahasa itu mempunyai makna.

### **1.3. Bahasa itu Arbitrer**

Yang dimaksud dengan istilah arbitrer adalah tidak adanya hubungan wajib antara lambang bahasa (yang berwujud bunyi itu) dengan konsep atau pengertian yang terkandung dalam lambang tersebut.

### **1.4. Bahasa itu Konvensional**

Penggunaan suatu lambang untuk suatu konsep tertentu bersifat konvensional. Artinya semua anggota masyarakat bahasa itu mematuhi konvensi bahwa lambang tertentu digunakan untuk mewakili konsep yang diwakilinya.

### **1.5. Bahasa itu Produktif**

Bahasa itu dikatakan produktif, maksudnya meskipun unsur-unsur bahasa itu terbatas, namun dapat dibuat satuan-satuan bahasa yang jumlahnya tidak terbatas, meski secara relatif, sesuai dengan sistem yang berlaku dalam bahasa

### **1.6. Bahasa itu Unik**

Unik artinya mempunyai ciri khas yang spesifik dan tidak dimiliki oleh bahasa yang lain. Lalu, kalau bahasa dikatakan bersifat unik, maka artinya setiap bahasa mempunyai ciri khas masing-masing.

### **1.7. Bahasa itu Universal**

Selain bersifat unik, yakni mempunyai sifat atau ciri masing-masing, bahasa juga bersifat universal. Artinya, ada ciri-ciri yang sama yang dimiliki oleh setiap bahasa yang ada di dunia ini.

### **1.8. Bahasa itu bervariasi**

Setiap bahasa digunakan oleh sekelompok orang yang termasuk dalam suatu masyarakat bahasa. Anggota masyarakat suatu bahasa biasanya terdiri dari berbagai orang dengan berbagai status sosial dan berbagai latar belakang budaya yang tidak sama.

### **1.9. Bahasa itu Identitas suatu Kelompok Sosial**

Di antara ciri-ciri budaya yang ada, bahasa adalah ciri pembeda yang paling menonjol, karena lewat bahasa tiap kelompok sosial merasa dirinya sebagai kesatuan yang berbeda dari kelompok lain.

## 2. Pengertian Makna

Semantik adalah ilmu yang mengkaji makna, dalam hal ini makna bahasa. Akan tetapi, kita belum memberikan arti ‘makna’ dan belum menyepakati ‘apa itu makna’ dalam teori semantik. Walaupun demikian, kita dapat membaca tulisan ini tanpa mengetahui ‘apa itu makna’. Inilah ciri khas bahasa yang dapat berbicara tentang dirinya sendiri dan dapat digunakan untuk dirinya sendiri. Dengan kata lain, bahasa dapat digunakan untuk berbicara tentang bahasa atau dirinya sendiri dan tentang semua hal di luar bahasa itu.

Dalam kehidupan sehari-hari, kata ‘makna’ digunakan dalam berbagai bidang atau konteks pemakaian. Apa sebenarnya yang dimaksud dengan ‘makna’ .Dalam bahasa Indonesia pengertian ‘makna’ sering disejajarkan dengan ‘arti’, ‘gagasan’, ‘konsep’, ‘pesan’, ‘informasi’, ‘maksud’, ‘isi’, atau ‘pikiran’. Dari sekian banyak pengertian itu, ‘arti’ yang paling dekat pengertiannya dengan ‘makna’. Meskipun demikian, hal ini tidak berarti bahwa keduanya bersinonim mutlak karena ‘arti’ adalah kata yang telah mencakup makna dan ‘pengertian’ (Kridalaksana, dalam Charles,2016:39). Secara umum pemakaian bahasa Indonesia lebih sering menggunakan kata ‘arti’ daripada ‘makna’. Misalnya, penutur bahasa Indonesia sering berkalimat sebagai berikut.

1. Apa ‘arti’ kata ‘Sulih’ ?
2. Saya tidak bisa menangkap ‘arti’ kedipan mata laki-laki itu.
3. Pidato Presiden Soeharto mempunyai ‘arti’ tertentu bagi rakyat Indonesia.
4. Hal ini ‘berarti’ bahwa kita harus senantiasa waspada terhadap wabah penyakit itu.

5. Kebaikan yang saya berikan ini tidak ‘berarti’ apa-apa dibandingkan dengan kebaikan yang telah Bapak berikan kepada saya.

Kata arti dalam kalimat (1), (2), dan (3) masih dapat disubstitusi (diganti) dengan kata ‘makna’, sedangkan kata berarti dalam kalimat (4) dan (5) tidak dapat digantikan dengan kata ‘bermakna’.

### **3. Aspek Makna**

Aspek makna dapat dibedakan atas :

1. Pengertian atau sense;

Aspek makna ‘pengertian’ atau ‘sense’ sama dengan tema. Aspek ini melibatkan ide atau pesan yang dimaksud. Pada saat berbicara kita menggunakan kata-kata atau kalimat-kalimat yang mendukung ide atau pesan yang kita maksudkan. Sebaliknya, pada saat mendengarkan pembicaraan kawan bicara, kita mendengar kata-kata atau kalimat-kalimat yang menandung ide atau pesan seperti yang dimaksudkan oleh kawan bicara kita. Pengertian dapat dicapai jika ada kesamaan bahasa antara pembicara (penutur) dan kawan bicara (penanggap tutur). Misalnya, kalau kita akan memberitahukan keadaan cuaca melalui tuturan berikut.

1. Hari ini cerah.
2. Hari ini panas.
3. Hari ini gerah.

Yang pertama-tama harus ada adalah pendengaran memiliki pengertian satuan-satuan bahasa ‘hari’, ‘ini’, ‘cerah’, ‘panas’, dan ‘gerah’. Kalau pendengar memiliki kesamaan pengertian tentang satuan-satuan bahasa itu, pendengar akan memahami apa yang kita maksudkan. Informasi atau apa yang kita ceritakan

tersebut memiliki persoalan inti yang biasa disebut tema. Tema merupakan gagasan pokok atau subject-matter yang dikemukakan oleh pembicara atau penulis. Kita memahami tema suatu pembicaraan karena kita memahami kata-kata yang melambangkan tema yang dimaksud. Dengan kata lain, pengertian atau tema berhubungan dengan apa yang kita akan katakan. Agar lebih jelas, perhatikan contoh lain yang tersaji di bawah ini.

Singa termasuk ke dalam anggota keluarga kucing besar. Kerabatnya yang paling dekat harimau, leopard, dan jaguar. Umumnya anggota keluarga kucing hidup sendiri dan bersembunyi, tetapi singa hidup dalam kelompok. Dalam kelompok yang besar dapat dijumpai lebih dari 30 ekor singa. Kelompok singa menyerupai keluarga manusia, tetapi campuran anggota dewasaanya berbeda. Anggota utama dari kelompok singa adalah sejumlah singa betina yang hubungan keluarga beserta anak-anaknya. (Sindoro, dalam Charles, 2016:45).

Bagaimana kita dapat menentukan tema paragraf di atas ? Tema paragraf di atas dapat ditentukan dengan cara menganalisis satuan-satuannya bahasa yang membentuk paragraf tersebut. Kita tahu bahwa sebuah paragraf tersebut. Kita tahu bahwa sebuah paragraf dibangun oleh sejumlah kalimat yang saling berhubungan. Oleh karena itu, penentuan tema paragraf tersebut dapat dilakukan jika kita mampu mengkaji dan memahami makna setiap kalimat yang membentuknya. Jika syaratnya bisa dipenuhi, barulah kita dapat menyatakan bahwa tema paragraf di atas adalah 'cara hidup singa'.

## 2. Perasaan atau feeling;

Aspek makna perasaan atau feeling berhubungan dengan sikap pembicara dan situasi pembicaraan. Kalimat " Dasar Bangsat!" bisa muncul atau keluar pada saat

kita marah pada seseorang yang memang pantas untuk disebut bangsat. Kalimat ini muncul dari pengalaman kita tentang orang tersebut, misalnya perilakunya tidak baik (mengambil barang tanpa izin). Oleh karena itu, ia memperoleh hadiah berupa makian dalam bentuk kalimat “Dasar Bangsat!”

Dalam kehidupan sehari-hari kita senantiasa berhubungan dengan rasa dan perasaan. Kita sering merasa sedih, gembira atau bahagia, marah atau jengkel, kecewa, atau putus asa. Untuk menggambarkan hal-hal yang berhubungan dengan aspek perasaan itu, kita menggunakan kata-kata yang sesuai. Misalnya, kita tak mungkin mengatakan;

1. Turut bergembira;
2. Ikut berbahagia;

Dalam situasi gembira atau bahagia. Ungkapan itu akan sesuai jika dinyatakan dalam situasi atau suasana sedih, seperti sedih karena tertimpa musibah (kecelakaan, kematian, atau kecopetan).

3. Nada atau tone;

Nada atau tone adalah sikap pembicara kepada lawan atau kawan bicara. Dalam karya sastra nada berkaitan dengan sikap penyair atau penulis terhadap pembaca. Aspek makna nada ini menuntut pembicara (penyair atau penulis) untuk memilih kata-kata yang sesuai dengan keadaan kawan atau lawan bicara dan dengan pembicara sendiri.

Aspek nada lebih banyak dinyatakan dalam bentuk berhubungan antara pembicara atau penulis dengan pendengar atau penulis dengan pendengar atau pembaca. Misalnya, apakah pembicara (penulis) telah mengenal pendengar (pembaca); apakah pendengar (pembaca) mempunyai latar belakang sosial da

ekonomi yang sama dengan pembicara (penulis), atau apakah pendengar (pembaca) berasal dari daerah yang sama dengan pembicara (penulis). Oleh karena itu, kaitan atau hubungan antara pembicara atau penulis dengan sipendengar atau pembaca dan akan menentukan sikap yang akan tergambar atau tercermin dipenggunaan satuan-satuan bahasa, baik kata maupun kalimat . Misalnya, jika kita berbicara dengan guru , kita akan memilih kata-kata yang sopan atau halus.

Aspek nada berkaitan dengan aspek perasaan. Sikap kita pada saat marah berbeda dengan pada saat kita tidak marah. Begitu pula sikap kita pada saat bahagia berbeda dengan pada saat sedih. Pada saat marah atau jengkel nada suara kita akan meninggi, pada saat punya keinginan nada suara kita akan mengiba.

#### 4. Maksud atau intention (Pateda,1986 dalam Charles:44).

Maksud atau Tujuan merupakan hal yang mendorong pembicara atau penulis untuk mengungkapkan satuan-satuan bahasa. Maksud dan tujuan penulis untuk mengungkapkan satuan-satuan bahasa, baik kata maupun kalimat , dan di balik tema yang diungkapkan. Misalnya, di balik ungkapan “Dasar Pemalas!” tersirat maksud atau tujuan agar lawan bicara mengubah tingkah laku yang tidak diinginkan tersebut.

Maksud dan tujuan pengungkapan satuan-satuan bahasa itu memiliki sifat yang bermacam-macam antara lain:

1.Deklaratif —————> Pemeliharaan kesehatan dapat menunjang program pemerintah di dalam memelihara lingkungan dan meningkatkan taraf hidup bangsa.

2.Persuasif —————> Dengan pola makanempat sehat lima sempurna, kesehatan masyarakat di tiap kampung akan terjamin.

3.Imperatif —————→ Halaman-halaman rumah di tiap-tiap tempat ditanami apotek hidup.

4.Naratif —————→ Manusia hidup panjang umur dengan memelihara kesehatan dan memperhatikan sikap pemerintah dalam meningkatkan taraf hidup sehat.

5.Politis —————→ Rakyat sehat, Negara kuat.

6.Paedagogis —————→ (Pendidikan) Mendidik hidup sehat supaya Negara kuat.

Keenam sifat pengungkapan itu melibatkan lima fungsi bahasa dalam kegiatan komunikasi, yaitu informasional, ekspresif, direktif, fatik, dan estetis (Leech, dalam Charles:50).

Dalam pemikiran sehari-hari, kata makna digunakan dalam berbagai bidang maupun konteks pembicaraan. Apakah pengertian khusus kata makna tersebut serta perbedaannya dengan ide, misalnya, tidak begitu diperhatikan. Sebab itu, sudah sewajarnya bila makna juga disejajarkan pengertiannya dengan arti. Berbagai pengertian itu begitu saja disejajarkan dengan kata makna karena keberadaannya memang tidak pernah dikenali secara cermat dan dipilahkan secara tepat. Kata makna sebagian istilah mengacu pada pengertian yang sangat luas. Sebab itu, tidak mengherankan bila Ogden dan Richard dalam bukunya, *The Meaning of Meaning* (1972:186-187), mendaftar enam belas rumusan pengertian makna yang berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya. Adapun batasannya adalah makna sebagai hubungan antara bahasa dengan dunia luar yang telah disepakati bersama oleh pemakai bahasa sehingga dapat saling dimengerti (cf. Grice, 1957 dalam Rahmat,2014:246) dari jurnal eJurnal Ilmu Komunikasi,

2014,2 (1): 243-258 dengan judul Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik Lagu “Laskar Pelangi” Karya Nidji.

Dari gagasan batasan pengertian tersebut itu dapat diketahui adanya tiga unsur produk yang tercakup didalamnya, yakni makna adalah hubungan antara pemakai, perwujudan makna itu dapat digunakan untuk menyampaikan informasi sehingga dapat saling mengerti.

Bagaimana hubungan antara makna dan dunia luar ? Dalam hal ini terdapat tiga pandangan filosofis yang berbeda-beda antara yang satu dengan yang lain. Ketiga pandangan itu adalah 1). Realisme 2). Nominalisme 3). Konseptualisme. Realisme beranggapan bahwa terdapat wujud dunia luar, manusia selalu memiliki jalan pikiran tertentu. Sebab itu, pemaknaan antara “makna kata” dengan “wujud yang dimaknai” selalu memiliki hubungan yang hakiki (Fiske, dalam Rahmat,2014:246) dari jurnal eJurnal Ilmu Komunikasi, 2014,2 (1): 243-258 dengan judul Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik Lagu “Laskar Pelangi” Karya Nidji.

#### **4. Pengertian Makna Bahasa**

Makna adalah pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada sebuah tanda linguistik. Kalau tanda linguistik itu disamakan identitasnya dengan kata atau leksem, maka berarti makna adalah pengertian atau konsep yang dimiliki oleh setiap kata atau leksem.

Dalam penggunaannya, makna kata atau leksem itu acapkali lepas dari konsep atau pengertian dasarnya ataupun acuannya. Misalnya, kata buaya dalam kalimat (10 di bawah ini yang terlepas dari acuannya.

- (1) Dasar *buaya*, ibunya sendiri ditipunya.

Oleh karena itu, banyak pakar yang mengatakan bahwa untuk menentukan makna sebuah kata harus ada di dalam kalimatnya. Selanjutnya, para ahli pakarmengatakan pula bahwa makna kalimat baru ditentukan apabila kalimat itu berada di dalam bentuk wacana (situasinya). Sebagai penutur bahasa Indonesia, Anda tentu memahami makna kalimat (2) berikut.

(2) Sudah hampir pukul dua belas !

Makna kalimat (2) akan berarti ‘pengusiran’ secara halus, jika dituturkan oleh Ibu Asrama putri kepada seseorang pemuda yang sedang berkunjung, padahal waktu telah menunjukkan pukul 00:00. Pada kalimat (2) jua mungkin bermakna ‘pemberitahuan segera shalat dzuhur’, ketika dituturkan oleh Ustadz disebuah pesantren kepada santrinya. Selain itu, kalimat (2) juga bisa bermakna ‘sebentar lagi jam istirahat, makan siang’, jika dituturkan oleh seorang pegawai kepada rekan kerjanya. Kajian makna yang dihubungkan dengan konteks yang melatarinya merupakan pelengkap kajian semantik., yan dinamakan kajian pragmatik. Oleh karena itu, kajian semantik dan kajian pragmatik bersifat komplementer.

Kata makna sebagai istilah mengacu pada pengertian yang sangat luas. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika Ogden dan Richards dalam bukunya *The Meaning or Meaning* mendaftari enam belas rumusan pengertian makna yang berbeda-beda. Dalam buku ajar ini, makna dibatasi sebagai hubungan antara bahasa dengan dunia luar yang telah disepakati bersama oleh para pemakai bahasa sehingga dapat saling dimengerti. Dari batasan ini dapat diketahui tia unsur pokok, yaitu (1) makna adalah hasil hubungan antara bahasa dengan dunia luar, (2) penentuan hubungan terjadi karena kesepakatan para pemakai, dan (3)

perwujudan makna itu dapat digunakan untuk menyampaikan informasi sehingga dapat saling mengerti.

Pandangan bahwa antara makna kata dengan wujud yang dimaknai memiliki hubungan yang hakiki, akhirnya menimbulkan klasifikasi makna kata yang dibedakan anatar konkret, abstrak, tunggal, jamak, khusus dan universal. Penentuan bentuk hubungan itu ternyata tidak selamanya mudah. Sehubungan denan ini, Alston menyebut adanya tiga pendekatan dalam teori makna, yakni referensial, ideasional, dan behavioral. Dalam kesadaran manusia untuk menunjuk dunia luar. Menurut pendekatan ideasional, makna adalah gambaran gagasan dari suatu bentuk kebahasaan yang bersifat sewenang-wenang, tetapi memiliki konvensi sehingga dapat saling mengerti. Sementara itu, pendekatan behavioral mengemukakan keberatan pada kajian makna kedua pendekatan tersebut yang mengabaikan konteks sosial dan situasional yang oleh kaum behavioral dianggap berperan penting dalam menentukan makna.

Orang awam melihat makna kata dari kamus yang sebenarnya adalah makna leksikal atau keterangan dari leksen itu. Dalam kehidupan sehari-hari, makna suatu kata tidak hanya makna leksikal yang dimiliki tetapi menjangkau makna yang lebih luas. Kenyataan menunjukkan bahwasanya banyak kata dengan beragam makna bila dikaitkan dengan kata lainnya. Hal tersebut mengakibatkan suatu kata A bila dikaitkan dengan kata B misalnya, akan memiliki jenis hubungan yang berbeda bila A dihubungkan dengan C.

Perhatikan contoh berikut.

(3) Tolong ambilkan amplop!

(4) Beri saja dia amplop.

Kata amplop pada (3) dan (4) dianggap sebagai kata A sedangkan unsur yang bergabung dapat dianggap B dan C. Pada (3) amplop bermakna pembungkus surat, sedangkan pada (4) bermakna uang suap. Jadi, pada hakikatnya, makna muncul sebagai akibat hubungan antarunsur, di samping makna leksikal. Oleh karena itu, maka di dalam semantik dikaji secara menyeluruh, mulai dari makna leksikal, yakni makna yang muncul akibat bentukan kata atau kalimat. Selain itu, dikaji pula makna yang lepas dari makna tersebut dikaji dalam bab berikutnya.

Dari ketiga pendekatan makna tersebut dari hal ini dapat disimpulkan bahwa pendekatan pertama mengaitkan dengan masalah nilai serta proses berpikir manusia dalam memahami realitas lewat bahasa secara benar, pendekatan kedua mengaitkan makna dengan kegiatan menyusun dan menyampaikan gagasan lewat bahasa, dan pendekatan ketiga menghubungkan makna dengan fakta dalam pemakaian bahasa dalam suatu konteks yang social-situasional. Ketiga pendekatan tersebut lebih menyerupai rangkaian, karena Harman menyebutnya dengan istilah *three levels of meaning*.

Makna sebagai penghubung bahasa dengan dunia luar sesuai dengan kesepakatan para pemakainya sehingga dapat saling mengerti. Djajasudarma, dalam Sumarti (2017:15). Menuliskan bahwa makna memiliki tiga keberadaannya, yaitu (1) pada tingkat pertama, makna menjadi isi dari suatu bentuk kebahasaan, (2) pada tingkat kedua, makna menjadi isi dari suatu kebahasaan, dan (3) pada tingkat ketiga, makna menjadi isi komunikasi yang mampu membuahkan informasi tertentu. Pada tingkat pertama dan kedua dilihat dari segi hubungannya dengan penutur, sedangkan yang ketiga lebih ditekankan pada makna di dalam komunikasi.

## 5. Analisis Roland Barthes

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama; eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra. Menurut Bertens dalam (Sobur,2009:63) menyebutnya sebagai tokoh yang memainkan peranan sentral dalam strukturalisme tahun 1960-an dan 70-an. Ia berpendapat bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Ia menajukan pandangan ini dalam *Writing Degree Zero*. Barthes lahir 1915 dari keluarga kelas menengah Protestan di Cherbourg dan dibesarkan di bayonne, kota kecil dekat pantai Atlantik di sebelah barat daya Prancis. Ayahnya, seorang perwira angkatan laut, meninggal dalam sebuah pertempuran di Laut Utara sebelum usia Barthes genap mencapai satu tahun. Sepeninggal ayahnya, ia kemudian diasuh oleh ibu, kakek dan neneknya.

Tokoh naratologi poststruktural Prancis yang lain adalah Roland Barthes, lahir di Perancis (1915). Barthes dikenal sebagai semiolog yang sangat aktif dalam memanfaatkan teori struktural Saussurean sekitar tahun 1960-an sejajar dengan Levi-Strauss, Michel Foucault, dan Jacques Lacan. Pada akhirnya Barthes mengakui bahwa proses pemakaian tidak terbatas pada bahasa tetapi meliputi seluruh kehidupan ini, tetapi tetap atas dasar konsep-konsep linguistik, sebagaimana dilakukannya dalam analisis berbagai gejala masyarakat dalam bukunya yang berjudul *Mythologies*. Dalam kaitannya dengan teks, Barthes, dalam Nyoman, 2004:260). Juga tidak membedakan antara teks sastra, filsafat, dan agama. Karyanya yang dikenal adalah *S/Z* (1970), analisis terhadap novel

pendek karya Balzac yang berjudul *Sarrasine*. Secara khas Barthes membagi novel menjadi satuan-satuan bacaan, yang disebut leksia, dan harus dipahami melalui sistem kode. Leksia mungkin terdiri atas satu kata, beberapa kata, kalimat, alinea, atau beberapa alinea. Dalam *S/Z* Barthes (Selden, dalam Nyoman, 2004:260). Menawarkan lima kode sistem yang memungkinkan untuk memahami teks, yaitu : a) kode hermeneutik, b) kode *semes* (semantik), c) kode simbolik, d) kode *proairetic* (aksi), dan e) kode kultural. Kode pertama berhubungan dengan penafsiran dimana teka-teki dan kebingungan harus dipecahkan, dalam rangka memperoleh kebenaran. Kode kedua berhubungan dengan hakikat konotasi yang diakaitkan dengan peristiwa dan tokoh-tokoh. Kode ketiga berhubungan dengan polarisasi dan antitesis, dalam rangka menemukan multivalensi, bahkan perlawanan. Kode keempat berhubungan dengan aksi naratif yang dapat terjadi dalam beragam sekuen. Kode kelima berhubungan dengan semua referensi yang dihasilkan oleh masyarakat.

Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peranan pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sebagai sistem pemaknaan tataran ke-dua, yang dibangun di atas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sastra merupakan contoh paling jelas sistem pemaknaan tataran ke-dua yang dibangun di atas bahasa sebagai sistem yang pertama. Sistem ke-dua ini oleh Barthes disebut dengan *konotatif*, yang di dalam *Mythologies*-nya secara tegas ia bedakan dari *denotatif* atau sistem pemaknaan tataran pertama. Melanjutkan studi Hjelmslev,

Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja Menurut Cobley dan Jansz dalam (Sobur, 2009:69).

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)	
3. Denotatif Sign (Tanda Denotatif)		
4. Connotative signifier (Penanda Konotatif)		5. Connotative Signified (Petanda Konotatif)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)		

Gambar 1. Peta Tanda Roland Barthes

Dari peta Barthes dia atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika anda mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti hara diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin menurut Cobley dan Jansz dalam Sobur 2009:69.

Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif. Secara leboh rinci, linguistik pada dasarnya membedakan tingkat

ekspresi (E) dan tingkat isi (C) yang keduanya dihubungkan oleh sebuah relasi (R). Kesatuan dari tingkat-tingkat dan relasinya ini membentuk sebuah sistem (ERC). Sistem demikian ini dapat didalam dirinya sendiri menjadi unsur sederhana dari sebuah sistem kedua yang akibatnya memperluasnya. Mengacu pada Hjelmslev, Barthes sependapat bahwa bahasa dapat dipilih menjadi dua sudut artikulasi demikian pendapat Barthes menurut Kurniawan dalam Sobur 2009:70.

1. Konotasi (Metabahasa)
2. Denotasi (Objek Bahasa)

Pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dimengeti oleh Barthes. Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang “sesungguhnya”, bahkan kadang kala juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Proses signifikasi yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Akan tetapi, di dalam semiologi Roland Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna dan, dengan demikian, sensor atau represi politis. Sebagai reaksi yang paling ekstremmelawan keharfiahan denotasi yang bersifat operatif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya. Baginya, yang ada hanyalah konotasi semata-mata. Penolakan ini mungkin terasa berlebihan, namun ia tetap berguna sebagai sebuah koreksi atas kepercayaan

bahwa makna “harfiah” merupakan sesuatu yang bersifat alamiah menurut Budiman dalam Sobur 2009:71.

Barthes mengembangkan dua sistem penandaan bertingkat, yang disebutnya sistem denotasi dan konotasi. Sistem denotasi adalah sistem pertandaan tingkat pertama, yang terdiri dari rantai penanda dan petanda, yakni hubungan materialitas penanda atau konsep abstrak dibaliknya. Pada sistem konotasi atau sistem penandaan tingkat kedua rantai/petanda pada sistem denotasi menjadi penanda, dan seterusnya berkaitan dengan petanda yang lain pada rantai pertandaan lebih tinggi. Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai “mitos”, dan berfungsi untuk mengungkap dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

## **6. Pengertian Makna Denotatif dan Konotatif**

Makna konotatif (*connotative meaning*) muncul sebagai akibat asosiasi perasaan kita terhadap kata yang kita ucapkan atau kita dengar. Makna konotasi adalah makna yang digunakan untuk menacu bentuk atau makna lain yang terdapat di luar makna leksikalnya. Dalam pembentukan makna konotasi, makna leksikal suatu kata hanya dipakai sebagai dasar acuan makna yang lain. (Zgusta, dalam Charles, 2016:108, dalam Mansoer Pateda, dalam Charles, 2016:108) berpendapat bahwa makna konotatif adalah makna semua komponene pada leksem ditambah beberapa nilai mendasar yang biasanya berfungsi designative atau aspek makna sebuah kata atau sekelompok kata yang diucapkan atas perasaan atau

pikiran yang timbul atau yang ditimbulkan pada pembicara atau penulis dan pendengar atau pembaca (Kridaklasana, dalam Charles, 2016:108).

Perhatikan kalimat berikut ini!

- a. Berilah ia *amplop* agar urusanmu cepat selesai
- b. Saya membeli *amplop* di warung

Kata *amplop* pada kalimat (a) memiliki makna konotatif berbeda dengan kalimat (b). Pada kalimat (a) kata *amplop* bermakna konotatif uang yang disikan dalam amplop atau yang biasa disebut uang semir, uang *sogo*, *uang pelicin*, *uang pelancar*. Pada kalimat (b) *amplop* tidak sebagaimana adanya, tetapi mengandung makna yang lain, yang kadang-kadang masih berhubungan dengan sifat, rasa benda, atau peristiwa yang kita maksudkan. Berbeda dengan kalimat (b) kata *amplop* tidak menandung makna lain. Dengan kata lain, makna konotatif bergeser dari makna konseptual kata yang dibicarakan.

Contoh lain kata *menggarapa* pada kalimat ‘petani menggarap tanahnya’ adalah hal wajar. Demikian juga, kata *menggarap* pada kalimat ‘Anggota DPR sedang mrnggarap rancangan Undang-Undang Hak Cipta’. Meskipun makna konseptual kata *menggarap* pada kedua kalimat itu berbeda, tetapi penggunaan kata *menggarap* masih tetap dalam keadaan yang wajar. Hal ini akan berbeda jika kita menatakan ‘pemuda brandal ini ditangkap ketika sedang menggarap seorang anak gadis’. Kata *menggarap* pada kalimat tersebut makna konotatif berbeda dengan kedua kalimat sebelumnya.

Makna konotatif sebuah kata dapat berbeda dari satu kelompok masyarakat yang satu dengan kelompok masyarakat yang lain, sesuai dengan pandangan hidup dan norma-norma penilaian kelompok masyarakat tersebut. Kata *babi* di

daerah yang penduduknya mayoritas Islam memiliki konotasi negatif, sedangkan di daerah yan penduduknya mayoritas bukan Islam seperti di Pulau Bali atau di peadalaman Irian Jaya kata *babi* tidak berkonotasi negatif, tetapi dalam masyarakat intlek Indonesia dianggap berkonotasi negatif. Kata *tele* dalam kalimat ‘Uraian itu membosankan sebab bertele-tele’ bagi oran Gorontalo berkonotasi negatif.

Dalam kehidupan bermasyarakat sudah menjadi sifat manusia untuk selalu memperhalus pemakaian bahasa. Karena itu, diusahakan membentuk kata atau istilah baru untuk mengganti kata atau istilah yang dianggap berkonotasi negatif. Maka dalam bahasa Indonesia muncullah kata tunanetra untuk mengganti kata buta; kata tunawicara untuk mengganti kata bisu; kata tunawisma untuk mengganti kata gelandangan; kata pramuniaga untuk mengganti frase pelayan toko; kata prawisma untuk mengganti frase pembantu rumah tangga; tunaakasara untuk mengganti buta huruf; mantan untuk mengganti bekas atau eks.

Makna kata *wanita dan perempuan* mengacu kepada referan yang acuannya di luar bahasa, yakni orang yang berjenis kelamin feminim. Keseluruhan komponen makna yang dimiliki oleh sebuah kata disebut *denotata*. Oleh karenanya, makna yang demikian disebut makna denotatif. Walaupun wanita dan perempuan memiliki makna denotatif yang sama, tetapi masing-masing mempunyai nilai emotif yang berbeda. Nilai emotif disini menyangkut *halus* dan *kasar*. Nilai emotif yang terdapat pada suatu bentuk bahasa yang disebut *konotasi*. Oleh karena itu, *wanita* dan *perempuan* dikatakan memiliki makna konotatif yang berbeda.

Kata wanita memiliki nuansa makna halus, sedangkan perempuan memiliki nuansa makna yang lebih kasar (Wijana, dalam Sumarti, 2017:41). Contoh lain adalah *suami* dan *laki*, *bini* dan *istri*, *babu* dan *pramuwisma*. perlu diingat, adanya nilai rasa atau nuansa makna yang halus atau kasar ini tidak bersifat mutlak sama pada setiap penutur. Penutur A bisa beranggapan bahwa wanita lebih halus, sedangkan perempuan lebih kasar, sebaliknya penutur B dapat beranggapan bahwa *perempuan* yang lebih halus dibandingkan dengan *wanita*. Ini mungkin terjadi karena adanya persepsi yang berbeda diantara penutur berdasarkan latar belakang pengetahuan dan budayanya masing-masing.

## **7. Pengertian Iklan**

Pada hakikatnya iklan adalah pesan atau berita yang bertujuan untuk memberitahukan kepada masyarakatnya luas dan khalayak ramai tentang produk dan atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan dan siap untuk dipindahkan hak kepemilikannya melalui proses jual-beli. Jadi, iklan mempunyai sifat “mendorong” dan “membujuk” agar kita mengingat, menyukai, memilih dan kemudian membelinya. Pengertian iklan menurut (Kriyantono, dalam Jurnal Asteria, 2016:115), iklan adalah sebagai bentuk komunikasi nonpersonal yang menjual pesan-pesan persuasif dari sponsor yang jelas untuk mempengaruhi orang untuk membeli produk dengan membayar sejumlah biaya untuk media. Iklan merupakan salah satu bentuk tayangan yang sering digunakan oleh media massa dalam mempengaruhi khalak penonton. Dalam penggunaan iklan ini merupakan untuk sebuah kepentingan pihak dan pengusaha di dalam pemanfaatan media massa sebagai sebuah sarana dalam untuk mempromosikan sebuah produk atau

barang serta untuk bersosialisasi terhadap suatu mitra yang mengeluarkan produk tertentu (Bungin, Jurnal Asteria, 2016:113). Iklan ini mengandung permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti adalah tentang makna yang mengandung denotatif dan konotatif pada penelitian sebelumnya dengan judul jurnal Citra Pigura dalam Iklan Citra *Hand and Body Lotion* Versi “Gadis Berbaju Pink” di Televisi oleh Asteria Arlitta dalam eJournal Ilmu Komunikasi, 2016, 4 (2): 112-126. Televisi adalah sesuatu media telekomunikasi populer yang dipakai untuk memancarkan dan menerima siaran gambar bergerak, baik itu yang monokrom (hitam-putih) ataupun warna, umumnya dilengkapi dengan suara. Televisi juga bisa diartikan jadi kotak televisi atau pancaran televisi. Kata Televisi adalah panduan dari kata tele (jauh) dan visio (penglihatan) menurut Bahasa Yunani dari bahasa latin. Menurut WIKIPEDIA SCTV (singkatan dari Surya Citra Televisi) ini adalah salah satu stasiun televisi swasta nasional di Indonesia. SCTV merupakan stasiun televisi swasta kedua di Indonesia setelah RCTI. SCTV lahir pada tanggal 24 Agustus 1990 sebagai stasiun televisi lokal di Surabaya yang berpusat di Jl. Darmo Permai, Surabaya, Jawa Timur. Meski tanggal itu ditetapkan sebagai tanggal lahir SCTV, tetapi baru tanggal 01 Januari 1993, SCTV mendapatkan izin sebagai stasiun televisi nasional di Jakarta, tetapi studio SCTV tetap berada di Surabaya. Awalnya, mayoritas saham SCTV dimiliki oleh Bimantara Media, dengan melakukan merger bersama PT Cipta Aneka Selaras.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa makna dapat memberikan arti yang berbeda-beda dari masing-masing apa yang diucapkan dari media yang digunakan dan kita dapat melihat banyak arti dari makna denotatif dan konotatif yang memiliki arti sesuai dengan situasi dan kondisi.

## B. Kerangka Konseptual

Pada kerangka konseptual ini merupakan suatu bentuk kerangka berpikir yang disajikan dalam konsep-konsep dasar yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam menyelesaikan masalah. Dan biasanya kerangka penelitian ini dengan menggunakan pendekatan ilmiah serta memperlihatkan antar hubungan variabel dalam menganalisisnya.

Pada hakikatnya iklan adalah pesan atau berita yang bertujuan untuk memberitahukan kepada masyarakatnya luas dan khalayak ramai tentang produk dan atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan dan siap untuk dipindahkan hak kepemilikannya melalui proses jual-beli. Jadi, iklan mempunyai sifat “mendorong” dan “membujuk” agar kita mengingat, menyukai, memilih dan kemudian membelinya. Pengertian iklan menurut (Kriyantono, dalam Jurnal Asteria, 2016:115), iklan adalah sebagai bentuk komunikasi nonpersonal yang menjual pesan-pesan persuasif dari sponsor yang jelas untuk mempengaruhi orang untuk membeli produk dengan membayar sejumlah biaya untuk media. Iklan adalah sebuah sarana untuk menayangkan suatu produk maupun dalam bentuk jasa tertentu yang merupakan sebuah tayangan yang sering digunakan di dalam media massa dalam memengaruhi khalak pemirsa atau yang menontonnya. Dalam penggunaan iklan ini adalah kepentingan pihak pengusaha dalam memanfaatkan media massa sebagai sarana promosi atau sosialisasi terhadap suatu produk tertentu (Bungin, dalam Jurnal Asteria, 2016:113). Iklan ini mengandung permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti adalah tentang makna yang mengandung denotatif dan konotatif pada penelitian sebelumnya dengan judul jurnal Citra Pigura dalam Iklan Citra *Hand and Body Lotion* Versi “Gadis Berbaju

Pink” di Televisi oleh Asteria Arlitta dalam eJournal Ilmu Komunikasi, 2016, 4 (2): 112-126. Televisi adalah sesuatu media telekomunikasi populer yang dipakai untuk memancarkan dan menerima siaran gambar bergerak, baik itu yang monokrom (hitam-putih) ataupun warna, umumnya dilengkapi dengan suara. Televisi juga bisa diartikan jadi kotak televisi atau pancaran televisi. Kata Televisi adalah panduan dari kata tele (jauh) dan visio (penglihatan) menurut Bahasa Yunani dari bahasa latin. Menurut WIKIPEDIA SCTV (singkatan dari Surya Citra Televisi) ini adalah salah satu stasiun televisi swasta nasional di Indonesia. SCTV merupakan stasiun televisi swasta kedua di Indonesia setelah RCTI. SCTV lahir pada tanggal 24 Agustus 1990 sebagai stasiun televisi lokal di Surabaya yang berpusat di Jl. Darmo Permai, Surabaya, Jawa Timur. Meski tanggal itu ditetapkan sebagai tanggal lahir SCTV, tetapi baru tanggal 01 Januari 1993, SCTV mendapatkan izin sebagai stasiun televisi nasional di Jakarta, tetapi studio SCTV tetap berada di Surabaya. Awalnya, mayoritas saham SCTV dimiliki oleh Bimantara Media, dengan melakukan merger bersama PT Cipta Aneka Selaras.

Hakikat makna bahasa adalah pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada sebuah tanda linguistik. Kalau tanda linguistik itu disamakan identitasnya dengan kata atau leksem, maka berarti makna adalah pengertian atau konsep yang dimiliki oleh setiap kata atau leksem. Dalam penggunaannya, makna kata atau leksem itu acapkali lepas dari konsep atau pengertian dasarnya ataupun acuannya.

Dari kerangka teoritis di atas dapat dikatakan makna bahasa adalah sebuah sistem sebagaimana sistem yang lain, bahasa terdiri atas unsur-unsur yang tersusun secara teratur. Bahasa bukanlah sejumlah unsur yang terkumpul secara

acak atau secara tak beraturan. Unsur-unsur bahasa diatur seperti pola-pola yang berulang, sehingga kalau salah satu unsur saja tidak muncul, keseluruhan unsur itu dapat diramalkan (diduga) kehadirannya.

### **C. Pernyataan Peneliti**

Perumusan pernyataan penelitian ini sebagai ganti hipotesis pernyataan penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan kerangka teoritis, kerangka konseptual, dan rumusan permasalahan, maka pernyataan dari penelitian ini adanya makna denotatif dan konotatif pada makna bahasa iklan *Hand And Body Lotion* di Televisi Channel SCTV dengan menggunakan teori Roland Barthes.

**BAB III**  
**METODE PENELITIAN**

**A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

**1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian perpustakaan, karena tidak dibutuhkan lokasi khusus dalam melakukan penelitian ini. Penelitian ini direncanakan pada bulan Maret sampai bulan Agustus 2019. Untuk lebih jelasnya tentang rencana waktu dapat dilihat dari tabel berikut ini :

**Tabel 3.1**  
**Rencana Waktu Penelitian**

No	Keterangan	Bulan/Minggu																											
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Pengajuan Judul	■	■	■																									
2.	Penulisan Proposal			■	■	■	■	■																					
3.	Bimbingan Proposal								■	■	■	■	■																
4.	Perbaikan Proposal													■	■														
5.	Mengumpulka																												



Data penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder, data primer merupakan data yang didapat peneliti secara langsung, sedangkan data sekunder adalah data yang didapat dari sumber yang sudah ada sebelumnya.

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah sebagai penunjang untuk menguatkan berbagai data-data yang dianalisis dalam penelitian ini yang menggunakan buku-buku referensi dan jurnal yang relevan terhadap penelitian ini sebagai pendukung terkhusus mengenai makna bahasa iklan kecantikan pada televisi.

### **C. Metode Penelitian**

Metode penelitian dalam hal ini sangat memegang peranan yang penting, untuk membantu peneliti dalam pencapaian serta menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Dalam teori Sugiyono menyatakan (2011:3) Bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan penggunaan yang tertentu. Dalam sebuah penelitian tertentu ada tujuan yang hendak dicapai yaitu penelitian yang dilakukan berhasil. Agar penelitian yang dilakukan berhasil dengan baik, metode yang digunakan harus sesuai dengan yang dibahas. Metode yang dilakukan pada hal ini yang digunakan adalah secara analisis yaitu melalui metode deskriptif kualitatif terhadap iklan kecantikan di televisi *channel* SCTV.

### **D. Variabel Penelitian**

1. Penggunaan makna konotatif dan denotatif bahasa iklan kecantikan di televisi *channel* SCTV.

2. Kerelevanan makna yang digunakan bahasa iklan kecantikan di televisi *channel* SCTV.

#### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data-data informasi yang bermanfaat untuk jawaban sebuah permasalahan penelitian ini. Peneliti harus terlebih dahulu menonton iklan kecantikan tersebut di televisi *channel* SCTV selanjutnya memaknai makna bahasa yang diucapkan dalam iklan tersebut yang dianggap sebagai permasalahan penelitian, kemudian mencatat serta mendeskripsikan data informasinya.

Penelitian ini menggunakan iklan *hand and body lotion* di televisi *channel* SCTV dengan cara dokumentasi supaya peneliti dapat mengetahui kesalahan yang terjadi pada bahasa iklan di televisi *channel* SCTV dengan teori oleh Roland Barthes.

1. Makna tanda denotatif pada iklan *hand and body Lotion* di televisi *channel* SCTV.
2. makna tanda konotatif pada iklan *hand and body lotion* di televisi *channel* SCTV.

**Tabel penelitian :**

**Tabel 3.2**

**Pedoman Dokumentasi Analisis Makna Bahasa Iklan *Hand***

***And Body Lotion* di televisi channel SCTV**

No.	Data Penelitian	Makna Denotatif	Makna Konotatif
1.	Kalimat Denotatif		
2.	Kalimat Konotatif		
3.	Tuturan Iklan		
4.	Konteks Iklan		

**F. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan metode yang dilakukan secara realita yang utuh disusun yang secara sistematis dan data ini didapat dari hasil melihat atau menonton serta memaknai makna bahasa iklan yang ada di televisi dan didukung dari sumber buku-buku, jurnal, dan naskah yang relevan dengan jenis penelitian ini. Penelitian objek ini secara alamiah yaitu objek berkembang secara apa adanya yang tidak dimanipulasi oleh peneliti serta penelitian yang dilakukan peneliti ini tidak mempengaruhi kedudukan objek yang sesungguhnya maka peneliti mengumpulkan data-data yang terkait dengan Makna Bahasa Iklan *hand and body lotion* di televisi *channel* SCTV dengan menggunakan teori oleh Roland Barthes.

## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN HASIL

#### A. Deskripsi data penelitian

Berikut ini adalah deskripsi data penelitian yang berkaitan dengan makna denotatif, makna konotatif, konteks dan tuturan dalam iklan *hand and body lotion* di televisi *channel* SCTV dengan menggunakan teori Roland Barthes di bawah ini.

**Tabel 4.1**

**Deskripsi Data Penelitian Makna Bahasa Iklan *Hand and Body Lotion* di  
Televisi *Channel* SCTV**

**1. Iklan Marina durasi 0:30 detik**

No.	Data Penelitian	Makna Denotatif	Makna Konotatif
1.	Dua <u>wanita</u> yang sedang memakai hand and body lotion Marina UV White E Collagen Asta dibagian tangan dan kakinya.	ü	
2.	Rasa ketertarikan menggunakan produk marina dengan khasiat kulit <u>kenyal cerah bersinar.</u>		ü
3.	Nikmati tren baru <u>kulit kenyal</u> dari segala sisi <i>so bouncy</i> , baru marina UV White E Collagen Asta, kulit cerah		ü

	bersinar dengan Astaxantin antioksidan yang 6.000 X lebih efektif dari vitamin C diperkaya dengan butiran vitamin E dan Collagen kulit kenyal <i>So Bouncy</i> Marina UV White E Collagen Asta Merek Body Lotion No.1 Indonesia.		
4.	Dua <u>wanita</u> mengenakan baju putih dan ungu yang sedang duduk, dengan suasana yang nyaman serta duduk di tempat yang terbuka dengan memakai Marina UV White E Collagen Asta.	ü	

Tabel 4.2

**Deskripsi Data Penelitian Makna Bahasa Iklan *Hand and Body Lotion* di**

**Televisi Channel SCTV**

**2. Iklan Citra durasi 0:30 detik.**

Data Penelitian	Makna Denotatif	Makna Konotatif
Dua <u>wanita</u> Ibu dan Nenek yang sedang berbingung tentang kecerahan kulit anaknya yang baru pulang dari kota .	ü	
Wanita yang yakin kepada dirinya sendiri tentang <u>kecerahan kulitnya</u> . Dengan		ü

<p>menggunakan Citra Natural White UV Bengkoang-<i>Homecoming</i>.</p>		
<p>Ibu : Akhirnya Febi pulang.</p> <p>Nenek : Tinggal di kota pasti bikin kulitnya kusam, dia butuh ini (sambil menunjukkan sebuah produk kecantikan yaitu citra).</p> <p>Febi :Ibu, Nenek (sambil tersenyum dan berpelukan ketiganya)</p> <p>Nenek : waih (terheran melihat kulit cantik cucunya yang baru pulang dari kota)</p> <p>Ibu : Kok kulitmu <b>putih bening</b> alami ?</p> <p>Febi : Iya dong, kan kasih sayang dan lulur nenek nggak pernah ninggalin aku.</p> <p>Citra Natural White UV dengan bengkoang asli dan 5X vitamin C bekerja hingga ke dalam untuk kulit putih bening alami seperti sehabis lulur.</p> <p>Nenek : Ini pasti kemandirianmu dan mungkin dibalik ini ni (menunjukkan produk citra).</p> <p>Citra Natural White UV.</p>		ü
<p>Suasana di rumah Ibu yang sedang memakai baju warna hijau lengan panjang sambil melihat foto-foto yang cerah dibalik bingkai</p>	ü	

<p>yang berjejer di rumahnya. Serta Nenek yang duduk di kursi sambil memegang citra beserta luluran citra dengan kedatangan cucunya mengenakan baju berwarna kuning dengan lengan pendek serta membawa koper berwarna hitam denan suasana sejuk dan nyaman dikelilingi tumbuhan hijau-hijau yang menyegarkan. Dan <u><b>gambar memarut bengkoang</b></u> campuran citra tersebut.</p>		
---	--	--

## B. Analisis Data

### 1. Analisis Pada DataTabel 4.1 Iklan Marina Durasi 0:30 Detik.

Jadi makna secara **Denotatif** yang terdapat pada iklan Marina UV White E Collagen Asta Merek Body Lotion No.1 di Indonesia ini menunjukkan bahwa menampilkan dua wanita yang sedang mengenakan baju berwarna putih dan dres warna ungu duduk sambil mengoleskan Marina UV White E Collagen Asta dibagian tangan dan kaki yang mempunyai sebuah teks “ Kulit Cerah, Bersinar dan Kulit Kenyal”. Makna **Konotatif** yang terkandung di dalamnya yaitu kesan wanita yang percaya pada dirinya tentang kecantikan kulitnya dikarenakan *hand and body lotion* yang digunakannya. **Tuturan** yang digunakan merupakan tuturan yang dapat mempengaruhi para penonton khalayak umum supaya tertarik dengan produk yang sedang digunakan tersebut, terkhusus untuk para wanita Indonesia. Mengenai **Konteks** yang ditampilkan pada iklan tersebut lebih relevan dengan apayang sedang dipromosikan dalam produk tersebut.

## 2. Analisis Pada DataTabel 4.2 Iklan Citra Durasi 0:30 Detik.

Makna **Konotatif** yang terkandung di dalamnya yaitu kesan wanita yang tertarik dengan menggunakan produk citra yang berupa *hand and body lotion*.

Secara **Denotatif** yang terdapat pada iklan Citra Natural White UV Bengkoang-*Homecoming* yaitu produk kecantikan dengan teks kata-kata pada iklan tersebut “Putih dan Bening alami”. **Tuturan** yang digunakan pada bahasa iklan tersebut merupakan memperlihatkan keunggulan yang ada pada produk yang sedang digunakan, agar penonton merasa tertarik untuk menggunakan *hand and body lotion* tersebut. Sedangkan **Konteks** mengenai iklan citra ini merupakan sebuah penggambaran kecantikan juga keuntungan jika kita menggunakan produk ini maka akan terlihat indah semuanya bagi para penggunanya.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari pembahasan dan hasil penelitian dalam skripsi ini dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut :

#### A. Kesimpulan

Marina UV White E Collagen Asta *hand and body lotion* versi dua wanita yang mengenakan dres ungu dan berbaju putih lengan pendek ini sangat mencerminkan tentang kecantikan yang dipancarkan dari efek menggunakan produk ini. Sehingga dapat membuat ketertarikan terhadap wanita-wanita lain yang melihat ini untuk menggunakan produk Marina UV White E Collagen Asta *hand and body lotion* ini tersebut. Juga iklan yang terdapat pada iklan citra hand and body lotion versi gadis yang berbaju kuning yang bersama dengan Ibu dan Neneknya, yang dapat memengaruhi wanita-wanita Indonesia untuk menggunakan produk yang terdapat pada iklan Citra Natural White UV Bengkoang ini sehingga mereka akan berkeinginan untuk selalu membeli dan menggunakan produk tersebut.

Dalam iklan ini peneliti menemukan adanya sebuah eksploitasi tubuh wanita yang ada dalam media televisi ini memeperlihatkan beberapa bagian tubuh yang tertentu seperti tangan,pundak, bahu, paha, dan kaki ditambah dengan pakaian yang identik dengan pedek dan dengan model yang cantik, maka akan membuat tertarik untuk membeli produk-produk tersebut karena telah terpengaruhi. Dari hasil yang didapat dan pendeskripsian peneliti di atas, peneliti ini semata-mata menggunakan teori dari Roland Barthes yang membahas tentang tanda makna

denotatif, tanda makna konotatif, tuturan dan konteks yang terdapat pada iklan yang telah dianalisis tersebut.

## **B. Saran**

Setelah melakukan penelitian dan telah melihat dari hasil penelitian ini maka saran yang dapat peneliti berikan yaitu berkaitan dengan mengenai pakaian yang digunakan oleh model tersebut supaya tetap menjaga kesopanan dan jangan terlalu vulgar terhadap pakaiannya mengingat kondisi dan budaya kita di Indonesia yang identik dengan kesopanan supaya menghindari terjadi adanyacampuran budaya dari Barat yang dengan ketidaksengajaan. Dan agar lebih memperhatikan dalam penyiaran-penyiaran iklan ke media massa terkhusus televisi yang ditonton oleh khalayak umum yang ditonton dari berbagai kalangan usia yang berbeda-beda yaitu dari yang kecil sampai usia dewasa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arlitta, Asteria.2016. *Citra Pigura dalam Iklan Citra Hand And Body Lotion Versi “Gadis Berbaju Pink” di Televisi*. Ejournal Ilmu Komunikasi. Volume 4 Nomor 2.
- Ayudia, dkk.2016. *Analisis Kesalahan Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Laporan Hasil Observasi Pada Siswa SMP*. BASATRA Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya Volume 4 Nomor 1 April 2016.
- Butar-butur,Charles.2016. *Semantik*.Medan: PERDANA PUBLISHING (Kelompok Penerbit Perdana Mulya Sarana) Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).
- Chaer, Abdul.2002. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*.Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 2007. *Lingustik Umum*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Dosen, Tim. *Bahasa dan Teknik Penulisan Karya Ilmiah*.Medan
- Devianty, Rina. 2017. *Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan*.Jurnal Tarbiyah Volume 24 Nomor 2 Juli-Desember.
- Fregina, Agitha. 2013. *Analisis Semiotik Iklan A Mild Go Ahead Versi “Dorong Bangunan” di Televisi*. Journal “Acta Diurna “ Volume 1 Nomor 1.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Cetakan pertama. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Guntur, Henry. *Pengajaran Semantik*. Bandung: Angkasa Anggota IKAPI.
- Hidayat, Rahmat. 2014. *Analisis Semiotik Makna Motivasi Pada Lirik Lagu “Laskar Pelangi” Karya Nidji*. eJurnal Ilmu Komunikasi volume 2 nomor 1:243-258.
- Julita, Yoani. 2014. *Analisis Wacana Iklan Kosmetik di Media Televisi*.Pena Volume 4 Nomor 1 Juli.
- Kusuma,Nila, dkk. 2012. *Pengaruh Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand And Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT.Unilever Cabang Padang)*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Volume 3 Nomor 2 Mei.

Mohamad, Gio. 2018. *Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia dalam Proses Diskusi Siswa Sekolah Dasar. Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. Volume 18 Nomor 18 April.

Ratna, Nyoman Kutha. 2004. *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra*. Denpasar: Celeban Timur UH III/548 Yogyakarta 55167.

Sumarti. 2017. *Semantik Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Ruko Jambusari 7A.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sobur, Alex. 2016. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.