



## Ragam Makna Pada Slogan Iklan Produk Minuman Berbahasa Indonesia

Ramadhaniar Rizky G<sup>1</sup>, Muhamad Rinzat Iriyansah<sup>2</sup>, Dodi Firmansyah<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten

### Abstract

Received: 4 Juni 2024  
Revised: 23 Juni 2024  
Accepted: 6 Juli 2024

*This study aims to analyze the variety of meanings using semantic studies by focusing the study on advertising slogans for beverage products in Indonesian because there are many advertising slogans and are easy to remember by the public. This study describes the lexical, grammatical, referential, and non-referential meanings of Indonesian beverage product advertising slogans. This study uses a qualitative descriptive method, the data collection technique used is the listening and note-taking technique. The results of the analysis obtained on 10 advertising slogans for beverage products in Indonesian language are that there are four meanings in the slogans including lexical meaning as many as 24 words, grammatical meaning as many as 12 words, referential as many as 7 words, and non-referential as many as 2 words.*

**Keywords:** *Semantic Analysis, Slogan, Advertising*

(\*) Corresponding Author: [222210016@untirta.ac.id](mailto:222210016@untirta.ac.id)<sup>1</sup>, [m.rinzatiriyansah@untirta.ac.id](mailto:m.rinzatiriyansah@untirta.ac.id)<sup>2</sup>, [dfirmansyah@untirta.ac.id](mailto:dfirmansyah@untirta.ac.id)

**How to Cite:** Gaudiswari, R., Iriyansah, M., & Firmansyah, D. (2024). Ragam Makna Pada Slogan Iklan Produk Minuman Berbahasa Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 643-651. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13917657>

## PENDAHULUAN

Bahasa merupakan salah satu unsur yang paling penting dalam kehidupan manusia. Bahasa merupakan sistem lambang bunyi yang arbitrer yang dipergunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri (Kridalaksana, 1993: 22). Bahasa tidak dapat dipisahkan dari manusia sebab bahasa merupakan alat untuk mengutarakan ide, maksud, dan pikiran serta gagasan yang dapat diutarakan melalui bahasa lisan maupun tulisan. Salah satu fungsi bahasa adalah sebagai alat untuk menyampaikan informasi. Bahasa-bahasa yang digunakan dalam menyampaikan informasi-informasi tersebut sangat beragam dan disesuaikan dengan bidangnya. Salah satu media penyampaian informasi yang paling sering digunakan adalah iklan.

Di masa yang sekarang ini, media penyampaian informasi berbentuk iklan semakin berkembang pesat. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin meluas, iklan-iklan dibuat semenarik mungkin agar pembaca dan penonton dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan. Salah satu cara memperkenalkan sebuah produk dalam iklan adalah dengan membuat slogan yang menjadi ciri khas produk tersebut. Menurut Jusuf Sjarif Badudu (2005: 103) slogan adalah rangkaian kata atau kalimat pendek yang mempunyai arti dan bunyi yang menarik agar mudah diingat. Selaras dengan penjelasan tersebut, slogan dalam iklan digunakan agar masyarakat selalu mengingat produk yang ditawarkan setiap mendengar atau melihat slogan tersebut. Produk-produk iklan yang banyak menerapkan slogan adalah produk iklan minuman.

Dalam produk iklan-iklan minuman tersebut, slogan seakan menjadi ciri khas dari produk-produk minuman yang ditawarkan sehingga menimbulkan kesan

bagi para konsumennya. Sehingga saat masyarakat mendengar slogannya, mereka langsung mengetahui slogan tersebut dari produk iklan minuman apa. Dengan begitu, fungsi iklan sebagai salah satu media penyampaian informasi sangat tepat dan sesuai.

Hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan slogan iklan adalah penggunaan bahasa untuk menyusun kalimat yang menarik agar dapat memberikan kesan, serta membangkitkan perhatian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Selain penyusunan kalimat dalam pembuatan slogan, makna yang ingin disampaikan dalam slogan juga harus berhubungan dengan produk yang ditawarkan. Dengan begitu, informasi yang ada dalam sebuah slogan dan produk yang diiklankan dapat tersampaikan dengan jelas, sehingga masyarakat mampu memahami makna yang ingin disampaikan dalam iklan produk yang ditawarkan.

Slogan-slogan iklan tersebut tentu memiliki makna tersendiri yang berguna untuk memberitahukan kepada konsumen keunggulan dari produk yang ditawarkan. Untuk memahami sebuah makna bahasa dalam slogan iklan, kajian linguistik yang dapat digunakan adalah bidang semantik. Semantik merupakan kajian bahasa yang memfokuskan kajiannya pada bidang makna. Kridalaksana (2008: 216) mengatakan bahwa semantik adalah bagian dari struktur bahasa yang berhubungan dengan makna ungkapan atau wicara, sistem, atau penyelidikan makna suatu bahasa pada umumnya. Sehingga dengan menggunakan kajian semantik, makna suatu bahasa yang digunakan dalam slogan dapat diketahui dan dipahami lebih jelas lagi. Adapun ragam makna yang dapat dikaji dalam semantik yaitu makna leksikal, gramatikal, referensial, dan non-referensial.

Adapun penelitian relevan yang mengulik makna semantik dalam slogan iklan dengan menggunakan berbagai macam pendekatan yaitu seperti “Analisis Slogan Pada Iklan Rokok di Televisi” oleh Windra Eki Yusnadi, Asih RiaNingsih, dan Rita Arianti pada tahun 2022 yang membahas mengenai makna leksikal, gramatikal dan makna kontekstual dalam slogan iklan rokok. Selain itu adapun penelitian relevan yang berjudul “Makna Gramatikal pada Slogan Detergen Daia: Kajian Semantik (Gramatical Meaning of Slogan Daia’s Detergent: Semantic Study) oleh Nanda Riska Dwi Aprilia dan Nurul Fauziyah pada tahun 2022 yang membahas mengenai makna gramatikal pada slogan Detergen Daia.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk menganalisis makna dari slogan-slogan pada iklan produk minuman yang seringkali muncul di televisi. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan membedakan jenis makna dari slogan produk minuman dan mengklasifikasikannya kepada jenis-jenis ragam makna yang terdapat dalam kajian semantik.

## **METODE PENELITIAN**

Sugiyono (2013: 2) menyatakan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi inquiri yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus serta multimetode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan

kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif (Sidiq, dkk, 2019: 4). Secara singkat, penelitian kualitatif bertujuan untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui aplikasi prosedur ilmiah secara sistematis.

Sidiq, dkk (2019: 13) menjelaskan bahwa deskriptif merupakan sifat dari kualitatif, yaitu data yang diperoleh (berupa kata-kata, gambar, perilaku) tidak dituangkan dalam bentuk bilangan atau angka statistik, melainkan tetap dalam bentuk kualitatif dan atau uraian. Tugas utama penelitian deskriptif adalah memaparkan atau menggambarkan apa adanya yang didapat pada saat penelitian dilakukan (Sukardi, dalam Abdullah 2018: 1). Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan makna semantik yang terdapat dalam slogan iklan produk minuman berbahasa Indonesia dengan memfokuskan pada makna leksikal, gramatikal, referensial, dan nonreferensial. Teknik yang digunakan untuk memperoleh data penelitian adalah teknik dengan metode simak dan catat.

Tahap pertama, peneliti menyimak slogan-slogan pada iklan produk minuman berbahasa Indonesia. Selanjutnya peneliti mencatat setiap data yang diperoleh dari hasil menyimak yang berupa kalimat slogan pada iklan tersebut. Setelah data diperlukan terkumpul, tahap selanjutnya yaitu peneliti mulai melakukan analisis data dengan membedakan serta mengartikan makna pada slogan iklan produk minuman. Sampai pada tahap terakhir yaitu mendeskripsikan secara deskriptif data-data yang telah dianalisis.

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

No	Merk Minuman	Slogan
1.	Luwak White Coffee	Kopi Nikmat Tidak Bikin Kembung
2.	Yakult	Cintai Ususmu Minum Yakult Tiap Hari
3.	Teh Pucuk	Rasa Teh Terbaik Ada di Pucuknya
4.	Good Day	Karena Hidup Banyak Rasa
5.	The Gelas	Alaminya Berikan Semua Kebaikan
6.	Mizone	Bantu Semangat Ok Lagi
7.	Energen	Nutrisi Setiap Hari
8.	Aqua	Kebaikan Berawal Dari Sini
9.	Marjan	Segarnya Marjan Satukan Semangat Hari Raya
10.	Ades	Cintai Air Cintai Hidup

No.	Kata	Makna	Analisis
<b><i>Kopi Nikmat Tidak Bikin Kembung</i></b>			
1.	Kopi	Referensial	Kata /kopi/ mengacu pada minuman
2.	Nikmat	Leksikal	Kata /nikmat/ berarti enak; lezat
3.	Tidak	Leksikal	Kata /tidak/ berarti menyatakan penyangkalan
4.	Bikin	Leksikal	Kata /bikin/ bermakna buat
5.	Kembung	Referensial	Kata /kembung/ menacu pada perut yang berisi angin
<b>Kesimpulan</b>	<b>Kalimat “Kopi Nikmat Tidak Bikin Kembung”</b>		

	<b>bermakna jika seseorang meminum produk kopi ini tidak akan membuat perut kembung.</b>
--	--

No.	Kata	Makna	Analisis
<b><i>Cintai Ususmu Minum Yakult Tiap Hari</i></b>			
1.	Cintai	Gramatikal	Kata /cintai/ terbentuk dari kata dasar ‘cinta’ dengan imbuhan sufiks ‘-i’ yang bermakna sayang.
2.	Ususmu	Referensial	Kata /ususmu/ mengacu pada usus seseorang yang meminum produk ini.
3.	Minum	Leksikal	Kata /minum/ bermakna memasukkan air (atau benda cair) ke dalam mulut dan meneguknya.
4.	Yakult	Referensial	Kata /yakult/ mengacu pada nama produk minuman yang diiklankan.
5.	Tiap	Leksikal	Kata /tiap/ bermakna satu; saban.
6.	Hari	Leksikal	Kata /hari/ bermakna waktu dari pagi sampai pagi lagi (yaitu satu edaran bumi pada sumbunya, 24 jam)
<b>Kesimpulan</b>	<b>Kalimat “Cintai Ususmu Minum Yakult Tiap Hari” bermakna jika seseorang mencintai ususnya, maka harus meminum Yakult tiap hari.</b>		

No.	Kata	Makna	Analisis
<b><i>Rasa Teh Terbaik Ada di Pucuknya</i></b>			
1.	Rasa	Leksikal	Kata /rasa/ bermakna sifat rasa suatu benda
2.	Teh	Leksikal	Kata /teh/ bermakna pohon kecil, tumbuh di alam bebas, daunnya berbentuk jorong atau bulat telur, pucuknya dilayukan dan dikeringkan untuk dibuat minuman (di pabrik dan sebagainya)
3.	Terbaik	Gramatikal	Kata /terbaik/ terbentuk dari kata dasar ‘baik’ yang diberi imbuhan prefiks ‘ter-’ sehingga memiliki makna paling baik.
4.	Ada	Leksikal	Kata /ada/ bermakna hadir; telah sedia
5.	Di Pucuknya	Referensial	Kata /di pucuknya/ mengacu pada pucuk pohon teh
<b>Kesimpulan</b>	<b>Kalimat “Rasa Teh Terbaik Ada di Pucuknya” bermakna bahwa dari pucuk pohon teh dapat menghasilkan rasa teh yang paling baik..</b>		

No.	Kata	Makna	Analisis
<b><i>Karena Hidup Perlu Banyak Rasa</i></b>			
1.	Karena	Non-referensial	Kata /karena/ merupakan kata penghubung yang menandai sebab atau alasan.
2.	Hidup	Leksikal	Kata /hidup/ bermakna masih terus ada, bergerak, dan bekerja sebagaimana mestinya (tentang manusia, binatang, tumbuhan, dan sebagainya)
3.	Perlu	Leksikal	Kata /perlu/ bermakna harus; usah; penting (ada gunanya, harus ada, dan sebagainya)
4.	Banyak	Leksikal	Kata /banyak/ bermakna besar jumlahnya; tidak sedikit
5.	Rasa	Leksikal	Kata /rasa/ dbermakna pendapat (pertimbangan) mengenai baik atau buruk, salah atau benar.
<b>Kesimpulan</b>	<b>Kalimat “Karena Hidup Perlu Banyak Rasa” bermakna bahwa dalam hidup, seseorang memerlukan banyak rasa untuk menikmati hidupnya.</b>		

No.	Kata	Makna	Analisis
<b><i>Alaminya Berikan Semua Kebaikan</i></b>			
1.	Alaminya	Gramatikal	Kata /alaminya/ terbentuk dari kata dasar ‘alami’ yang mengalami imbuhan sufiks ‘-i’ yang bermakna bersangkutan dengan alam; bersifat alam; wajar;
2.	Berikan	Gramatikal	Kata /berikan/ terbentuk dari kata dasar ‘beri’ yang mengalami imbuhan sufiks ‘-kan’ yang bermakna menyerahkan (membagikan, menyampaikan) sesuatu:
3.	Semua	Leksikal	Kata /semua/ bermakna segala; sekalian:
4.	Kebaikan	Gramatikal	Kata /kebaikan/ terbentuk dari kata dasar ‘baik’ yang mengalami imbuhan konfiks ‘ke-’ dan ‘-an’ yang bermakna sifat baik; perbuatan baik:
<b>Kesimpulan</b>	<b>Kalimat “Alaminya Berikan Semua Kebaikan” bermakna bahwa sumber kebaikan berasal dari alam.</b>		

No.	Kata	Makna	Analisis
<b><i>Bantu Semangat Ok Lagi</i></b>			
1.	Bantu	Leksikal	Kata /bantu/ bermakna tolong; penolong.
2.	Semangat	Leksikal	Kata /semangat/ bermakna roh kehidupan

			yang menjiwai segala makhluk, baik hidup maupun mati (menurut kepercayaan orang dulu dapat memberi kekuatan).
3.	Ok	Non-referensial	Kata /ok/ berasal dari bahasa Inggris 'okay' yang bermakna 'baik'.
4.	Lagi	Leksikal	Kata /lagi/ bermakna sedang (dalam keadaan melakukan dan sebagainya); masih.
<b>Kesimpulan</b>		<b>Kalimat "Bantu Semangat Ok Lagi" bermakna jika meminum produk minuman ini maka dapat membangkitkan semangat lebih baik lagi pada seseorang.</b>	

No.	Kata	Makna	Analisis
<i>Nutrisi Setiap Hari</i>			
1.	Nutrisi	Leksikal	Kata /nutrisi/ bermakna proses pemasukan dan pengolahan zat makanan oleh tubuh.
2.	Setiap	Gramatikal	Kata /setiap/ terbentuk dari kata dasar 'tiap' yang mengalami imbuhan prefiks 'se-' yang bermakna satu; saban.
3.	Hari	Leksikal	Kata /hari/ bermakna waktu dari pagi sampai pagi lagi (yaitu satu edaran bumi pada sumbunya, 24 jam).
<b>Kesimpulan</b>		<b>Kalimat "Nutrisi Setiap Hari" bermakna bahwa seseorang setiap hari membutuhkan banyak nutrisi.</b>	

No.	Kata	Makna	Analisis
<i>Kebaikan Berawal Dari Sini</i>			
1.	Kebaikan	Gramatikal	Kata /kebaikan/ terbentuk dari kata dasar 'baik' yang mengalami imbuhan konfiks 'ke-' dan '-an' yang bermakna sifat baik; perbuatan baik:
2.	Berawal	Gramatikal	mengalami imbuhan prefiks 'ber-' yang bermakna ada awalnya; bermula.
3.	Dari	Leksikal	Kata /dari/ bermakna kata yang menyatakan asal kedatangan.
4.	Sini	Leksikal	Kata /sini/ bermakna tempat ini.
<b>Kesimpulan</b>		<b>Kalimat "Kebaikan Berawal Dari Sini" bermakna bahwa produk minuman ini mengandung banyak kebaikan.</b>	

No.	Kata	Makna	Analisis
<i>Segarnya Marjan Satukan Semangat Hari Raya</i>			
1.	Segarnya	Gramatikal	Kata /segarnya/ terbentuk dari kata dasar 'segar' yang mengalami imbuhan sufiks '-'

			nya' yang bermakna berasa nyaman dan ringan (tentang perasaan badan); perbuatan baik:
2.	Marjan	Referensial	Kata /marjan/ mengacu pada nama produk minuman yang diiklankan.
3.	Satukan	Gramatikal	Kata /satukan/ terbentuk dari kata dasar 'satu' yang mengalami imbuhan sufiks '-kan' yang bermakna
4.	Semangat	Leksikal	Kata /semangat/ bermakna roh kehidupan yang menjiwai segala makhluk, baik hidup maupun mati (menurut kepercayaan orang dulu dapat memberi kekuatan).
5.	Hari Raya	Referensial	Kata /hari raya/ mengacu pada perayaan hari besar umat islam.
<b>Kesimpulan</b>	<b>Kalimat "Segarnya Marjan Satukan Semangat Hari Raya" bermakna jika ingin membangkitkan semangat di hari raya, maka harus menikmati kesegaran marjan.</b>		

No.	Kata	Makna	Analisis
<i>Cintai Air Cintai Hidup</i>			
1.	Cintai	Gramatikal	Kata /cintai/ terbentuk dari kata dasar 'cinta' dengan imbuhan sufiks '-i' yang bermakna sayang.
2.	Air	Leksikal	Kata /air/ bermakna cairan jernih tidak berwarna, tidak berasa, dan tidak berbau yang terdapat dan diperlukandalam kehidupan manusia, hewan, dan tumbuhan yang secara kimiawi mengandung hidrogen dan oksigen;
3.	Cintai	Gramatikal	Kata/cintai/ terbentuk dari kata dasar 'cinta' dengan imbuhan sufiks '-i' yang bermakna sayang.
4.	Hidup	Leksikal	Kata /hidup/ bermakna masih terus ada, bergerak, dan bekerja sebagaimana mestinya (tentang manusia, binatang, tumbuhan, dan sebagainya).
<b>Kesimpulan</b>	<b>Kalimat "Cintai Air Cintai Hidup" bermakna jika seseorang mencintai hidupnya, maka ia harus mencintai air juga.</b>		

Data yang diperoleh peneliti di atas merupakan klasifikasi ragam makna yang ada pada slogan produk minuman berbahasa Indonesia. Makna leksikal adalah makna yang sesuai dengan kamus atau dapat dikatakan sebagai makna yang sebenarnya. Makna gramatikal yaitu makna yang terjadi melalui proses afiksasi pada kalimat slogan produk minuman berbahasa Indonesia tersebut. Makna referensial merupakan makna yang mengacu pada referen atau acuan pada

setiap kata dalam kalimat slogan tersebut. Makna nonreferensial adalah makna yang tidak memiliki referen atau acuan, bisa dikatakan kebalikan dari makna referensial, makna nonreferensial dapat berupa kata konjungsi atau preposisi.

Hasil dari analisis data dalam kajian semantik pada penelitian slogan iklan produk minuman berbahasa Indonesia, peneliti menemukan empat makna yaitu makna leksikal, gramatikal, referensial, dan nonreferensial. Pada penelitian kajian semantik ini membuktikan bahwa peneliti mampu menemukan keempat makna tersebut dalam slogan produk minuman berbahasa Indonesia. Peneliti menganalisis data dengan cara mencari makna kata-kata yang terkandung dalam setiap slogan produk minuman berbahasa Indonesia tersebut. Makna leksikal yang terdapat pada kata dalam data tersebut berjumlah 24 kata, makna gramatikal berjumlah 12 kata, makna referensial berjumlah 7 kata, dan makna nonreferensial berjumlah 2 kata.

## **KESIMPULAN**

Dalam pembuatan slogan iklan, penggunaan bahasa perlu diperhatikan untuk menyusun kalimat yang menarik agar dapat memberikan kesan, serta membangkitkan perhatian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Slogan-slogan iklan tersebut pasti memiliki makna tersendiri yang berguna untuk memberitahukan kepada konsumen keunggulan dari produk yang ditawarkan. Dalam ilmu linguistik, semantik adalah ilmu tentang makna kata. Makna berdasarkan beberapa kriteria dan sudut pandang, diantaranya yaitu berdasarkan jenis semantiknya makna dibedakan antara makna leksikal dan makna gramatikal, sedangkan berdasarkan ada atau tidaknya referen pada kata dibedakan menjadi makna referensial dan makna nonreferensial.

Berdasarkan hasil penelitian pada 10 slogan iklan produk minuman berbahasa Indonesia, peneliti menemukan empat makna pada slogan tersebut diantaranya makna leksikal sebanyak 24 kata, gramatikal sebanyak 12 kata, referensial sebanyak 7 kata, dan nonreferensial sebanyak 2 kata.

## **REFERENSI**

- Amilia, F., & Anggraeni, A. W. (2019). *Semantik: Konsep dan Contoh Analisis*. PustakaAbadi.
- Chaer, A., & Muliastuti, L. (2014). *Makna dan semantik*. Semantik Bahasa Indonesia, 1-39.
- Chaer, A. (2013). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Rineka Cipta. Badudu
- Dewi, W. W. R. (2009). *Semantik Bahasa Indonesia*. Klaten: PT Macana Jaya Cemerlang.
- Dia, E. E. (2022). *Kategori Makna Leksikal Verba pada Iklan Produk Kecantikan MS Glow*. Journal of Education Research, 3(1), 1-12.
- J. S. (2005). *Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan*. Bandung: CV Nawaputra.
- Kemal, I. (2013). *Makna Kontekstual Bahasa Iklan Rokok di Televisi*. Visipena, 4(11), 1-20.
- Kridalaksana, H. (1993). *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kridalaksana, H. (2008). *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

- Nafinuddin, S. (2020). *Pengantar Semantik (Pengertian, Hakikat, Jenis). Pengantar Semantik*, 1-21
- Saputra, A., & Firmansyah, D. (2021). *ANALISIS SEMANTIK PADA PUISI "MATA AIR" KARYA HERWAN FR.* *Basastra*, 10(3), 279-291.
- Septiana, P. M., & Page, S. M. (2017). *MAKNA REFERENSIAL DAN NONREFERENSIAL PADA LIRIK LAGU SUNDA "MAWAR BODAS"*. 498-811.
- Sidiq, dkk. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan.* Ponorogo: CV Nata Karya.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Suhardi. (2015). *Dasar-Dasar Ilmu Semantik.* Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sukardi. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Tarigan, H. G. (2016). *Pengajaran semantik.* Bandung: Angkasa.