

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer, digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri (Chaer, 2012: 34). Bahasa memiliki peran penting dalam kehidupan manusia, karena dalam berkomunikasi manusia membutuhkan bahasa sebagai alat untuk berkomunikasi. Unsur terpenting dalam bahasa adalah kata. Bahasa terbentuk dari rangkaian kata-kata yang tersusun sesuai dengan kaidahnya, dengan begitu manusia dapat berkomunikasi dengan baik dan lancar. Setiap bahasa mengalami perubahan dengan mengikuti perkembangan zaman. Perubahan tersebut bisa dalam bentuk tata bahasa, maupun dalam kosakata seperti munculnya kata-kata baru.

Kata-kata baru mulai terbentuk dari segala bidang seperti, bidang teknologi, bidang politik, bidang bisnis, dan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat dikatakan bahwa kosakata akan selalu bertambah seiring dengan perkembangan zaman. Salah satunya dapat diamati pada nama-nama produk. Nama yang diberikan pada produk merupakan hasil dari gagasan pemikiran, dan kreatifitas manusia dalam memberikan nama, sehingga lebih menarik dan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Pemberian nama bertujuan untuk mengetahui identitas suatu benda yang dapat membedakan antara

benda yang satu dengan yang lainnya. Nama pada produk merupakan bagian paling penting dalam meningkatkan kualitas sebuah produk yang akan diciptakan. Oleh karena itu, nama atau merek pada produk menjadi nilai tambah pada suatu produk yang akan diciptakan. Nama merupakan label sebagai identitas atau pembeda antara manusia, benda, produk, tempat dan hal lainnya. Menurut Usman (2003: 77), nama merupakan peran penting dalam kehidupan manusia baik secara individu maupun secara kelompok.

Perkembangan teknologi pada era globalisasi sangat berpengaruh terhadap perubahan gaya hidup. Salah satu manifestasi gaya hidup saat ini adalah menggunakan kosmetik sebagai salah satu cara tren untuk merawat dan mempercantik diri. Kosmetik sudah dikenal manusia sejak berabad-abad yang lalu. Pada abad ke-19 pemakaian kosmetik mulai mendapat perhatian, yaitu selain untuk kecantikan juga untuk kesehatan (Tranggono dan Latifa, 2013: 3). Akan tetapi, menurut Jellinek (dalam Tranggono dan Latifa, 2013: 3), perkembangan ilmu kosmetik dan industrinya baru dimulai secara besar-besaran pada abad ke-20. Seluruh dunia telah mengenal kosmetik, tidak hanya perempuan, laki-laki pun sudah menggunakan beberapa kosmetik untuk perawatan tubuhnya, mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki. Kosmetik sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia sehari-hari, khususnya perempuan. Tidak dapat dipungkiri lagi, bahwa kosmetik sangat dibutuhkan oleh manusia saat ini.

Salah satu kosmetik yang banyak digunakan saat ini adalah kosmetik Wardah. Wardah merupakan salah satu merek kosmetik yang dinaungi oleh PT. Paragon Technology and Inovation. Paragon merupakan salah satu perusahaan manufaktur kosmetik nasional terbesar di Indonesia dan telah diperhitungkan

dalam taraf internasional dalam menciptakan produk-produk unggul, kini Paragon memiliki lebih dari 7.500 karyawan terbaik di bidangnya di seluruh Indonesia. Paragon dipercayakan untuk memproduksi lebih dari 95 juta produk personal *care* dan *make up* setiap tahunnya (www.paragoninnovation.com).

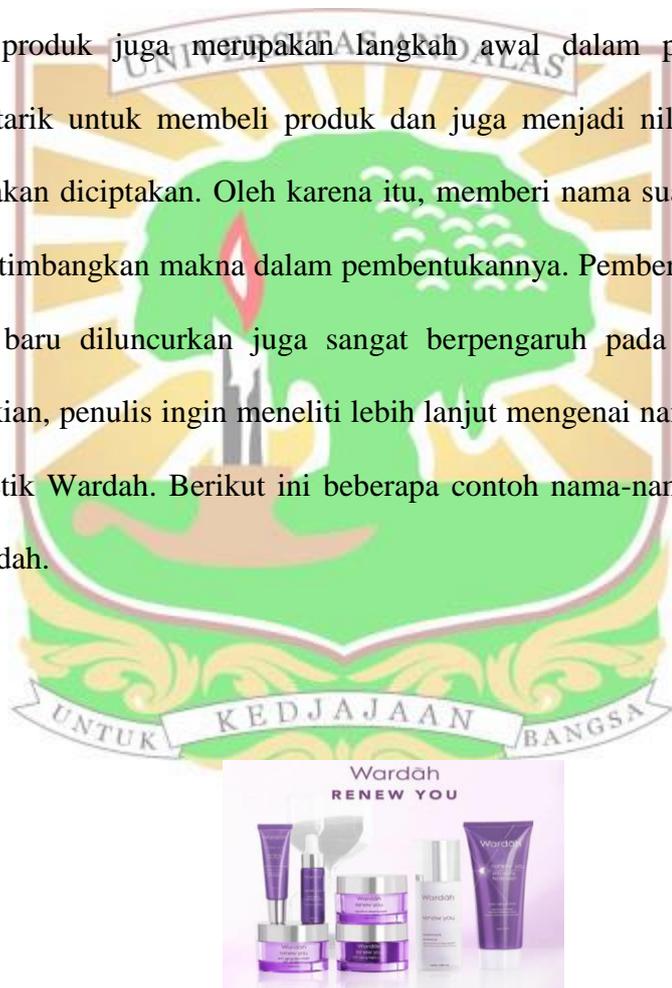
Paragon didirikan pada tanggal 28 Februari 1985 oleh Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. Beliau adalah wanita berdarah Minangkabau, yang lahir di Padang Panjang. Pada tahun 1995, Paragon mulai mengembangkan produk Wardah. Awalnya, perkembangan produk Wardah ini mengalami perkembangan yang belum berjalan lancar, sehingga sekitar tahun 1999—2003 *rebranding* Wardah berhasil dan mengalami perkembangan yang sangat pesat, dengan tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi, sehingga Wardah dikenal sebagai pelopor brand dalam menciptakan produk kecantikan yang bersertifikat halal (www.paragoninnovation.com).

Wardah yang berarti bunga mawar, merupakan implementasi dari produk yang diluncurkan dengan bernafaskan islami dan berlabelkan halal. Menurut Fatimah (2014: 54), merek digunakan sebagai tanda suatu produk di kalangan masyarakat yang memiliki kekuatan untuk tujuan utama produk itu diciptakan. Produk Wardah dibuat dengan bahan alami berkualitas dan terjamin keamanannya, serta telah diakui oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) (www.wardahbeauty.com). Hal ini menjadi suatu keunggulan bagi Wardah akan kehalalan produknya. Oleh karena itu, kesadaran masyarakat terhadap keamanan kosmetik yang digunakan tentu menjadi perhatian bagi kaum wanita, apalagi pada zaman modern ini. Berbagai macam

kasus yang disebabkan oleh penggunaan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya banyak dijual secara terbuka di pasaran.

Pemberian nama pada benda, tempat, orang memiliki makna tersendiri. Makna tersebut muncul dari beberapa ide atau gagasan pemikiran untuk menunjukkan identitas benda tersebut. Dengan demikian, melalui nama-nama dapat ditelusuri bentuk kata dan makna apa saja yang terdapat pada produk tersebut. Bentuk dan makna merupakan suatu kesatuan yang saling berhubungan. Nama suatu produk juga merupakan langkah awal dalam pemasaran agar konsumen tertarik untuk membeli produk dan juga menjadi nilai tambah bagi produk yang akan diciptakan. Oleh karena itu, memberi nama suatu produk juga harus mempertimbangkan makna dalam pembentukannya. Pemberian nama untuk produk yang baru diluncurkan juga sangat berpengaruh pada pemasarannya. Dengan demikian, penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai nama-nama dalam produk kosmetik Wardah. Berikut ini beberapa contoh nama-nama pada produk kosmetik Wardah.

Data 1

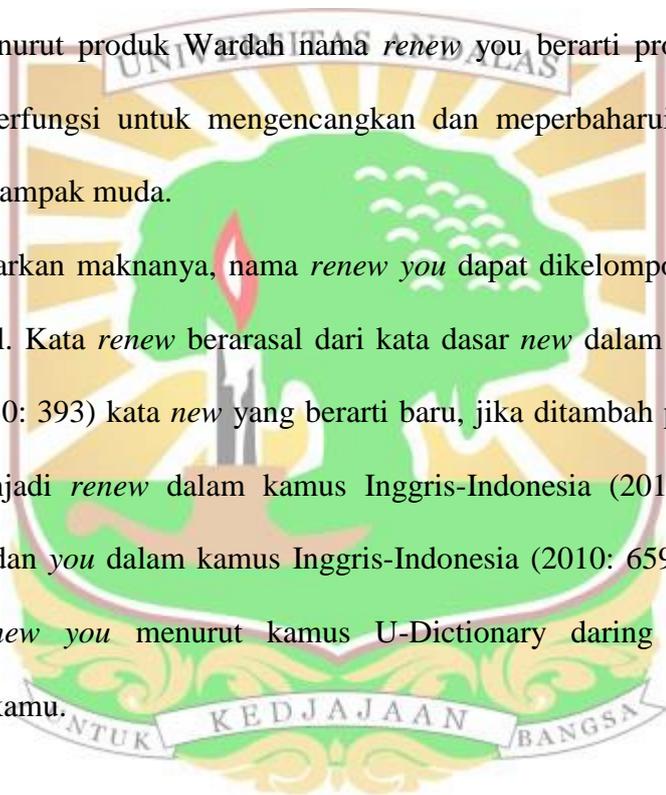


(Instagram.com/wardahbeauty)

re- (prefiks) + *new* /nyuw/ ‘baru’ (n) + *you* /yuw/ ‘kamu’ (n) → *renew you* ‘meperbarui kamu’

Nama produk *renew you* merupakan kata polimorfemis karena terdiri dari tiga morfem, yaitu *re-*, *new* dan *you*, yang mengalami proses afiksasi. *Renew* merupakan prefiks *re-* ditambah kata dasar *new*, dalam kamus Inggris-Indonesia (2010: 393) kata *new* yang berarti baru, jika ditambah prefiks *re-* pada kata *new* menjadi *renew* dalam kamus Inggris-Indonesia (2010: 377) berarti memperbarui dan *you* dalam kamus Inggris-Indonesia (2010: 659) berarti kamu. Jadi kata *renew you* dalam kamus U-Dictionary daring (2018) berarti memperbaharui kamu, sedangkan menurut produk Wardah nama *renew you* berarti produk perawatan wajah yang berfungsi untuk mengencangkan dan memperbaharui sel kulit agar selalu terlihat tampak muda.

Berdasarkan maknanya, nama *renew you* dapat dikelompokkan ke dalam makna leksikal. Kata *renew* ber berasal dari kata dasar *new* dalam kamus Inggris-Indonesia (2010: 393) kata *new* yang berarti baru, jika ditambah prefiks *re-* pada kata *new* menjadi *renew* dalam kamus Inggris-Indonesia (2010: 377) berarti memperbarui dan *you* dalam kamus Inggris-Indonesia (2010: 659) berarti kamu. Jadi kata *renew you* menurut kamus U-Dictionary daring (2018) berarti memperbarui kamu.



Data 2



www.wardahbeauty.com

Exclusive /eksklusiv/ ‘sendirian’ (adj)

Exclusive merupakan rangkaian *make up* yang diluncurkan oleh Wardah. Kata *exclusive* termasuk ke dalam bentuk kata monomorfemis, karena terdiri dari satu morfem, yaitu *exclusive*. Menurut kamus Inggris-Indonesia (2010: 222), kata *exclusive* berarti sendirian, terpisah dari yang lain. Jadi, *exclusive* ini merupakan rangkaian *make up* yang diluncurkan oleh Wardah dengan mengutamakan kehalalan pada produknya, rangkaian ini diciptakan khusus untuk menempatkan wanita dengan keunikannya masing-masing.

Berdasarkan maknanya, pada nama produk *exclusive* mengandung makna leksikal. Makna leksikal adalah makna yang sebenarnya, makna yang dimiliki pada leksem atau kata meski tanpa konteks apapun dan tidak harus memiliki acuan. Menurut kamus Inggris-Indonesia (2010: 222) *exclusive* adalah sendirian, terpisah dari yang lain.

Hal yang menarik pada penelitian mengenai nama-nama dalam produk Wardah ini adalah banyaknya kata-kata baru yang dapat dikaji dari segi bentuk kata dalam penggunaan bahasa pada nama tersebut. Kedua, penggunaan bahasa pada nama-nama produk kosmetik Wardah ini pada umumnya menggunakan bahasa asing, yaitu bahasa Inggris. Penggunaan bahasa asing untuk menamakan suatu produk memiliki konsep nilai yang lebih eksklusif (khusus) bagi produk yang akan diciptakan, sehingga nilai jualnya relatif tinggi. Oleh karena itu dalam pemasaran tentunya peran bahasa sangat penting, dapat dilihat bahwa bahasa bisa mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Ketiga, setiap nama yang diberikan pada produk tentunya memiliki makna tersendiri. Selain itu, penelitian ini juga menjadi suatu dorongan bagi penulis untuk mengungkap bahwa

kajian-kajian bentuk dan makna cakupannya sangat luas dan banyak ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Seperti halnya, nama-nama dalam produk yang digunakan oleh manusia saat ini, khususnya dalam produk kosmetik Wardah.

Adapun keunggulan produk Wardah dapat dilihat dari beberapa penghargaan yang diperolehnya, yaitu: PT. Paragon Technology and Innovation telah tersertifikasi GMP (*Good Manufacturing Practice*) dan kepastian halal yang telah diakui LPPOM MUI, dan menjadi pelopor kosmetik halal di Indonesia; meraih penghargaan *Halal Awards* pada tahun 2012 dan *1st Indonesia Original Brand* 2012, dan masih banyak lagi penghargaan yang telah diperoleh produk kosmetik Wardah. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut nama-nama produk kosmetik Wardah berdasarkan bentuk kata dan makna pada nama-nama produk Wardah tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Apa saja nama-nama dan bagaimana bentuk kata dalam nama produk kosmetik Wardah?
2. Apa saja jenis makna yang terdapat pada nama-nama dalam produk kosmetik Wardah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan nama-nama dan bentuk kata dalam nama produk kosmetik Wardah.
2. Mendeskripsikan makna yang terdapat pada nama-nama dalam produk Wardah.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat, yaitu manfaat secara teoritis dan secara praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat mengembangkan dan memperluas wawasan di bidang bahasa, terutama pada kajian morfologi dan semantik. Selain itu, kajian ini juga dapat menambah referensi terhadap teori yang digunakan terutama berhubungan dengan bentuk dan makna pada produk kosmetik Wardah dalam kajian bahasa. Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca maupun masyarakat awam dalam membentuk atau menciptakan suatu nama pada produknya, karena nama sangat berpengaruh pada produk yang akan diciptakan.

1.5 Tinjauan Kepustakaan

Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, akan dijadikan tinjauan kepustakaan pada penelitian yang akan ditulis ini, yaitu :

1. Nadia Septi Utari (2019) mahasiswa Universitas Andalas menulis sebuah skripsi berjudul “Nama-Nama Kedai Kopi di Kota Padang”. Ia menyimpulkan bahwa latar belakang penamaan kedai kopi di Kota Padang berdasarkan nama pembuat, tempat asal, bahan keserupaan, dan pemendekan, serta latar belakang penamaan kedai kopi lainnya.

Berdasarkan maknanya terdapat makna leksikal, makna gramatikal, makna kognitif, dan makna referensial.

2. Nuryadi (Volume 4, No. 1 Maret 2019) menulis artikel pada jurnal dengan judul “Kata dan Proses Pembentukan Kata dalam Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia: Suatu Analisis Konstratif”. Ia menyimpulkan Proses morfologis yang ditemukan dalam Bahasa Indonesia adalah penggabungan, pengimbuhan atau afiksasi, pengulangan atau reduplikasi, pemajemukan atau komposisi. Sementara itu Bahasa Inggris merupakan bahasa fleksoaglutinatif yang merupakan perpaduan tipe bahasa fleksi dan bahasa aglutinatif. Tipe bahasa ini sebagian struktur morfologisnya mengikuti tipe corak bahasa fleksi dan sebagian lagi mengikuti tipe bahasa aglutinatif. Di dalam Bahasa Inggris terdapat morfem infleksi yang jumlahnya delapan dan terdapat tenses atau kala yang ditandai dengan perubahan verba terhadap waktu. kategori tunggal dan jamak dalam Bahasa Inggris secara umum dinyatakan dengan sufiks infleksi -s.
3. Leni Syafyaha (2016) menulis “Nama-nama Suku Minangkabau di Sumatera Barat Sebagai Cerminan Keanekaragaman Budaya”. Ia menyimpulkan bahwa nama-nama suku yang ada di Kecamatan Sungai Puar yaitu, *suku Koto, suku Sikumbang, suku Tanjung, suku Pisang, dan suku Pili*. Nama-nama suku di Kecamatan Banuhampu yaitu, *suku Koto, suku Selayang, suku Tanjung, suku Payo Bada, suku Guci, suku Jambak, suku Pisang, suku Simabua, suku Sikumbang, dan suku Pili*. Latar belakang penamaan suku di Kecamatan Sungai Puar dan Kecamatan Banuhampu terbentuk atas tempat asal, bahan, dan penamaan baru.

Berdasarkan sudut pandang Antropolinguistik makna yang terkandung dalam nama-nama suku di Kecamatan Sungai Puar dan Kecamatan Banuhampu terdiri dari, makna intensional, yaitu makna intensional kenangan dan intensional pengharapan.

4. Amelia Oktaviani (2016) mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa menulis sebuah skripsi yang berjudul “Makna Cantik Iklan Wardah *Exclusive Series* Versi Dewi Sandra *in Paris*”, ia menyimpulkan makna yang terdapat pada makna cantik iklan Wardah secara denotatif dan konotatif. Terdapat tiga mitos yang muncul pada iklan Wardah, yaitu pertama, masih menunjukkan seputar kecantikan fisik perempuan, perempuan yang cantik adalah perempuan dengan karakter wajah yang putih bersih. Kedua, perempuan yang dapat tampil *fashionable*, meskipun ia menggunakan hijab. Ketiga, perempuan yang cantik baik dari luar ataupun dari dalam diri.
5. Febrianti Putri (2015) mahasiswa Universitas Andalas menulis sebuah skripsi yang berjudul “An Analysis of Word Formation Processes Commonly Found on Social Media “Facebook” ia menyimpulkan bahwa ada tujuh jenis pembentukan kata yang ditemukan di Facebook, yaitu paduan, kliping, singkatan, akronimi, derivasi, dan pemajemukan, selain ke enam jenis pembentukan kata yang disebutkan, ia juga menemukan tipe yang lain yaitu, berbeda dari tipe-tipe yang ditemukan sebelumnya. Tipe ini merupakan kombinasi antara angka dengan huruf. Bentuk yang paling dominan ditemukan adalah bentuk akronimi karena bentuknya yang sederhana dan mudah.

6. Juang Jatmiko (2013) mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta menulis skripsi yang berjudul “Analisis Morfosemantik Nama Mahasiswa Angkatan 2009 Program Studi Pendidikan Bahasa Jawa Universitas Negeri Yogyakarta”, ia menyimpulkan bahwa berdasarkan bentuk kata pada nama mahasiswa angkatan 2009 Program Studi Pendidikan Bahasa Jawa Universitas Negeri Yogyakarta menjadi tiga kategori yaitu ada 18 jenis dalam kategori monomorfemis, 9 jenis dalam kategori polimorfemis, dan 33 jenis dalam kategori monomorfemis dan polimorfemis.

Penelitian-penelitian tersebut memberikan tambahan referensi atau rujukan bagi penelitian ini. Dalam penelitian sebelumnya Nadia Septi Utari memfokuskan penelitiannya dalam bidang semantik, Nuryadi dan Febrianti Putri lebih memfokuskan pada bidang morfologis yaitu proses pembentukan kata dalam bahasa Inggris, Leni Syafyahya memfokuskan penelitiannya dalam bidang semantik dan bidang antropinguistik. Amelia Oktaviani lebih memfokuskan ke dalam bidang semiotik. Serta Juang Jatmiko lebih memfokuskan penelitiannya dalam bidang morfosemantik. Akan tetapi, dalam penelitian ini terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian sebelumnya. Persamaan dalam penelitian ini yaitu memfokuskan penelitian pada semantik dan morfosemantik khususnya, kajian bentuk dan makna, sedangkan sumber data yang diteliti oleh penulis berbeda. Dalam penelitian ini, penulis membahas nama-nama produk kosmetik Wardah dengan menggunakan kajian bentuk dan makna.

1.6 Metode dan Teknik Penelitian

Metode dan teknik penelitian digunakan untuk menunjukkan dua hal yang berbeda. Keduanya memiliki konsep yang berbeda tetapi berhubungan langsung

satu sama lain. Metode adalah cara yang harus dilaksanakan atau diterapkan, sedangkan teknik adalah cara melaksanakan atau menerapkan metode (Sudaryanto, 2015: 9). Upaya memecahkan masalah dalam penelitian, Sudaryanto (2015: 6), membagi atas tiga langkah yaitu, metode dan teknik penyediaan data, metode dan teknik analisis data, dan metode dan teknik penyajian hasil analisis data.

1. Metode dan Teknik Penyediaan Data

Pada penyediaan data, penulis menggunakan metode simak. Metode simak digunakan untuk menyimak informasi penyediaan data dengan penggunaan bahasa pada sumber data. Pada metode simak ini, penulis menyimak penggunaan bahasa pada nama-nama dalam produk kosmetik Wardah. Konsep penyimakan data ini yaitu dengan melihat dan memperhatikan setiap kata yang digunakan pada nama-nama dalam produk kosmetik Wardah. Teknik berdasarkan penjabaran dari metode tersebut dibedakan atas dua, yaitu:

1. Teknik Dasar

Teknik dasar yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, teknik sadap. Teknik sadap bertujuan untuk menyadap informasi sebagai data dalam penelitian ini yaitu nama-nama dalam produk kosmetik Wardah.

2. Teknik Lanjutan

Teknik lanjutan yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

a. Teknik Simak Bebas Libat Cakap

Teknik Simak Bebas Libat Cakap digunakan karena penulis tidak ikut berbicara dengan informan untuk mengetahui proses penamaan dalam

produk kosmetik Wardah tersebut. Penulis hanya sebagai pemerhati dengan penuh minat tekun terhadap calon data yang terbentuk dan muncul dari peristiwa kebahasaan yang berada di luar dirinya.

b. Teknik Catat

Teknik catat ini digunakan untuk mencatat segala informasi dari berbagai sumber, baik dari website resmi Wardah, pamflet, maupun akun resmi seperti instagram dari Wardah dan mencatat nama-nama yang ada pada produk kosmetik Wardah dengan alat tulis (Sudaryanto, 2015: 202).

2. Metode dan Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode padan dan metode agih. Metode padan adalah metode yang alat penentunya di luar bahasa, terlepas, dan tidak menjadi bagian dari bahasa (*langue*) yang bersangkutan. Metode padan yang digunakan adalah metode padan transasional dan referensial. Metode padan transasional digunakan untuk memadankan *langue* lain, karena data penelitian ini berupa bahasa asing yaitu bahasa inggris. *Langue* yang dimaksud adalah bahasa Indonesia. Metode padan referensial digunakan untuk acuan yang diacu dalam data serta dapat mengetahui perbedaan referen tersebut.

Teknik dasarnya pada penelitian ini adalah Pilah Unsur Penentu (PUP). Daya pilah yang digunakan adalah daya pilah yang bersifat mental yang dimiliki oleh peneliti. Teknik lanjutan yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik hubung banding memperbedakan (HBB). Data yang sudah didapat akan diperbandingkan untuk menentukan klasifikasinya berbentuk kata dan maknanya.

Selain metode padan, peneliti juga menggunakan metode agih. Metode agih adalah metode yang alat penentunya bagian dari bahasa yang bersangkutan itu sendiri. Teknik pada metode agih juga dapat dibedakan menjadi dua yaitu, teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasarnya adalah Teknik Bagi Unsur Lansung (BUL). Teknik BUL cara kerjanya adalah membagi satuan lingual datanya menjadi beberapa bagian atau unsur; dan unsur-unsur yang bersangkutan dipandang sebagai bagian yang langsung membentuk satuan lingual yang dimaksud. Penerapan teknik ini adalah dengan membagi satuan lingual pada nama-nama produk kosemtik Wardah menjadi beberapa unsur berdasarkan intuisi kebahasaan peneliti, dan alat penentunya adalah jeda.

3. Metode dan Teknik Penyajian Hasil Analisis Data

Metode dan teknik hasil analisis data, pada tahap ini digunakan metode penyajian informal dalam menyajikan data. Metode informal adalah metode penyajian hasil analisis data yang perumusannya menggunakan kata-kata biasa. Penyajian ini menjabarkan mengenai nama-nama produk kosmetik Wardah.

1.7 Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah keseluruhan data sebagai suatu kesatuan yang kemudian sebagiannya dipilih sebagai sampel atau tidak. Sementara itu, sampel adalah data mentah yang dianggap mewakili populasi untuk analisis. (Sudaryanto, 1988: 21).

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nama-nama dalam produk kosmetik Wardah. Produk kosmetik Wardah ini, dibagi menjadi beberapa

kategori, yaitu *skincare*, *make up*, *body care*, dan *hair care*. Sampel pada penelitian ini adalah semua kategori pada nama-nama kosmetik Wardah yaitu *skincare*, *make up*, *body care*, dan *hair care*. Hal tersebut dipilih karena produk kosmetik Wardah dengan kategori *skin care*, *make up*, *body care*, dan *hair care* memiliki nama-nama yang unik dan mudah ditemukan di pasaran.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri dari empat bab. Bab I terdiri dari latar belakang, masalah dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, populasi dan sampel, serta sistematika penulisan. Bab II berisi tentang landasan teori yang digunakan untuk menganalisis data dalam memperkuat penelitian. Bab III berisi tentang analisis data mengenai latar belakang penamaan dan makna pada nama produk kosmetik Wardah tersebut. Bab IV merupakan penutup yang terdiri atas kesimpulan dan saran.

