



ANALISIS MAKNA IKLAN WARDAH DI YOUTUBE

Astini Uyun

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten, Indonesia
astiniuyun@gmail.com

Riwayat Artikel

ABSTRACT

Diterima:

Februari 2021

Revisi:

April 2021

Terbit:

Juni 2021

Keywords:

Lexical Meaning,
Denotative,
Connotative,
Contextual, Wardah
Ads, Youtube.

This research aims to find out the meaning in Wardah advertisement on Youtube. In conducting this research researcher used qualitative research methods. The data source of this study is a quote from Wardah ad on Youtube. The data onto this study were obtained two data, primary data and secondary data. Primary data onto this study are in the form of quotes containing lexical, denotative, connotative and contextual meanings. Meanwhile secondary data onto this study is in the form of information relating to Wardah advertisements obtained through Youtube. Data collection techniques in this study include observing Wardah advertisements with the study of meaning (lexical, denotative, connotative and contextual) by downloading video advertisements from Youtube, recording techniques and note taking. Then it is manuscript and analyzed based on the study of meaning. Based on the results of research conducted in analyzing the meaning of Wardah ads on YouTube there are lexical meanings, denotative meanings, connotative meanings and contextual meanings. Lexical meaning there are Indonesian, English and Korean words which are interpreted into Indonesian using a dictionary. The denotative meaning is in the sentences and utterances in Wardah's advertisements. The connotative meaning is in some pictures which have connotation meaning as a form of invitation. Whereas the contextual meaning is in the situation contained in Wardah's advertisement.

©2021 Pascasarjana Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

How to cite (in APA Style): Uyun, A. (2021). Analisis Makna Iklan Wardah di Youtube. *Teks: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1 (1), 1-14. DOI: <https://doi.org/10.48181/teks.v7i1.21830>

PENDAHULUAN

Perkembangan bahasa searah dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Saat ini semakin disadari bahasa merupakan sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan suatu pikiran, perasaan dan informasi dalam kehidupan bermasyarakat. Bahkan, dalam dunia periklanan bahasa merupakan sarana yang sangat penting dalam memperkenalkan dan memengaruhi orang untuk membeli produk yang ditawarkan.

Salah satu dampak dari informasi yang berkembang pesat melalui media elektronik dan cetak adalah iklan. Iklan menurut Sukirno (2014) adalah alat yang digunakan untuk memperkenalkan barang atau jasa kepada masyarakat dan membujuk agar mau membelinya. Iklan sangat beragam dan dibuat semenarik mungkin demi tersampainya maksud dan tujuan iklan tersebut. Dari yang bersifat bisnis, sosial, politik atau lainnya. Tujuan iklan bukan hanya sebagai media penawaran produk, iklan juga turut berpengaruh dalam membentuk gaya hidup, kebiasaan, selera dan jati diri seseorang masyarakat itu sendiri.

Iklan memiliki peran penting sebagai alat komunikasi. Iklan merupakan alat paling efektif dalam menjangkau sebanyak mungkin konsumen serta untuk mengingatkan konsumen mengenai wujud barang yang diiklankan. Selain berfungsi sebagai alat pengaruh, iklan berfungsi sebagai suatu alat penyampaian informasi baik mengenai produk, jasa maupun informasi lainnya yang berkaitan dengan khalayak ramai. Pembuat iklan berusaha untuk menyampaikan pesan kepada konsumen atau masyarakat dalam bentuk lambing bermakna melalui media massa yang biasanya berupa televisi, radio, Instagram,

Facebook, dan lain sebagainya. Lambang makna yang dimaksud adalah bahasa. Bahasa digunakan sebagai alat komunikasi dalam periklanan walaupun banyak alat komunikasi yang lainnya seperti gambar dan bunyi. Lambing bahasa yang digunakan dalam periklanan memiliki makna tersendiri. Oleh karena itu, seorang konsumen iklan harus mampu mengartikan makna atau informasi yang terdapat dalam sebuah iklan.

Makna merupakan persoalan yang menarik dalam kehidupan sehari-hari, ketika seseorang berbicara dengan orang lain tentulah terkandung sebuah makna bahasa yang dituturkan (Palimbong, 2015). Menurut Aminuddin (2013) makna merupakan hubungan antara bahasa dengan dunia luar yang disepakati oleh beberapa pengguna bahasa sehingga memiliki arti di dalamnya. Hal ini membuktikan bahwa makna tidak selalu berkaitan dengan dunia dalam bahasa saja. Salah satu iklan kosmetik yang memiliki makna di dalamnya adalah iklan Wardah. Analisis iklan dimaksudkan sebagai suatu analisis untuk membongkar maksud-maksud dan makna-makna tertentu dalam bertutur.

Di dalam iklan, apabila seseorang ingin menyampaikan sesuatu, meyakinkan dan memberitahukan sesuatu kepada pembacaanya dengan salah satu cara tuturan yang menarik. Seorang penutur bebas menggunakan bahasa yang hidup dan berkembang di masyarakat. Seorang penutur juga harus dapat memilih kosakata yang akan digunakan dalam komunikasi terutama iklan kosmetik supaya perempuan yang melihat iklan tersebut tertarik untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.

Iklan Wardah di *Youtube* dinilai efektif dalam pemasaran sebuah produk

karena lewat *Instagram* produk tersebut dapat digambarkan secara jelas tentang cara penggunaan dan manfaatnya dengan balutan sebuah cerita pendek yang dapat menarik konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Produsen berlomba-lomba membuat sebuah iklan yang unik dari segi konsep iklan, konteks iklan, serta pilihan bahasa yang digunakan dengan waktu yang relatif singkat. Waktu iklan yang relatif singkat tersebut mendorong kreativitas produsen untuk membuat sebuah iklan yang dapat menggambarkan produk yang ditawarkan.

Setiap produk yang diiklankan tidak hanya membuat sebuah bentuk bahasa iklan yang baik, tetapi membuat sebuah iklan yang sedemikian rupa supaya menarik konsumen. Pemahaman konsumen dapat dikaji melalui pemahaman makna terdapat dalam iklan. Pemahaman makna dalam iklan dapat dikaji melalui analisis semantik berupa analisis makna dalam iklan kosmetik. Dalam analisis makna kita akan menemukan beberapa jenis makna di antaranya adalah makna leksikal, makna denotatif, makna konotatif dan makna kontekstual.

Salah satu iklan yang menarik adalah iklan produk kosmetik Wardah yang terdapat di *Youtube*. Revolusi industri pada 4.0 membawa dampak dalam teknologi informasi. Teknologi informasi yang sedang marak digunakan oleh masyarakat adalah media sosial salah satunya adalah *Youtube*, masyarakat Indonesia memanfaatkan *Youtube* sebagai media jual beli *online* salah satunya adalah dalam penjualan kosmetik. Beragamnya jenis kosmetik yang digunakan konsumen membuat produsen bersaing dalam bentuk tuturan yang indah dalam memasarkan produknya dengan menggunakan bahasa iklan.

Bahasa iklan adalah bahasa yang sengaja dibuat sedemikian rupa sehingga dapat mempengaruhi calon konsumennya. Bahasa iklan digunakan untuk mempresentasikan dari produk yang ditawarkan. Bahasa iklan akan berpengaruh terhadap produk, jasa dan ide yang ditawarkan. Tasruddin (2015) iklan akan mengalami pemasaran lebih kondusif apabila pihak perusahaan periklanan maupun media massa memiliki preferensi yang tepat dalam memahami urgensi kegiatan terhadap keberhasilan "menjual iklan" ke konsumen. Artinya bahwa bahasa iklan akan menentukan berhasil atau tidaknya terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Bahasa dalam periklanan harus mampu bersinergi dengan produk yang ditawarkan. Bahasa iklan harus mampu mempunyai daya tarik tersendiri sebagai bentuk promosi. Kegiatan promosi dilakukan untuk membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan yang berdampak pada hasil penjualan. Promosi iklan membutuhkan strategi yang mantap. Salah satunya dengan menggunakan bahasa yang menarik.

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu menganalisis makna dalam iklan Wardah di *Youtube*. Alasan penulis tertarik melakukan penelitian tersebut dikarenakan kosmetik tersebut banyak diminati konsumen hal ini dibuktikan dengan tersebarnya di berbagai daerah di Indonesia, iklan-iklan yang ditampilkan di *Youtube* menggunakan kata-kata yang indah dan model-model yang cantik sehingga menggugah hati yang melihat. Ternyata dalam iklan tersebut terdapat tuturan yang memiliki makna yang perlu diteliti. Selain itu, berdasarkan pengamatan

penulis pada iklan Wardah kosmetik di *Youtube* terdapat banyak sekali kata-kata yang mengandung makna yang digunakan untuk menarik minat konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Makna leksikal menurut Rahmawati, Nur dan Didah Nurhamidah (2018) adalah makna kata atau laksem sebagai lambang benda, peristiwa, objek dan lain-lain. Makna ini dimiliki unsur bahasa lepas dari penggunaan atau konteksnya. Misalnya makna tikus bermakna "binatang pengerat yang bisa menyebabkan penyakit tifus. Makna leksikal juga bisa diartikan sebagai makna yang terdapat di dalam kamus, yakni makna yang mewakili sebuah kata.

Makna denotasi menurut Kridalaksana (Pateda, 2001) menyatakan bahwa makna denotatif adalah makna kata atau kelompok kata yang didasarkan atas hubungan lugas antara satuan bahasa dan wujud di luar bahasa yang diterapi satuan bahasa itu secara tepat. Makna denotatif adalah makna polos, makna apa adanya, sifatnya objektif. Sedangkan menurut Tarigan (1995) menyatakan bahwa denotatif suatu kata merupakan makna-makna yang bersifat umum, tradisonal dan pre-sensasional. Denotasi-denotasi tersebut merupakan hasil penggunaan atau hasil pemakaian kata-kata selama berabad-abad; semua itu termuat dalam kamus dan berubah dengan cara yang sangat lambat.

Makna konotasi menurut Rosita (2016) adalah makna yang timbul karena makna konseptual/ denotatif mendapat tambahan-tambahan sikap sosial, sikap diri dalam satu zaman, sikap pribadi, dan kriteria tambahan lainnya. Makna konotatif tidak satu banding satu, tetapi bisa ditafsirkan ganda sesuai dengan tambahan

makna terhadap makna dasar. Oleh karena itu, makna konotatif mungkin berbeda dari suatu zaman ke zaman, dari suatu kelompok masyarakat, dari pribadi ke pribadi, dan dari suatu daerah ke daerah lain.

Sedangkan kontekstual mengisyaratkan bahwa sebuah kata atau simbol ujaran tidak mempunyai makna jika terlepas dari konteks. Kontekstual merupakan satu situasi yang terbentuk karena terdapat *setting*, kegiatan dan relasi. Konteks akan terbentuk jika antara tiga komponen itu saling berinteraksi. Komponen *setting* meliputi waktu dan tempat situasi terjadinya peristiwa berbahasa (Parera: 2004). *Setting* terdiri atas (1) unsur-unsur material yang ada di sekitar interaksi berbahasa, (2) tempat, yakni tata letak dan tata atur barang dan orang, dan (3) waktu, yakni pengaturan urutan waktu dalam peristiwa interaksi berbahasa. Makna kontekstual adalah makna laksem atau kata yang berada di dalam satu konteks (Chaer, 2009).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian yang memberikan gambaran secara jelas mengenai makna iklan kosmetik Wardah. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari iklan Wardah. Adapun data dalam penelitian ini, berupa makna leksika dalam iklan Wardah.

Langkah kerja yang digunakan dalam tahap-tahap penelitian ini mengacu pada pendapat Sudaryanto (2015) bahwa ada tiga tahapan strategis dalam upaya memecahkan masalah penelitian, yaitu (1) tahap pengumpulan data; (2) tahap analisis data; dan (3) tahap penyajian hasil analisis.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga tahapan,

yakni metode simak, teknik sadap, dan teknik catat. Tahap pertama, menggunakan metode simak, metode simak dilakukan dengan cara membaca berulang-ulang tuturan dalam kolom komentar. Tahap kedua, menggunakan teknik sadap dilakukan dengan cara menyadap iklan tersebut dengan mengambil gambar iklan Wardah (*screenshot*). Selanjutnya tahap ketiga, menggunakan teknik catat.

Tahap analisis data, penulis menggunakan metode analisis kontekstual. Menurut Rahardi (2005), metode analisis kontekstual adalah cara-cara analisis yang diterapkan pada data dengan mendasarkan, memperhitungkan, dan mengaitkan identitas konteks-konteks yang ada. Metode analisis kontekstual digunakan untuk mendeskripsikan makna iklan Wardah

Tahap penyajian hasil analisis, dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode informal. Penyajian hasil analisis dilakukan dengan menyajikan deskripsi khas verbal dengan kata-kata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Iklan Wardah Versi "*Perfect Bright Tone Up Cream*"

Deskripsi Iklan Wardah

"Hai, Ayyana."

"*Annyeong*"

"Hari ini kita ikut kamu ya! Abis ini mau ke mana?"

"Mau ke acara penting."

"Kapan?"

"Sekarang!"

"Hah? Emang sempat siap-siap?"

"Kan ada ini." (menunjukkan Wardah *Perfect Bright Tone Up Cream*)

"Dari *trend* kecantikan Korea hadir wardah *Perfect Bright Tone Up Cream* baru! Halal! Buat wajahmu, satu, dua, tiga

kali lebih *bright* seketika! Gak ada kesempatan yang lewat. *Feel the brighter you!*"

Analisis Makna Iklan Wardah Versi "*Perfect Bright Tone Up Cream*"

Analisis Tahap Pertama (Leksikal)

Penulis akan menganalisis tahap pertama yaitu menganalisis makna leksikal pada iklan Wardah versi "*Perfect Bright Tone Up Cream*"

1. *Annyeong* secara leksikal memiliki makna hai atau balasan sapaan dalam bahasa Korea.
2. Kata *Trend* berasal dari bahasa Inggris yang secara leksikal memiliki makna 'gaya masa kini atau mode masa kini'.
3. Kata *Bright* berasal dari bahasa Inggris yang secara leksikal memiliki makna 'cerah'.
4. Kata *Baru* dalam KBBI memiliki makna leksikal memiliki makna belum pernah ada (dilihat) sebelumnya; belum pernah didengar (ada) sebelumnya; belum lama selesai (dibuat, diberikan); belum lama dibeli (dimiliki); belum pernah dipakai; awal.
5. Kata *Halal* dalam KBBI memiliki makna leksikal diizinkan (tidak dilarang oleh syarak); (yang diperoleh atau diperbuat dengan) sah; izin; ampun.
6. Kutipan "*Feel the brighter you*" secara leksikal memiliki makna rasakan (kulit wajah) mu yang lebih bersinar.

Analisis Tahap Kedua (Denotasi)

1. Kutipan wardah *Perfect Bright Tone Up Cream* merupakan makna denotatif karena nama dari salah satu produk Wardah,
2. Kutipan "Buat wajahmu, satu, dua, tiga kali lebih *bright* seketika!" dalam iklan ini memiliki makna denotasi yaitu

dengan menggunakan wardah wajah akan 3x lebih cerah seketika dibandingkan jika tidak menggunakannya.

3. Kutipan "Gak ada kesempatan yang lewat" dalam iklan ini memiliki makna denotasi yaitu dengan menggunakan wardah gak ada kesempatan yang terlewatkan.

Analisis Tahap Ketiga (Konotasi)

Setelah menganalisis iklan melalui tahapan denotasi, penulis akan melakukan analisis iklan wardah versi "*Perfect Bright Tone Up Cream*" dengan pemaknaan konotasi.

Di sini penulis memandang makna konotasi sebagai makna tambahan dari denotasi, perluasan makna yang maknanya mengandung nilai-nilai emosional dan mengarah pada makna-makna kultural.

Makna konotasi dalam iklan ini adalah dengan pengambilan gambar yang disebut *mid shoot* karena gambar yang diambil hanya dari batas kepala sampai pinggang saja. Iklan ini menarik karena model Ayana Jihye Moon menggunakan *Perfect Bright Tone Up Cream* dengan cantik dan wajah yang selalu tersenyum hanya dengan tiga kali oles wajah jadi bersinar sehingga menimbulkan kesan bahwa pilihan yang tepat dalam memilih dan menggunakan Wardah.

Analisis Tahap Keempat (Kontekstual)



Situasi yang terlihat pada iklan Wardah versi *Perfect Bright Tone Up Cream* memperlihatkan model Ayana Jihye Moon yang memiliki kesibukan padat tetapi tetap terlihat cantik hanya dengan tiga kali oles *Perfect Bright Tone Up Cream*. Pada bagian awal iklan di mulai dengan adegan Ayana yang ke luar dari sebuah rumah untuk melakukan aktivitas kemudian ada perempuan lain yang ingin ikut dengan Ayana. Kemudian Ayana menggunakan *Perfect Bright Tone Up Cream* demi mendapatkan kulih tampak cerah seketika hanya dengan tiga kali oles. Hal ini diujarkan oleh Ayana "Lebih *bright* seketika!" dengan memegang produk *Perfect Bright Tone Up Cream*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa iklan ini memiliki makna kontekstual untuk menggunakan *Perfect Bright Tone Up Cream*.

2. Iklan Wardah Versi "*Perfect Bright Moisturizer*"

Deskripsi Iklan

"Wardah *Perfect Bright Moisturizer*"

"*Whitening powder*"

"Selebgram"

"*Bright on Girls*"

"Wajah langsung *bright* sejak usapan pertama dan halal"

"*SPF 28 UV protection*"

Analisis Makna Iklan Wardah Versi "*Perfect Bright Moisturizer*"

Analisis Tahap Pertama (Leksikal)

Penulis akan menganalisis tahap pertama yaitu menganalisis makna leksikal pada iklan Wardah versi "*Perfect Bright Moisturizer*"

1. Kutipan "*Whitening powder*" bersal dari bahasa Inggris secara leksikal memiliki makna 'bedak pemutih'.

2. Kutipan "*Bright on Girls*" berasal dari bahasa Inggris yang secara leksikal memiliki makna 'cerah untuk perempuan'.
3. Kata *Bright* berasal dari bahasa Inggris yang secara leksikal memiliki makna 'cerah'.
4. Kata *Halal* dalam KBBI memiliki makna leksikal diizinkan (tidak dilarang oleh syarak); (yang diperoleh atau diperbuat dengan) sah; izin; ampun.

Analisis Tahap Kedua (Denotasi)

Kutipan wardah *Perfect Bright Moisturizer* merupakan makna denotatif karena nama asli dari salah satu produk Wardah,

1. Kutipan "*Wardah Perfect Bright Moisturizer*" dalam iklan ini memiliki makna denotasi yaitu nama produk dari Wardah.
2. Kutipan "*Selebgram*" dalam iklan ini memiliki makna denotasi karena Ayana merupakan Selebgram atau Selebritis Instagram.
3. Kutipan "*SPF 28 UV protection*" dalam iklan ini memiliki makna denotasi yaitu mengantung SPF 28.
4. Kutipan "*Wajah langsung bright sejak usapan pertama dan halal*" dalam iklan ini memiliki makna dengan menggunakan *Perfect Bright Moisturizer* akan membuat wajah bersinar sejak usapan pertama dan halal.

Analisis Tahap Ketiga (Konotasi)

Setelah menganalisis iklan melalui tahapan denotasi, penulis akan melakukan analisis iklan wardah versi "*Perfect Bright Moisturizer*" dengan pemaknaan konotasi.

Di sini penulis memandang makna konotasi sebagai makna tambahan dari denotasi, perluasan makna yang maknanya mengandung nilai-nilai emosional dan mengarah pada makna-makna kultural.

Makna konotasi dalam iklan ini adalah dengan pengambilan gambar yang disebut *mid shoot* karena gambar yang diambil hanya dari batas kepala sampai pinggang saja. Iklan ini menarik karena model Ayana Jihye Moon menggunakan *Perfect Bright Moisturizer* wajah bersinar sejak usapan pertama dan halal sehingga menimbulkan kesan bahwa pilihan yang tepat dalam memilih *Moisturizer* dari produk Wardah.

Analisis Tahap Keempat (Kontekstual)



Situasi yang terlihat pada iklan Wardah versi *Perfect Bright Moisturizer* memperlihatkan model Ayana Jihye Moon yang tetap terlihat cantik hanya dengan *Perfect Bright Moisturizer* sejak usapan pertama. Pada bagian awal iklan di mulai dengan adegan Ayana mengambil telepon genggam dan bercermin. Kemudian Ayana menggunakan *Perfect Bright Moisturizer* demi mendapatkan kulih tampak cerah sejak usapan pertama karena mengandung *brightening powder* dan halal. Makna kontekstual dalam iklan ini yaitu mengajak perempuan menggunakan *Perfect Bright Moisturizer*.

3. Iklan Wardah Versi “BB Cake Powder”

Deskripsi Iklan

- “Baru”
- “Wardah *BB Cake Powder*”
- “Menyerap minyak”
- “Sekali tepuk langsung bebas kilap sepanjang hari dan halal”
- “Bye-bye kilap”

Analisis Makna

Analisis Tahap Pertama (Leksikal)

Penulis akan menganalisis tahap pertama yaitu menganalisis makna leksikal pada iklan Wardah versi “*BB Cake Powder*”

1. Kata *baru* dalam KBBI memiliki makna leksikal memiliki makna belum pernah ada (dilihat) sebelumnya; belum pernah didengar (ada) sebelumnya; belum lama selesai (dibuat, diberikan); belum lama dibeli (dimiliki); belum pernah dipakai; awal.
2. *Bye-bye* memiliki makna leksikal ‘selamat tinggal’.
3. Kata *halal* dalam KBBI memiliki makna leksikal diizinkan (tidak dilarang oleh syarak); (yang diperoleh atau diperbuat dengan) sah; izin; ampun.

Analisis Tahap Kedua (Denotasi)

1. Kutipan wardah “*BB Cake Powder*” merupakan makna denotatif karena nama dari salah satu produk Wardah,
2. Kutipan “Menyerap minyak” dalam iklan ini memiliki makna denotasi yaitu dengan menggunakan “*BB Cake Powder*” dapat menyerap minyak berlebih di wajah.
3. Kutipan “Sekali tepuk langsung bebas kilap sepanjang hari dan halal” dalam iklan ini memiliki makna denotasi yaitu dengan menggunakan “*BB Cake*

Powder” wajah bebas dari kilap sepanjang hari dan produk yang halal.

Analisis Tahap Ketiga (Konotasi)

Setelah menganalisis iklan melalui tahapan denotasi, penulis akan melakukan analisis iklan wardah versi *BB Cake Powder* dengan pemaknaan konotasi.

Di sini penulis memandang makna konotasi sebagai makna tambahan dari denotasi, perluasan makna yang maknanya mengandung nilai-nilai emosional dan mengarah pada makna-makna kultural.

Makna konotasi dalam iklan ini adalah dengan pengambilan gambar yang disebut *mid shoot* karena gambar yang diambil hanya dari batas kepala sampai pinggang saja. Iklan ini menarik karena model Ayana Jihye Moon menggunakan *BB Cake Powder* sekali tepuk langsung bebas kilap sepanjang hari sehingga menimbulkan kesan untuk konsumen bahwa pilihan yang tepat dalam memilih dan menggunakan Wardah.

Analisis Tahap Keempat (Kontekstual)



Situasi yang terlihat pada iklan Wardah versi *BB Cake Powder* memperlihatkan model Ayana Jihye Moon yang memiliki kesibukan padat tetapi tetap terlihat cantik hanya dengan sekali tepuk *BB Cake Powder*. Pada bagian awal iklan di mulai dengan adegan Ayana bercermin menggunakan *BB Cake Powder* untuk memulai melakukan aktivitas Kemudian Ayana menggunakan

BB Cake Powder demi mendapatkan kulih bebas minyak dan kilap sepanjang hari. Kemudian Ayana pergi ke luar dan foto *selfie* bersama dengan kedua temannya di bawah terik matahari, menandakan bahwa *BB Cake Powder* bebas kilap dan berminyak walau berada di bawah terik matahari sekalipun. Iklan ini memiliki makna kontekstual ajakan tersirat agar perempuan menggunakan *BB Cake Powder* untuk wajah bebas kilap dan berminyak.

4. Iklan Wardah Versi "*Long Lasting Lipstick*"

Deskripsi Iklan

"Wardah *Long Lasting Lipstick*"
"*Long Lasting*"
"Ringan"
"Di bibirmu terasa ringan"
"*Matte*"
"Nyaman seharian untuk aktivitasmu"
"*Feel the color*"

Analisis Makna Iklan Wardah Versi "*Long Lasting Lipstick*"

Analisis Tahap Pertama (Leksikal)

Penulis akan menganalisis tahap pertama yaitu menganalisis makna leksikal pada iklan Wardah versi "*Long Lasting Lipstick*"

1. *Long lasting* memiliki makna leksikal 'tahan lama'.
2. Kata *matte* memiliki makna leksikal yaitu istilah yang digunakan untuk hasil dari suatu *make up* yang tidak memiliki kilau atau partikel shimmer.
3. *Feel the color* berasal dari bahasa Inggris memiliki makna leksikal dalam kamus yaitu 'rasakan warnanya'
4. Kata *ringan* dalam KBBI memiliki makna leksikal dapat diangkat dengan

mudah; sedikit bobotnya; enteng; sedikit (tidak besar) jumlahnya.

Analisis Tahap Kedua (Denotasi)

1. Kutipan wardah "*Long Lasting Lipstick*" merupakan makna denotatif karena nama dari salah satu produk Wardah,
2. Kutipan "Di bibirmu terasa ringan" dalam iklan ini memiliki makna denotasi yaitu dengan menggunakan *Long Lasting Lipstick* dapat terasa ringan di bibir.
3. Kutipan "Nyaman seharian untuk aktivitasmu" dalam iklan ini memiliki makna denotasi yaitu dengan menggunakan *Long Lasting Lipstick* bisa membuat nyaman seharian dalam menjalankan aktivitas.

Analisis Tahap Ketiga (Konotasi)

Setelah menganalisis iklan melalui tahapan denotasi, penulis akan melakukan analisis iklan wardah versi *Long Lasting Lipstick* dengan pemaknaan konotasi.

Di sini penulis memandang makna konotasi sebagai makna tambahan dari denotasi, perluasan makna yang maknanya mengandung nilai-nilai emosional dan mengarah pada makna-makna kultural.

Makna konotasi dalam iklan ini adalah dengan pengambilan gambar yang disebut *mid shoot* karena gambar yang diambil hanya dari batas kepala sampai pinggang saja. Iklan ini menarik karena model Ayana Jihye Moon menggunakan *Long Lasting Lipstick* tahan seharian di bibir sehingga menimbulkan kesan untuk konsumen bahwa pilihan yang tepat dalam memilih lipstick dari Wardah.

Analisis Tahap Keempat (Kontekstual)



Situasi yang terlihat pada iklan Wardah versi *Long Lasting Lipstick* memperlihatkan model Amanda Rawles bersama temannya menggunakan *Long Lasting Lipstick*. Pada bagian awal iklan di mulai dengan adegan Amanda Rawles dan temannya menggunakan *Long Lasting Lipstick* dengan warna yang cantik dan menarik. Sehingga menimbulkan kesan bahwa *Long Lasting Lipstick* dapat digunakan di bibir dengan warna-warna yang cantik dan *matte* di bibir serta tahan lama seharian.

5. Iklan Wardah Versi “*Shampoo Wardah*”

Deskripsi Iklan

“Aktivitasmu terganggu karena ketombe, apak dan rontok kini tidak lagi”
“*Wardah Hair Inovation*”
“Terobosan baru dari bahan alami dan *scntlock fragrance*”
“Mengurangi ketombe, rontok”
“Menjaganya tetap segar dan wangi seharian”
“Keindahannya kini terus terpancar”
“Untuk rambut fit luar dalam wardah sampo”

Analisis Makna Iklan Wardah Versi “*Shampoo Wardah*”

Analisis Tahap Pertama (Leksikal)

Penulis akan menganalisis tahap pertama yaitu menganalisis makna leksikal pada iklan Wardah versi “*Shampoo Wardah*”

1. Kata *Fit* memiliki makna leksikal yaitu ‘cocok’.
2. Kata *apak* dalam KBBI memiliki makna leksikal berbau tidak sedap karena telah lama disimpan dan sudah berjamur; berbau tidak sedap karena lapuk.
3. Kata *terobosan* dalam KBBI memiliki makna leksikal yaitu hasil menerobos; perbuatan menerobos.
4. *Scntlock fragrance* berasal dari bahasa Inggris yang secara leksikal memiliki makna ‘Aroma scntlock’

Analisis Tahap Kedua (Denotasi)

1. Kutipan “Aktivitasmu terganggu karena ketombe, apek dan rontok kini tidak lagi” merupakan makna denotatif karena menjelaskan aktivitas yang terganggu karena ketombe, apek dan rontok tidak lagi dialami semenjak menggunakan *Shampoo Wardah*.
2. Kutipan wardah “*Wardah Hair Inovation*” merupakan makna denotatif karena nama dari salah satu produk Wardah yaitu sampo.
3. Kutipan “Terobosan baru dari bahan alami dan *scntlock fragrance*” merupakan makna denotatif karena *Shampoo Wardah* merupakan terobosan terbaru dari bahan alami dan *scntlock fragrance*.
4. Kutipan “Mengurangi ketombe, rontok” merupakan makna denotatif karena *Shampoo Wardah* dapat mengurangi ketombe dan rambut rontok.
5. Kutipan “Menjaganya tetap segar dan wangi seharian” merupakan makna denotatif karena *Shampoo Wardah* dapat menjaga rambut tetap segar dan wangi seharian.
6. Kutipan “Keindahannya kini terus terpancar” memiliki makna denotatif yaitu rambut yang kecantikannya terus

terpancar ketika menggunakan *Shampoo Wardah*.

7. Kutipan "Untuk rambut fit luar dalam wardah sampo" memiliki makna denotatif untuk rambut fit luar dalam dengan *Shampoo Wardah*.

Analisis Tahap Ketiga (Konotasi) Iklan Wardah Versi "Shampoo Wardah"

Setelah menganalisis iklan melalui tahapan denotasi, penulis akan melakukan analisis iklan wardah versi *Shampoo Wardah* dengan pemaknaan konotasi.

Di sini penulis memandang makna konotasi sebagai makna tambahan dari denotasi, perluasan makna yang maknanya mengandung nilai-nilai emosional dan mengarah pada makna-makna kultural.

Makna konotasi dalam iklan ini adalah dengan pengambilan gambar yang disebut *mid shoot* karena gambar yang diambil hanya dari batas kepala sampai pinggang saja. Iklan ini menarik karena model Ayana Jihye Moon menggunakan *Shampoo Wardah* untuk mengatasi rambut rontok, apek dan segar seharian. Model menggunakan *Shampoo Wardah* di mobil bus yang kita ketahui bahwa di kendaraan umum panas dan gerah sehingga membuat rambut apek, sehingga iklan ini memiliki makna kontekstual untuk menarik hati konsumen dan meyakinkan bahwa *Shampoo Wardah* dapat mengatasi masalah rambut pada perempuan terutama perempuan berhijab.

Analisis Tahap Keempat (Kontekstual)



Situasi yang terlihat pada iklan Wardah versi *Shampoo Wardah* memperlihatkan model Dewi Sandra bersama temannya menggunakan *Shampoo Wardah*. Pada bagian awal iklan di mulai dengan adegan perempuan-perempuan dan temannya di mobil yang kepanasan dan merasakan bau apek kemudian di sisi lain Dewi Sandra menggunakan *Shampoo Wardah* dan menyarankan perempuan-perempuan tersebut menggunakan *Shampoo Wardah* untuk rambut fit luar dalam. Sehingga iklan ini mengandung makna kontekstual berupa ajakan untuk menggunakan *Shampoo Wardah*.

6. Iklan Wardah Versi "Wardah C Defense Creamy Wash"

Deskripsi Iklan

- "Panas"
- "Debu"
- "Polusi"
- "Hadapi aja!"
- "Kembali segar pakai Wardah C Defense Creamy Wash"
- "Halal"
- "Fresh vitamin C"
- "Mengandung antioksidan"
- "Membersihkan dan mencerahkan"
- "Wardah C Defense C the difference"

Analisis Makna Iklan Wardah Versi "Wardah C Defense Creamy Wash"

Analisis Tahap Pertama (Leksikal)

Penulis akan menganalisis tahap pertama yaitu menganalisis makna leksikal pada iklan Wardah versi "Wardah C Defense Creamy Wash"

1. Kata *panas* dalam KBBI memiliki makna leksikal yang artinya 'gerah'.
2. Kata *debu* dalam KBBI memiliki makna leksikal yang artinya serbuk

halus (dari tanah dan sebagainya); abu; duli; lebu.

3. Kata *polusi* dalam KBBI memiliki makna leksikal yang artinya pengotoran (tentang air, udara, dan sebagainya); pencemaran.
4. Kata *halal* dalam KBBI memiliki makna leksikal yang artinya diizinkan (tidak dilarang oleh syarak).

Analisis Tahap Kedua (Denotasi)

1. Kutipan "Hadapi aja!" merupakan makna denotatif yaitu hadapi aja maksudnya adalah hadapi aja panas, debu dan polusi yang akan membuat wajah kusam.
2. Kutipan "Kembali segar pakai *Wardah C Defense Creamy Wash*" merupakan makna denotatif karena wajah akan kembali segar dengan memakan *Wardah C Defense Creamy Wash*
3. Kutipan "*Fresh vitamin C*" merupakan makna denotatif karena *Wardah C Defense Creamy Wash* mengandung vitamin C yang segar.
4. Kutipan "Mengandung antioksidan" merupakan makna denotatif karena *Wardah C Defense Creamy Wash* mengandung antioksidan.
5. Kutipan "Membersihkan dan mencerahkan" merupakan makna denotatif karena merupakan makna denotatif karena *Wardah C Defense Creamy Wash* dapat membersihkan dan mencerahkan kulit wajah.
6. Kutipan "*Wardah C Defense C the difference*" merupakan makna denotatif karena merupakan nama dari salah satu produk Wardah.

Analisis Tahap Ketiga (Konotasi)

Setelah menganalisis iklan melalui tahapan denotasi, penulis akan melakukan analisis iklan wardah versi *Wardah C Defense Creamy Wash* dengan pemaknaan konotasi.

Di sini penulis memandang makna konotasi sebagai makna tambahan dari denotasi, perluasan makna yang maknanya mengandung nilai-nilai emosional dan mengarah pada makna-makna kultural.

Makna konotasi dalam iklan ini adalah dengan pengambilan gambar yang disebut *mid shoot* karena gambar yang diambil hanya dari batas kepala sampai pinggang saja. Iklan ini menarik karena model Amanda Rawles menggunakan *Wardah C Defense Creamy Wash* untuk wajah kembali segar.

Analisis Tahap Keempat (Kontekstual)



Situasi yang terlihat pada iklan Wardah versi Model Amanda Rawles menggunakan *Wardah C Defense Creamy Wash* di bawah terik matahari dan mencoba menghindari panasnya matahari yang kita ketahui bahwa berada di bawah terik matahari apalagi jika panasnya sedang menyengat membuat perempuan mencoba untuk menghindarinya karena khawatir kulit wajahnya kusam terkena paparan matahari. Sehingga iklan ini memiliki makna kon-

tekstual supaya konsumen menggunakan *Wardah C Defense Creamy Wash* untuk membersihkan wajah setelah terkena paparan sinar matahari.

7. Iklan Wardah Versi “*Exclusive Matte Lip Cream Formula Baru*”

Deskripsi Iklan

- “Ada yang baru, cobain yuk!”
- “*Smooth and Pigmented*”
- “Nyaman nyoba hal baru jadikan dunia lebih berwarna”
- “*No crack with vitamin E*”
- “Lembut warnai bibirmu”
- “*Feel the color*”

Analisis Makna Iklan Wardah Versi “*Exclusive Mate Lip Cream Formula Baru*”

Analisis Tahap Pertama (Leksikal)

Penulis akan menganalisis tahap pertama yaitu menganalisis makna leksikal pada iklan Wardah versi “*Exclusive Mate Lip Cream Formula Baru*”

1. *Smooth and Pigmented* memiliki makna leksikal ‘halus dan berpigmen’
2. *No crack with vitamin E* memiliki makna leksikal ‘tidak ada retak dengan vitamin E’
3. Kutipan “*Feel the color*” memiliki makna leksikal ‘rasakan warnanya’.

Analisis Tahap Kedua (Denotasi)

1. Kutipan “Nyaman nyoba hal baru jadikan dunia lebih berwarna” merupakan makna denotatif karena dengan menyoba hal baru akan menjadikan dunia lebih berwarna.
2. Kutipan “Lembut warnai bibirmu” merupakan makna denotatif karena *Exclusive Matte Lip Cream Formula Baru* lembut memawarnai bibir.

Analisis Tahap Ketiga (Konotasi)

Setelah menganalisis iklan melalui tahapan denotasi, penulis akan melakukan analisis iklan wardah versi *Exclusive Matte Lip Cream Formula Baru* dengan pemaknaan konotasi.

Di sini penulis memandang makna konotasi sebagai makna tambahan dari denotasi, perluasan makna yang maknanya mengandung nilai-nilai emosional dan mengarah pada makna-makna kultural.

Makna konotasi dalam iklan ini adalah dengan pengambilan gambar yang disebut *mid shoot* karena gambar yang diambil hanya dari batas kepala sampai pinggang saja. Iklan ini menarik karena model Tatjana Saphira menggunakan *Exclusive Matte Lip Cream Formula Baru* untuk bibir lembut tanpa retak.

Analisis Tahap Keempat (Kontekstual)



Situasi yang terlihat pada iklan Wardah versi Model Tatjana Saphira mengajak temannya untuk menggunakan *Exclusive Matte Lip Cream Formula Baru* dengan mengatakan kalimat imperatif “Ada yang baru, cobain yuk!”. Dalam dunia iklan makna ini mengandung kontekstual untuk mengajak konsumen menggunakan *Exclusive Matte Lip Cream Formula Baru*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan dalam iklan Wardah di Youtube

yang dilakukan dalam wardah versi *Perfect Bright Tone Up Cream*, *Perfect Bright Moisturizer*, *BB Cake Powder*, *Long Lasting Lipstick*, *Shampoo Wardah*, *Wardah C Defense Creamy Wash*, dan *Exclusive Matte Lip Cream Formula Baru* terdapat makna leksikal, makna denotatif, makna konotatif dan makna kontekstual. Makna leksikal terdapat kata bahasa Indonesia, Inggris dan Korea yang diartikan ke dalam bahasa Indonesia dengan menggunakan kamus. Salah satu makna leksikal yang berasal dari bahasa Korea adalah *Annyeong* yang memiliki arti 'Hai'. Makna denotatif terdapat pada kalimat dan ujaran dalam iklan Wardah. Makna denotatif didominasi oleh penyebutan nama produk wardah yang diiklankan dan diujarkan oleh model yang berkaitan dengan iklan tersebut. Misalnya ketika seorang model Ayyana mengatakan *Perfect Bright Tone Up Cream* secara tidak langsung ini adalah makna denotatif yang menyebutkan nama salah satu produk dari Wardah. Makna konotatif terdapat di beberapa gambar yang memiliki makna konotasi sebagai bentuk ajakan. Makna konotasi dalam iklan ini adalah dengan pengambilan gambar yang disebut *mid shoot* karena gambar yang diambil hanya dari batas kepala sampai pinggang saja. Iklan ini menarik karena model Ayana Jihye Moon menggunakan *Perfect Bright Tone Up Cream* dan semua iklan Wardah di *Youtube* menggunakan makna konotatif berupa gambar *mid shoot*. Sedangkan makna kontekstual terdapat pada situasi yang terdapat dalam iklan Wardah. Situasi dalam iklan Wardah menggambarkan keadaan yang sesuai dengan penggunaan produk wardah. Misalnya ketika panas terik matahari maka model menggunakan produk wardah untuk mengatasi wajah dari

paparan matahari tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa iklan wardah ini memiliki makna kontekstual untuk menggunakan produk Wardah sebagai *skin care*.

REFERENSI

- Aminuddin. (2013). *Pengantar Apresiasi Karya Sastra*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Chaer, A. (2009). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mahsun. (2006). *Metode Penelitian Bahasa* Yogyakarta: Rajawali Prees.
- Moleong, L.J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Palimbong, D.R. (2015). Makna Kontekstual dalam Novel *Diary Pramugari* Karya Agung Webe. *Jurnal Ikip*. Vol 4 (2), 915-926.
- Parera, J.D. (2004). *Teori Semantik*. Jakarta: Erlangga.
- Pateda, M. (2010). *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rahmawati, N & Nurhamidah, D. (2018). Makna Leksikal dan Gramatikal Pada Judul Berita Surat Kabar *Pos Kota* (Kajian Semantik). *Jurnal Sasindo Unpam*, vol 6 (1), 39-54.
- Rosita, N.I. (2016). Analisis Makna dalam Iklan Kartu Seluler. *Jurnal Bastra*, vol 1 (1), 1-25.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sukirno, S. dkk. (2004). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Tarigan, H.G. (2011). *Pengajaran Kosakata*. Bandung: Angkasa.
- Tasruddin, R. (2015). *Strategi Promosi Periklanan yang Efektif Al-Khitabah*, 2 (1), 107-116.