



AUFKLARUNG: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya



E-ISSN: 2808-7100, P-ISSN: 2808-7674

Volume 2, No 3, Tahun 2023

ANALISIS SEMANTIK DALAM IKLAN “RAMAYANA RAMADHAN MENUJU LEBARAN (2018)”

Heryani¹, Dika Ayu wulandari²

^{1,2}, Institut Ilmu Kesehatan Pelamonia
Corresponding author: Heryaniery43@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan makna atau semantik yang terdapat pada iklan Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa pengamatan dan analisis iklan Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran pada kanal YouTube yang mengandung informasi-informasi penggunaan makna dalam ilmu semantik. Berdasarkan kajian semantik yang dilakukan dengan menganalisis makna leksikal, denotatif dan konotatif pada iklan “Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran” maka dapat diketahui maksud sebenarnya dari iklan tersebut. Iklan “Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran” mengusung tema jelang lebaran yang di mana orang-orang akan sibuk mudik dan mempersiapkan diri untuk menyambut hari raya idul fitri.

Kata kunci: Makna; Semantik; Iklan; Ramayana

Abstract

This study aims to describe the meaning or semantics contained in the Ramayana Ramadan Menuju Lebaran advertisement. This research method uses a qualitative descriptive approach, with data collection techniques consisting of observation and analysis of the Ramayana Ramadan Menuju Lebaran advertisement on a YouTube channel containing information on the use of meaning in semantics. Based on the semantic study conducted by analyzing the lexical, denotative, and connotative meanings of the "Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran" advertisement, the advertisement's true meaning can be understood. The "Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran" advertisement carries the theme of the approaching Eid al-Fitr, when people will be busy returning home and preparing to welcome the Eid al-Fitr holiday.

Keywords: Meaning; Semantics; Advertisement; Ramayana

1. Pendahuluan

Bahasa adalah sistem komunikasi yang sangat penting bagi manusia, baik itu tertulis atau lisan. Menurut Noor (2010) bahasa digunakan sebagai alat yang paling efektif untuk menyampaikan informasi dan berhubungan dengan masyarakat. Bahasa digunakan untuk mengkomunikasikan mengenai suatu hal tentang apa yang terjadi yang kemudian menyatakan hubungannya di luar bahasa. Bahasa adalah alat komunikasi yang digunakan manusia untuk saling berinteraksi satu sama lain.

Iklan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi yang berkaitan langsung dengan masyarakat dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyampaiannya. Periklanan dapat digambarkan sebagai media promosi yang dimanfaatkan oleh para pebisnis dalam menarik minat konsumen agar mendapatkan keuntungan sebagai hasilnya. Iklan merupakan pengemasan informasi yang berisi pesan menawarkan suatu produk barang /jasa agar menarik dan mempengaruhi seseorang untuk membeli/menggunakan produk tersebut. Iklan ditujukan kepada masyarakat lewat berbagai media diantaranya poster maupun tayangan televisi.

Vera (2014:43) mencatat bahwa periklanan adalah bagian dari komunikasi, yang pada intinya terdiri dari penyampaian pesan yang berisi informasi tentang suatu produk, barang atau jasa. Iklan disajikan secara meyakinkan dan dimaksudkan untuk mempengaruhi kelompok sasaran. Oleh karena itu, iklan biasanya ditampilkan di media cetak atau elektronik agar dapat dikonsumsi oleh khalayak yang banyak dalam waktu yang bersamaan. Dengan demikian jelaslah bahwa periklanan telah memainkan peran yang menentukan dalam dunia bisnis saat ini. Oleh karena itu, analisis menyeluruh terhadap fungsi bahasa iklan membantu untuk lebih memahami dan merancang iklan yang efektif. Jadi studi menyeluruh tentang fitur bahasa iklan membantu meningkatkan pemahaman dan perancangan iklan yang sukses. Untuk dapat menarik minat masyarakat iklan harus dibuat semenarik mungkin dan mudah dipahami oleh khalayak ramai.

Pada jaman sekarang ini iklan sudah menjadi hal wajib bagi setiap industri dan perusahaan-perusahaan yang memiliki produk ataupun jasa. Masyarakat sudah tidak asing lagi dengan iklan, bukan hanya di televisi, namun iklan juga banyak beredar di jalanan baik itu poster, baliho, papan reklame, dan lain sebagainya. Dalam dunia industri pengiklanan berlomba-lomba untuk membuat iklan kreatif dan semenarik mungkin agar konsumen minat dengan hal yang diiklankan tersebut. Iklan yang sukses adalah iklan yang berhasil menarik banyak konsumen. Biasanya pengiklan menggunakan kata-kata serta kalimat-kalimat unik dan tidak biasa agar iklannya lebih berkesan sehingga sering kali produk yang diiklankan tampak dilebih-lebihkan dan tidak sesuai dengan aslinya.

Kalimat yang digunakan dalam iklan seringkali mengandung makna tertentu yang bukan makna sebenarnya. Untuk itulah mengapa iklan sangat berkaitan dengan semantik karena ilmu semantik merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk menganalisis isi sebuah iklan agar dapat memahami makna sesungguhnya dari iklan tersebut. Dalam iklan Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran terdapat makna-makna semantik yang tidak setiap orang bisa langsung memahami maksudnya. Masyarakat luas seringkali memiliki perspektifnya masing-masing mengenai suatu hal, termasuk dalam mengartikan tujuan dari sebuah iklan. Dengan adanya kajian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta membantu terkait dengan ilmu semantik serta makna-maknanya.

Secara etimologi semantik berarti pembelajaran mengenai makna tanda. Istilah semantik berasal dari bahasa Yunani yaitu “semanticos” yang memiliki arti memberikan tanda penting. Semantik adalah bagian dari ilmu bahasa yang mengkaji bagian struktur bahasa yang berhubungan dengan makna ungkapan serta pengaruhnya dalam masyarakat. Dalam iklan terdapat makna semantik yang menurut saya sangat menarik untuk dianalisis. Meskipun iklan Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran sudah terhitung cukup lama sejak pembuatannya, namun iklan tersebut masih ramai diperbincangkan terutama pada salah satu media sosial yang sangat populer yaitu tiktok. Lagu yang ada pada iklan Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran menjadi sound di kanal tersebut dan banyak digunakan oleh masyarakat TikTok. Dengan demikian melalui kajian ini hendak membahas tentang makna-makna semantik yang ada pada iklan tersebut.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Bogdan dan Tailor seperti yang dikutip oleh Moeloeng, mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai proses atau langkah-langkah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan (Moeloeng, Lexy J 2002: 112). Pada proses pengumpulan data menggunakan cara yang dalam metodologi penelitian sering disebut dengan metode atau teknik. Metode dan teknik merupakan cara dalam upaya mengolah data. Penelitian ini mengkaji data yang ada yaitu berupa video iklan “Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran” yang ditayangkan pada televisi serta diunggah pada kanal YouTube. Kajian pada penelitian ini fokus terhadap beberapa jenis makna pada pendekatan semantik yaitu makna leksikal dan makna konotasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah mengamati, menyimak, serta mencatat sumber yang ditemukan melalui media kanal YouTube berupa video iklan salah satu pusat perbelanjaan bernama Ramayana.

3. Hasil dan Pembahasan

Analisis Makna pada lagu Lathi karya Weird Genius dengan menggunakan teori Semiotika Roland Barthes untuk menentukan makna leksikal, makna konotatif, serta makna denotatif pada iklan *Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran*.

Berdasarkan analisis terhadap makna semantik pada iklan *Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran* terdapat beberapa makna semantik dalam iklan tersebut yaitu makna leksikal, makna denotatif dan makna konotatif. Iklan *Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran* merupakan iklan yang hanya berisi lagu dengan lirik yang dibuat agar sesuai dengan tema dari iklan tersebut.

Berikut lirik lagu dari iklan
Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran.
Kerja lembur bagi kuda
Sampai lupa orang tua
Oh hati terasa durhaka
Maksud hati bahagiakan orang tua
Apa daya dipalak preman
Pusing sudah ini kepala
Sungguh kejam itu preman
Kadang hidup sungguh nestapa
Namun asa tetap ada
Belanja di Ranayana 80% diskonnya
Pilihan lengkap untuk keluarga
Ramayana Oh Ramayana
Pulang mudik gemilang berjaya
Bawa berkah untuk keluarga

Makna Leksikal (semantik leksikal), makna Denotatif dan Makna Konotatif pada Iklan Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran (2018)

Analisis pemaknaan leksikal, denotatif, dan konotatif pada iklan “Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran” menggunakan teori Semiotik Roland Barthes adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Pemaknaan Leksikal

Lirik Iklan	Kata	Makna Leksikal
Kerja lembur bagi kuda	Kerja	Aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan uang / penghasilan

Sampai lupa orang tua	Orang tua	Sosok ayah dan ibu kandung
Oh hati terasa durhaka	Durhaka	Ingkar terhadap perintah (orang tua, Tuhan, dll) / tidak berbakti kepada orang tua
Sungguh kejam itu preman	Preman	Sekelompok orang yang mendapatkan penghasilan dengan cara memeras masyarakat
Pusing sudah ini kepala	kepala	Bagian paling atas tubuh yang terdapat mata, telinga, hidung, dan mulut.
Belanja di Ramayana 80% diskonnya	Diskon	Potongan harga pada suatu barang/jasa yang ditawarkan pada beberapa periode waktu tertentu.
Pulang mudik gemilang berjaya	Mudik	Kegiatan pulang ke kampung halaman oleh imigran di waktu-waktu tertentu (libur panjang, cuti bersama, dan lain sebagainya).
Bawa berkah untuk keluarga	Keluarga	Sekelompok orang yang tinggal bersama dalam satu rumah/ orang yang memiliki hubungan kekerabatan baik karena menikah ataupun hubungan antara orang tua dan anak.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pemaknaan leksikal pada lirik lagu dalam iklan “Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran” hampir ada di setiap baris kalimat. Pada setiap baris terdapat kata yang mengandung makna leksikal. Penggalan lirik yang terdapat pada iklan “Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran” adalah makna leksikal dalam bahasa karena menggambarkan makna sebenarnya atau apa adanya. Makna yang ada pada kalimat dalam tabeldi atas dapat langsung dipahami dengan hanya membaca ataupun mendengar kalimat tersebut. Tidak terdapat makna kiasan maupun makna dengan maksud lain dalam lirik iklan tersebut.

Tabel 2
Pemaknaan Denotatif dan Konotatif pada iklan “Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran”

Lirik Iklan	Makna Denotatif	Makna Konotatif
Kerja lembur bagi kuda	Berkerja keras seperti kuda	Tidak berhenti bekerja karena pekerjaan lembur

Sampai lupa orang tua	Melupakan orang tua	Tidak sempat memikirkan atau ingat dengan orang tua akibat terlalu sibuk bekerja
Oh hati terasa durhaka	Merasa durhaka	Perasaan bersalah karena telah mengabaikan orang tua
Maksud hati bahagiakan orang tua	Niat ingin membahagiakan orang tua	Keinginan untuk membahagian orang tua namun tidak dapat tercapai
Apa daya dipalak preman	Terkena palak oleh preman	Pasrah saat dimintai uang oleh preman
Kadang hidup sungguh nestapa	Terkadang dalam hidup adakesusahan	Perasaan kasihan terhadap dirisendiri karena mengalami hal menyedihkan dalam hidupnya
Namun asa tetap ada	Tetap ada harapan	Selalu ada harapan disetiap masalah atau kesusahan yang terjadi
Belanja di Ramayana 80% diskonya	Dengan berbelanja di Ramayana akan mendapatdiskon sebesar 80%	Solusi dari permasalahan adalah dengan berbelanja di Ramayana
Pilihan lengkap untuk keluarga	Terdapat banyak pilihan Sehingga cocok untuk keluarga	Sesuai dengan segala umur, baik anak-anak,remaja, maupun dewasa
Pulang mudik gemilang berjaya	Pulang ke kampung halaman	Pulang ke kampung halaman dengan perasaan senang
Bawa berkah untuk keluarga	Membawa berkah untuk keluarga	Membuat keluarga bahagia

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat pemaknaan denotatif dan konotatif pada setiap barisnya. Makna denotatif dan konotatif pada iklan tersebut memiliki maksud yang mirip namun dalam penyampaian yang berbeda. Pada makna denotatif pada umumnya orang-orang bisa langsung mengerti makna tersebut, tetapi makna konotatif bagi sebagian orang mungkin akan mengartikan dengan pandangan yang berbeda-beda.

5. Kesimpulan

Berdasarkan kajian semantik yang dilakukan dengan menganalisis makna leksikal, denotatif dan konotatif pada iklan “Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran” maka dapat diketahui maksud sebenarnya dari iklan tersebut. Iklan

“Ramayana Ramadhan Menuju Lebaran” mengusung tema jelang lebaran yang di mana orang-orang akan sibuk mudik dan mempersiapkan diri untuk menyambut hari raya idul fitri.

Dalam iklan dapat ditemukan makna denotasi yaitu seorang perantau yang bekerja jauh dari kampungnya hendak berbelanja sebagai oleh-oleh saat pulang mudik nanti untuk keluarganya. Ia menggunakan uang yang sudah dikumpulkan selama bekerja, namun di perjalanan ia dipalak oleh preman hingga uangnya tersisa sedikit saja. Di tengah perasaan putus asa dan kecewa karena tidak dapat membelikan oleh-oleh untuk keluarganya, ia mendapatkan solusi dari permasalahannya yaitu dengan berbelanja di Ramayana yang merupakan pusat perbelanjaan lengkap dengan diskon besar sehingga uang yang tersisa cukup untuk membeli banyak barang di sana. Untuk makna konotasi yang terdapat dalam iklan yaitu seseorang yang merasa beratnya hidup diperantauan, sementara ia adalah tulang punggung serta harapan kelurganya.

Menjelang lebaran ia berniat pulang ke kampung halaman dengan membawa oleh-oleh untuk kelurganya, namun sialnya ia kena palak oleh preman jalanan hingga uangnya tersisa sedikit. Meskipun begitu ia tidak ingin mengecewakan keluarganya, ia tetap berusaha membawa oleh-oleh. Untung saja ada Ramayana yang merupakan pusat perbelanjaan lengkap dan berkualitas yang sedang mengadakan diskon besar-besaran. Ia pun tidak perlu khawatir lagi dengan berbelanja di Ramayana, kebutuhannya pun terpenuhi dan keluarganya pasti senang dengan oleh-oleh yang dibawanya.

Daftar Pustaka

- Danandjaja, J. (1991). *Foklor Indonesia: Ilmu Gosip, Dongeng, dll.*. Jakarta: PT Grafiti.
- Daud, W., Arifin, S., & Dahlan, D. (2018). Analisis Tuturan Tradisi Upacara Ladung Bio'Suku Dayak Kenyah Lepo'Tau Di Desa Nawang Baru Kecamatan Kayan Hulu Kabupaten Malinau: Kajian Folklor. *Ilmu Budaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni Dan Budaya*, 2(2), 167–174. Diakses tanggal 16 agustus 2021, pukul 23.47 WIB.
- De Saussure, Ferdinand. 1996. *Cours de Linguistique Generale. Pengantar Linguistik Umum*, (Terjemahan Rahayu S. Hidayat). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Lathief, Halilintar, and Niniek Sumiani HL. 2000. *Tari Daerah Bugis (Tinjauan Melalui Bentuk dan Fungsi)*. Jakarta: Proyek Pengembangan Media

Kebudayaan Direktorat Jendral Kebudayaan Departemen Pendidikan Nasional.

Pudentia, MPSS. (2015). *Metodologi Kajian Tradisi Lisan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia dan Yayasan Asosiasi Tradisi Lisan.

Rafiek.2013. *Pengkajian Sastra*. Bandung: Rafiek Aditama.

Solichah. 2019. *Solidaritas Pengikut Ahmadiyah dalam Novel Maryam Karya Okky Madasari*. Kajian Sosiologi Sastra. Jurnal Sastra Indonesia. Yogyakarta.

Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers.

Syarifuddin Dg Tutu (66 tahun), Praktisi Angngaru, wawancara, Gowa 2019.