

ANALISIS MAKNA KATA IKLAN TOYOTA SIENTA, TOYOTA CAMRY DAN TOYOTA YARIS-L CHINA

中国 Sienta 广告、Camry 广告、Yaris-L 广告的词义分析

Tan, Sam Dian Tanawijaya
Universitas Kristen Petra, Surabaya-Indonesia
E-mail:m12416012@john.petra.ac.id

ABSTRAK

Penulisan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis makna kata dan juga penggunaan jenis makna kata yang dominan dalam ketiga buah Iklan Toyota, yaitu Iklan Toyota Sienta, Toyota Camry, dan Toyota Yaris-L. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menganalisis data-data dalam iklan. Penelitian ini menggunakan teori makna kata yang ditulis oleh Karsono (2014). Makna kata yang dijelaskan terbagi menjadi 3 jenis yaitu makna kata denotatif (词的概念意义 /理性意义), makna kata konotatif (词的色彩意义), dan makna kata tersirat (词的含蓄意义). Hasil penelitian yang penulis temukan, penggunaan makna kata yang paling dominan yaitu makna kata denotatif. Penulis juga menemukan bahwa ada satu kata yang bisa memiliki dua jenis makna kata, tergantung pada konteks yang ingin dibahas atau dijelaskan. Kesimpulan penelitiannya adalah ketiga buah iklan Toyota menonjolkan format penggunaan makna kata yang sama, yaitu menggunakan makna kata denotatif umum. Penggunaan makna kata denotatif memiliki karakteristik yang mudah dipahami dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Kata kunci : makna kata, denotatif, konotatif, tersirat, iklan Toyota

摘要

撰写研究目的是确定单词意义类型, 最常用词意义, 在 丰田 Sienta, Camry 和 Yaris-L 。这研究是定性研究, 通过用书/文献资料来分析广告中的数据。这项研究用 Karsono(2014)理论, 讨论了单词意义。所描述的单词意义分为三种类型, 词的概念意义, 词的色彩意义和词的含蓄意义。研究结果表明, 词义的最主要是词的概念意义。笔者还发现, 一个单词可以具有两种类型的单词意义。结论, 三个丰田广告用相同的单词意义具有相同的格式, 即用该单词的一般意义。象征意义的用具有在生活中易于理解和用的特征。

关键字: 词义, 词的概念意义, 词的色彩意义, 词的含蓄意义, 丰田广告

PENDAHULUAN

Berbagai macam iklan yang tayang, mayoritas menyajikan penggunaan kalimat yang jelas sehingga mudah dipahami oleh konsumen. Bahasa yang dipakai dalam sebuah iklan disajikan dalam berbagai jenis, misalnya: rap, lagu, dialog, dan lain-lain. Dalam meneliti bahasa iklan, sangat erat kaitannya dengan makna. Makna memberikan suatu gambaran bagi penonton iklan mengenai apa yang ditampilkan juga pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat iklan.

Karsono mengungkapkan bahwa makna kata bahasa Mandarin mengalami perkembangan yang signifikan, makna kata pada dasarnya memiliki makna awal. Mengikuti perkembangan zaman, beberapa kata sudah memiliki makna yang berbeda dari makna awal kata tersebut (Karsono, 2014). Jenis-jenis makna kata dalam bahasa Mandarin menurut Karsono pun terbagi menjadi tiga yaitu makna kata denotatif (词的概念意义/理性意义), makna kata konotatif (词的色彩意义), makna kata tersirat (词的含蓄意义).

Banyak penelitian mengenai makna kata dalam iklan, namun penelitian yang ada mayoritas adalah penelitian iklan bahasa Indonesia, bahasa Inggris dan bahasa Jerman. Ide untuk meneliti iklan dalam bahasa Mandarin muncul, menghubungkannya dengan teori makna kata dari bahasa Mandarin merupakan suatu hal yang sesuai. Tujuan penelitian ini adalah mengkategorikan jenis-jenis makna kata yang digunakan dalam ketiga iklan Toyota, dan menyajikan hasil data dari jenis makna kata yang paling ditonjolkan dalam ketiga iklan Toyota.

Rumusan masalah penelitian ini adalah: meneliti jenis makna kata yang digunakan dalam ketiga iklan tersebut, meneliti jenis makna kata yang ditonjolkan ketiga buah iklan tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Pembentukan Kata Dalam Bahasa Mandarin

Dalam pembelajaran bahasa Mandarin morfem yaitu satuan gramatikal terkecil yang mempunyai makna. Morfem tidak bisa dibagi kedalam bentuk bahasa yang lebih kecil lagi (Karsono, 2014). Sebuah kata bisa memiliki satu atau lebih morfem. Contoh kata dalam bahasa mandarin yang memiliki 1 buah morfem “走” yang memiliki arti “berjalan”, untuk contoh morfem yang memiliki lebih dari 1 buah morfem “面条” yang memiliki arti “bakmi”.

Makna Kata

Makna kata menurut Karsono dari segi sifat dapat dibedakan menjadi makna kosakata dan makna gramatika. Makna kosakata adalah makna yang menjelaskan secara objektif fenomena kejadian atau benda secara lebih konkrit. Makna Kata secara umum dikategorikan oleh Karsono terbagi menjadi 3 bagian yaitu makna kata denotatif (词的概念意义 / 理性意义), makna kata tersirat (词的含蓄意义), makna kata konotatif (词的色彩意义). Makna kata denotatif merupakan makna sesuatu yang memiliki ciri-ciri tertentu yang ada dalam otak manusia. Makna kata denotatif secara umum terbagi menjadi 2 yaitu umum dan khusus. Makna kata tersirat merupakan makna yang tidak diungkapkan secara terang-terangan, melainkan menggunakan makna yang lebih halus yang

diungkapkan oleh pembicara dalam menyampaikan pesan. Makna kata konotatif merupakan makna kata lain yang bukan makna kata denotatif berhubungan dengan makna komunikatif. Makna kata konotatif secara umum terbagi menjadi 3 yaitu makna perasaan (情感色彩意义), makna pencitraan (形象色彩意义), makna gaya bahasa (语体色彩意义). Makna gaya bahasa dalam makna kata konotatif meliputi 2 bagian yaitu tertulis, dan lisan. Penggunaan gaya bahasa lisan terbagi lagi menjadi 4 bagian yaitu gaya bahasa seni, politik, ilmu dan teknologi, urusan umum.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teori deskriptif kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif dalam bentuk tulisan/kata-kata dari subjek yang diamati (Fanani, 2011). Penelitian yang difokuskan kepada tulisan yang tertera dalam iklan mobil tersebut dan juga kata-kata yang diucapkan oleh aktor/aktris yang memerankan iklan tersebut. Data dikumpulkan dari transkrip dialog, kemudian data akan dibagi atau dipisahkan menjadi masing-masing kata dalam satu kalimat menggunakan teori kata dan morfem. Setelah memisahkan masing-masing kata tiap kalimat yang ada pada *script* iklan tersebut, masing-masing kata dianalisis dan dikategorikan jenis makna kata apa yang terkandung di dalamnya. Hasil penelitian yang sudah terkumpul dalam bentuk naratif, akan dimasukkan ke dalam tabel untuk dipetakan jenis makna kata denotatif, konotatif, tersirat, ataupun mempunyai dua jenis makna kata. Dalam kata yang diucapkan oleh pemeran di iklan tersebut dapat mengandung 1-2 jenis makna kata.

TEMUAN DAN ANALISIS

Makna Kata dalam Iklan Toyota Sienta

Iklan Toyota Sienta merupakan iklan yang menggunakan kata-kata yang memiliki makna kata denotatif yaitu makna denotatif umum, selain itu juga terdapat makna kata konotatif yaitu makna konotatif perasaan, makna konotatif gaya bahasa lisan, juga terdapat makna kata tersirat.

Tabel 4.1 Tabel jenis makna kata yang terdapat pada iklan Toyota Sienta

Iklan Toyota Sienta			
Jenis Makna Kata		Ada/Tidak Ada	
Denotatif	Umum	Ada	
	Khusus	Tidak Ada	
Konotatif	Perasaan	Ada	
	Pencitraan	Tidak Ada	
	Gaya bahasa	Lisan	Ada
		Tertulis	Tidak Ada
		Gaya bahasa seni	Tidak Ada
		Gaya bahasa politik	Tidak Ada
		Gaya bahasa ilmu dan teknologi	Tidak Ada
Gaya bahasa urusan umum	Tidak Ada		
Tersirat		Ada	

Makna Kata dalam Iklan Toyota Camry

Iklan Toyota Camry merupakan iklan yang menggunakan kata-kata yang memiliki makna kata denotatif yaitu makna denotatif umum, makna denotatif khusus, selain itu juga terdapat makna kata konotatif yaitu makna konotatif perasaan, juga terdapat makna kata tersirat.

Tabel 4.2 Tabel Jenis makna kata yang terdapat pada iklan Toyota Camry

Iklan Toyota Camry			
Jenis Makna Kata		Ada/ Tidak Ada	
Denotatif	Umum		
	Khusus		
Konotatif	Perasaan		
	Pencitraan		
	Gaya bahasa	Lisan	Tidak Ada
		Tertulis	Tidak Ada
		Gaya bahasa seni	Tidak Ada
		Gaya bahasa politik	Tidak Ada
		Gaya bahasa ilmu dan teknologi	Tidak Ada
Gaya bahasa urusan umum	Tidak Ada		
Tersirat		Ada	

Makna Kata dalam Iklan Toyota Yaris-L

Iklan Toyota Yaris-L merupakan iklan banyak menggunakan kata-kata yang memiliki makna kata denotatif yaitu makna denotatif umum, makna denotatif khusus, selain itu juga terdapat makna kata konotatif yaitu makna konotatif perasaan, makna konotatif pencitraan, juga terdapat makna kata tersirat.

Tabel 4.3 Tabel jenis makna kata yang terdapat pada iklan Toyota Yaris-L

Iklan Toyota Yaris-L			
Jenis Makna Kata		Ada / Tidak Ada	
Denotatif	Umum		
	Khusus		
Konotatif	Perasaan		
	Pencitraan		
	Gaya bahasa	Lisan	Tidak Ada
		Tertulis	Tidak Ada
		Gaya bahasa seni	Tidak Ada
		Gaya bahasa politik	Tidak Ada
		Gaya bahasa ilmu dan teknologi	Tidak Ada

	Gaya bahasa urusan umum	Tidak Ada
	Tersirat	Ada

Penggunaan Jenis Makna Kata Dominan Iklan Toyota Sienta

Jumlah penggunaan makna kata denotatif dalam iklan Toyota Sienta berjumlah 127 buah kata, terdiri dari makna kata denotatif umum 127 kata. Jumlah penggunaan makna kata konotatif menempati urutan kedua dengan jumlah 18 kata, terdiri dari makna kata konotatif perasaan 13 kata dan makna kata konotatif gaya bahasa dialek 5 kata. Jumlah penggunaan makna kata tersirat menempati urutan ketiga dengan jumlah 17 kata.

Tabel 4.4 Jumlah penggunaan makna kata iklan Toyota Sienta

Iklan Toyota Sienta			
Jenis Makna Kata		Jumlah	
Denotatif	Umum	127	
	Khusus	0	
Konotatif	Perasaan	13	
	Pencitraan	0	
	Gaya bahasa	Lisan	5
		Tertulis	0
		Gaya bahasa seni	0
		Gaya bahasa politik	0
		Gaya bahasa ilmu dan teknologi	0
	Gaya bahasa urusan umum	0	
Tersirat		17	

Penggunaan Jenis Makna Kata Dominan Iklan Toyota Camry

Jumlah penggunaan makna kata denotatif dalam iklan Toyota Camry berjumlah 256 buah kata, terdiri dari makna kata denotatif umum 226 kata dan juga makna kata denotatif khusus 30 kata. Jumlah penggunaan makna kata tersirat menempati urutan kedua dengan jumlah 17 kata. Jumlah penggunaan makna kata konotatif menempati urutan ketiga dengan jumlah 13 kata, terdiri dari makna kata konotatif perasaan.

Tabel 4.5 Jumlah penggunaan makna kata iklan Toyota Camry

Iklan Toyota Camry		
Jenis Makna Kata		Jumlah
Denotatif	Umum	226
	Khusus	30
Konotatif	Perasaan	13

	Pencitraan		0
Gaya bahasa	Lisan		0
	Tertulis		0
	Gaya bahasa seni		0
	Gaya bahasa politik		0
	Gaya bahasa ilmu dan teknologi		0
	Gaya bahasa urusan umum		0
Tersirat			17

Penggunaan Jenis Makna Kata Dominan Iklan Toyota Yaris-L

Jumlah penggunaan makna kata denotatif dalam iklan Toyota Camry berjumlah 64 buah kata, terdiri dari makna kata denotatif umum 62 kata dan juga makna kata denotatif khusus 2 kata. Jumlah penggunaan makna kata konotatif menempati urutan kedua dengan jumlah 4 kata, terdiri dari 2 buah kata makna kata perasaan, 3 buah kata makna kata pencitraan. Makna kata tersirat menempati urutan ketiga berjumlah 3 buah.

Tabel 4.6 Jumlah penggunaan makna kata iklan Toyota Yaris-L

Iklan Toyota Yaris-L				
Jenis Makna Kata		Jumlah		
Denotatif	Umum		62	
	Khusus		2	
Konotatif	Perasaan		2	
	Pencitraan		3	
	Gaya bahasa	Lisan		0
		Tertulis		0
		Gaya bahasa seni		0
		Gaya bahasa politik		0
		Gaya bahasa ilmu dan teknologi		0
Gaya bahasa urusan umum		0		
Tersirat		3		

KESIMPULAN

Masing-masing dari ketiga buah iklan Toyota muncul 3 jenis makna kata, makna kata denotatif, konotatif, juga tersirat. Sesuai dengan teori makna kata yang diungkapkan oleh Karsono yaitu makna kata denotatif terbagi menjadi makna kata umum dan khusus, makna kata konotatif terbagi menjadi makna kata pencitraan, perasaan, dan gaya bahasa, dan makna kata tersirat.

Tahapan analisis makna kata pada ketiga buah iklan Toyota mendapatkan hasil bahwa makna kata denotatif pada tiga buah iklan sering muncul atau bisa dikatakan paling dominan digunakan pada ketiga buah iklan Toyota ini. Dengan jumlah 127 buah kata pada iklan Toyota Sienta, kemudian dengan jumlah 256 buah kata pada iklan Toyota Camry, dan dengan jumlah 64 buah kata pada iklan Toyota Yaris-L. Hal ini menunjukkan bahwa Format pemilihan kata yang umum terlihat dalam tiga buah iklan lebih didominasi oleh makna kata denotatif, tidak ada perbedaan antara tiga buah iklan. Tiga buah iklan sama-sama memakai makna kata denotatif sebagai pilihan utama dalam merangkai kalimat tersebut. Kemudian ditemukan bahwa juga penggunaan makna kata yang dominan kedua cukup bervariasi, tidak didominasi oleh satu jenis makna kata. Pada iklan Toyota Sienta penggunaan makna kata dominan kedua yaitu makna kata konotatif dengan jumlah 18 buah kata, kemudian di urutan ketiga makna kata tersirat dengan jumlah 17 buah kata. Pada iklan Toyota Camry penggunaan makna kata dominan kedua yaitu makna kata tersirat berjumlah 17 buah kata, di urutan ketiga makna kata konotatif dengan jumlah 13 buah kata. Pada iklan Toyota Yaris-L penggunaan makna kata dominan kedua yaitu makna kata konotatif berjumlah 4 buah kata, dan makna kata tersirat menempati urutan ketiga berjumlah 3 buah kata.

Penulis juga menemukan bahwa ada satu kata bisa memiliki dua jenis makna kata, tergantung pada konteks yang ingin dibahas atau dijelaskan. Dari data-data yang penulis analisis dan temukan, bahkan cukup banyak kata yang memiliki 2 jenis makna kata, seperti makna kata denotatif-tersirat, kemudian makna kata konotatif-tersirat.

Penulis berharap supaya penelitian ini dapat dikembangkan ke arah yang lebih baik. Penelitian yang difokuskan pada makna kata dalam bahasa Mandarin masih belum terlalu banyak, sehingga penulis berharap ke depannya penelitian penulis dapat menjadi pedoman untuk penelitian yang lainnya. Masih banyak hal yang harus di dalam mengenai jenis makna kata dalam bahasa Mandarin, terutama bagi masing-masing makna kata seperti denotatif, konotatif, dan juga tersirat.

DAFTAR PUSTAKA

Chaer, A., & Multiastuti, L. (2018). *Makna dan semantik*. Retrieved from <http://repository.ut.ac.id/4770/1/PBIN4215-M1.pdf>

Chén, A. (2011). *Xiàndài hànyǔ gàilùn*. Běijīng: běijīng yǔyán dàxué chūbǎn shè.

Fanani, R. (2011, Desember). Penelitian kualitatif. Retrieved February 02, 2020, from: <http://rosnfik1984.blogspot.com/2011/12/penelitian-kuantitatif.html>

- Gariber, Zōuyǔnjié. (2017, November 16). *GAI X TOYOTA 2018 款凯美瑞廣告 MV 《大師》*. [Video file]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=_7NNAvVke6Y
- Karsono, O.M.F. (2014). *Pengantar linguistik bahasa Tionghoa* (1st ed.). CV. Perwira Media Nusantara.
- Kurniawan, A. (2020, February). Semantik adalah – pengertian, sejarah, jenis, unsur, manfaat, analisis, para ahli. Retrieved February 03, 2020, from <https://www.gurupendidikan.co.id/semantik-adalah/>
- Pasar otomotif China pulih, penjualan mobil asal Jepang melonjak. (2020, June 06). *Redaksi Asiatoday*. Retrieved from <https://asiatoday.id/read/pasar-otomotif-china-pulih-penjualan-mobil-asal-jepang-melonjak>
- Priyanto, W. (2017, January 04). Volkswagen rajai penjualan mobil di Cina, wuling masuk 20 besar. *Tempo.co*. Retrieved July 08, 2020, from <https://otomotif.tempo.co/read/1039349/volkswagen-rajai-penjualan-mobil-di-cina-wuling-masuk-20-besar>
- Rakhmi, F. P. (2014). *Analisis perbandingan gaya bahasa pada iklan Dove berbahasa Jerman dan berbahasa Indonesia ditinjau dari segi sintaksis dan semantis = Comparative analysis of language style of Dove ad in Germany and in Indonesia in terms of syntax and semantic* [Universitas Indonesia]. Retrieved June 07, 2020, from <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2016-8/20392669-MK-Fanny Puji Rakhmi.pdf>
- Sartini, N.W. (n.d.). Tinjauan teoritik tentang semiotik. Retrieved October 08, 2020, from <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/Tinjauan Teoritik tentang Semiotik.pdf>
- Tolok, A.D. (2019, January 14). Pertama kali dalam 2 dekade, penjualan mobil di China menurun. *Bisnis.com*. Retrieved July 28, 2020, from <https://otomotif.bisnis.com/read/20190114/275/878635/pertama-kali-dalam-2-dekade-penjualan-mobil-di-china-menurun>
- Toys, best small. (2017, February 25). *【汽车涨知识】全新致炫-广汽丰田 TOYOTA 品牌宣传-嘻哈绕口* [Video file]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=wPzXTEgTOKM>
- Toyota TW. (2020, February 28). *世界狂⚡原來 TOYOTA 的廣告是這樣拍的！?* [Video file]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=RHYnm9XzXM4>
- Zulkaernaen, A.D., & Andhiko, R.M.A. (2014). *Analisis citra pria Indonesia dan Jerman pada produk Nivea ditinjau dari aspek semantis dan semiotik* [Universitas Indonesia]. Retrieved June 07, 2020, from <http://lib.ui.ac.id/naskahringkas/2016-09//S57555-Adiguna Zulkarnaen>