

**FENOMENA PERLUASAN MAKNA
PADA IKLAN PRODUK *LION WINGS*
DAN RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARANNYA
DI SMA KELAS XII**

Oleh: Hesti Sulistyowati, Umi Faizah, Joko Purwanto
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Email: hestisulistyo29@gmail.com, umifaizah84@gmail.com, jokopurwanto@umpwr.ac.id

Abstract: This study aims to describe (1) the expansion of meaning in Lion Wings product advertisements; (2) the plan for the implementation of learning in SMA class XII. The data collection of this research was carried out by listening techniques, observation techniques, and documentation techniques. The data analysis technique used content analysis techniques. The results of data analysis are presented with informal techniques. From the results of this study, it was concluded that in the Lion Wings product advertisement there were (1) expansion of meaning found as many as 4 data; (2) the implementation plan of learning with advertising text material in class XII SMA is carried out using the 2013 curriculum with KD 3.1 Understanding the structure and rules of advertising texts, both verbally and in writing and 4.1 Interpreting the meaning of advertising texts, both orally and in writing. Learning is carried out with a scientific-based discovery learning model.

Keywords: meaning expansion, Lion Wings product advertisement, and learning implementation plan.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan (1) perluasan makna pada iklan produk *Lion Wings*; (2) rencana pelaksanaan pembelajarannya di SMA kelas XII. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan teknik simak, teknik observasi, dan teknik dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis isi. Hasil analisis data disajikan dengan teknik informal. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa pada iklan produk *Lion Wings* terdapat (1) perluasan makna yang ditemukan sebanyak 4 data; (2) rencana pelaksanaan pembelajaran dengan materi teks iklan di kelas XII SMA dilaksanakan menggunakan kurikulum 2013 dengan KD 3.1 Memahami struktur dan kaidah teks iklan, baik melalui lisan maupun tulisan dan 4.1 Menginterpretasi makna teks iklan, baik secara lisan maupun tulisan. Pembelajaran dilaksanakan dengan model *discovery learning* berbasis saintifik.

Kata kunci: perluasan makna, iklan produk *Lion Wings*, dan rencana pelaksanaan pembelajaran.

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi yang memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia. Hampir tidak ada aktivitas manusia yang berlangsung tanpa

adanya bahasa. Muhammad (2011: 57) memaparkan bahwa bahasa adalah satu-satunya milik manusia yang tidak pernah lepas dari segala kegiatan dan gerak manusia sepanjang keberadaan manusia sebagai makhluk yang berbudaya dan bermasyarakat. Bahasa dibutuhkan dalam segala hal kegiatan, seperti pendidikan, politik, militer, dan sebagainya.

Sebagaimana kita ketahui bahwa penggunaan bahasa diwujudkan dalam bentuk leksem-leksem dan kalimat (Suwandi, 2011: 250). Manusia sebagai pengguna bahasalah yang menggunakan leksem dan kalimat itu sehingga bahasa akan mengalami perubahan sesuai dengan kebutuhan dan gerak perkembangan masyarakat tertentu. Dengan demikian, dapat kita ketahui bahwa perubahan yang terjadi dalam suatu bahasa bisa menyebabkan perubahan dalam maknanya.

Perubahan makna merupakan salah satu kajian dari ilmu semantik. Perubahan makna dapat terjadi karena suatu faktor atau sebab tertentu. Faktor-faktor tersebut misalnya: perkembangan dalam ilmu dan teknologi, perkembangan sosial dan budaya, perbedaan bidang pemakaian, adanya asosiasi, pertukaran tanggapan indra, perbedaan tanggapan, adanya penyingkatan, proses gramatikal, dan pengembangan istilah. Kemudian, Chaer (2013: 140) juga menjelaskan bahwasannya semantik terdiri dari beberapa jenis perubahan makna, yaitu meluas, menyempit, perubahan total, penghalusan, dan pengasaran.

Perluasan makna dalam bahasa dipengaruhi oleh faktor-faktor alamiah yang wajar dan bersifat kontekstual. Chaer (2013: 140) memaparkan bahwa yang dimaksud dengan perubahan meluas adalah gejala yang terjadi pada sebuah kata atau leksem yang pada mulanya hanya memiliki sebuah makna, tetapi kemudian karena berbagai faktor menjadi makna-makna lain. Seperti diketahui bahwasannya setiap kata memiliki beragam makna dan konotasi yang dapat dikurangi, ditambah, atau diubah maknanya sesuai dengan kebutuhan.

Peneliti memilih iklan produk *Lion Wings* karena iklan ini dikenal oleh masyarakat dan setiap produknya diiklankan di televisi. Kemudian, iklan produk *Lion Wings* dipilih sebagai objek penelitian karena pada iklan tersebut sarat dengan kata yang mengalami perluasan makna. Selanjutnya, bahasa yang dimuat dalam iklan produk *Lion Wings* menggunakan istilah yang menarik dan persuasif sehingga terkadang tidak menyesuaikan dengan kaitan makna kalimatnya. Hal inilah yang memungkinkan terjadinya salah tafsir terhadap makna kata.

Terkait dengan pembelajaran, perluasan makna pada iklan produk *Lion Wings* mempunyai relevansi pada kegiatan pembelajaran di sekolah, yaitu berhubungan dengan materi pembelajaran teks iklan mata pelajaran bahasa Indonesia. Peneliti akan menyusun Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) berdasarkan hasil penelitian ini yang berkaitan dengan materi ajar yang termuat dalam kurikulum 2013 revisi 2017 pada jenjang SMA kelas XII semester 1 pada Kompetensi Dasar (KD) 3.1 Memahami struktur dan kaidah iklan, baik melalui lisan maupun tulisan dan 4.1 Menginterpretasi makna iklan, baik melalui lisan maupun tulisan.

Tinjauan pustaka yang relevan dengan penelitian ini, yaitu Ayuningtiyas, Bagiya, Faizah (2021) yang berjudul “Analisis Perubahan Makna Program Acara Mata Najwa *Ujian Reformasi* dan Relevansinya Pembelajaran Mendengarkan Debat di Kelas X SMA”. Penelitian tersebut menghasilkan pembahasan, yaitu (1) pada program acara Mata Najwa “Ujian Reformasi” mengalami perubahan makna sebanyak 30; (2) relevansi perubahan makna program acara Mata Najwa “Ujian Reformasi” yang dapat dijadikan bahan pembelajaran keterampilan mendengarkan debat di kelas X SMA meliputi (a) mendengarkan untuk belajar, (b) mendengarkan untuk mengapresiasi, (c) mendengarkan untuk mengevaluasi; (3) rencana pelaksanaan pembelajaran debat dalam program acara Mata Najwa “Ujian Reformasi” di kelas X SMA. Penelitian tersebut menarik, sebab memiliki persamaan mengenai fokus kajian dengan penelitian ini, yaitu tentang kajian semantik perubahan makna. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, yakni Ayuningtiyas, Bagiya, dan Faizah menjadikan program acara sebagai objek penelitiannya, sedangkan penulis menjadikan iklan sebagai objek penelitiannya. Selain itu, hasil pembahasan terkait pembelajarannya pun berbeda. Ayuningtiyas, Bagiya, dan Faizah membahas tentang relevansi pembelajaran mendengarkan debat di kelas X SMA, sedangkan peneliti membahas rencana pelaksanaan pembelajaran di SMA kelas XII pada materi iklan.

Berikutnya adalah penelitian Prianto, Bagiya, Faizah (2018) yang berjudul “Kajian Fonologi Kemasan Makanan dan Minuman pada Produk *Indofood* dan Rencana Pelaksanaan Pembelajaran Menulis di Kelas VIII SMP”. Penelitian tersebut menghasilkan pembahasan, yaitu (1) tataran fonologi kemasan makanan dan minuman pada produk *Indofood* masih terdapat penyimpangan, yakni (a) penghilangan fonem pada kata tekita, (b) perubahan fonem pada kata kare, dan (c) penambahan fonem terdapat pada kata saluut dan mancap; (2) rencana pelaksanaan

pembelajaran KD 3.3 mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, dan poster. Hasil penelitian tersebut menarik karena memiliki persamaan tentang objek penelitiannya, yakni iklan dan mengaitkannya dengan pembelajaran yang berhubungan dengan teks iklan. Perbedaannya, terletak pada kajian yang diteliti. Priyanto, Bagiya, Faizah menggunakan kajian fonologi, sedangkan peneliti menggunakan kajian perubahan makna.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Fatoni (2021) dengan judul “Fenomena Perluasan dan Penyempitan Makna dalam Ilmu Semantik”. Penelitian tersebut menghasilkan pembahasan, yaitu (1) perluasan makna tentu erat kaitannya dengan penggunaan bahasa; (2) perluasan makna tidak hanya menjadi pendorong perkembangan semantik dan metode dalam perkembangan ilmu kebahasaan, tetapi di sisi lain menunjukkan kelemahan suatu bahasa; (3) perluasan makna merupakan hasil pengguguran beberapa ciri pembeda suatu kata; (4) penyempitan makna terdapat dalam ranah ilmiah dan istilah artistik. Penelitian tersebut menarik, sebab memiliki persamaan mengenai fokus kajian dengan penelitian ini, yaitu tentang perluasan makna. Perbedaannya, Fatoni menggunakan ilmu semantik sebagai objeknya, sedangkan peneliti menjadikan video iklan sebagai objek kajiannya. Selain itu, peneliti mengaitkan penelitian ini dengan rencana pelaksanaan pembelajaran, sedangkan Fatoni tidak mengaitkan penelitian tersebut dengan rencana pelaksanaan pembelajaran.

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu: *pertama*, mendeskripsikan perluasan makna yang terdapat pada iklan produk *Lion Wings*. Tujuan yang *kedua* adalah mendeskripsikan rencana pelaksanaan pembelajarannya di SMA kelas XII.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Moleong (2016: 6) berpendapat bahwa metode kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Objek penelitian ini adalah perluasan makna yang ada pada iklan produk *Lion Wings*. Penelitian ini difokuskan pada kajian perluasan makna menurut Chaer (2013) pada iklan produk *Lion Wings*

dan rencana pelaksanaan pembelajarannya di SMA kelas XII. Sumber data dalam penelitian ini adalah seluruh data berupa tulisan atau kata yang tergolong ke dalam jenis perluasan makna yang terdapat iklan produk *Lion Wings*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik simak, teknik observasi, dan teknik dokumentasi. Dalam teknik simak, penulis mengamati video iklan perawatan tubuh di televisi yang diunduh dari YouTube kemudian mencatat data relevan yang sesuai dengan sasaran dan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data yang selanjutnya yaitu teknik observasi. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan observasi non partisipan. Misalnya dalam penelitian ini, peneliti hanya mengamati iklan produk *Lion Wings* dan tidak ambil bagian dalam iklan tersebut. Terakhir, teknik dokumentasi yaitu suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2015: 240). Dalam penelitian ini, peneliti mencantumkan gambar iklan produk *Lion Wings* sebagai penunjang dalam pembahasan.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik analisis isi. Teknik analisis isi pada penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis terhadap perluasan makna menurut Chaer yang terdapat pada iklan produk *Lion Wings* di televisi yang diunduh dari YouTube. Peneliti menggunakan teknik penyajian hasil analisis informal. Teknik informal adalah teknik dengan menggunakan kata-kata yang mudah dipahami dan mudah diterima oleh pembaca (Sudaryanto, 2015: 241).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perluasan makna atau *generalisasi* adalah gejala yang terjadi pada sebuah kata atau leksem yang pada mulanya hanya memiliki sebuah makna, tetapi kemudian karena berbagai faktor menjadi makna-makna lain. Perluasan makna tentu berhubungan erat dengan penggunaan bahasa. Masyarakat sebagai pengguna bahasalah yang dengan variatif memperluas makna tersebut hingga mempunyai sebuah makna yang baru.

Berikut ini perluasan makna yang terjadi dalam iklan produk *Lion Wings*.

1. *Systema Active Clean* “Sikat tuntas kotoran di gigi!”



Pada data tersebut, kata *tuntas* merupakan kata yang mengalami perubahan makna meluas. Kata *tuntas* pada slogan iklan *Systema Active Clean* memiliki makna membersihkan kotoran sampai bersih, sedangkan dalam KBBI (2014: 1.316) kata *tuntas* memiliki makna habis, selesai secara menyeluruh, dan sempurna. Kata *tuntas* kerap kali digunakan dalam istilah yang melibatkan perbuatan seseorang.

Berdasarkan perbandingan di atas, terbukti bahwa kata *tuntas* mengalami perubahan makna meluas. Hal ini terjadi karena adanya perkembangan sosial dan budaya. Kata *tuntas* yang mulanya bermakna habis, selesai secara menyeluruh, dan sempurna, lalu maknanya berubah menjadi bersih. Jadi, bentuk katanya tetap sama, tetapi konsep makna yang dikandungnya sudah berubah.

2. *Posh Perfumed Body Spray* “*Seharian aktif tanpa batas.*”



Pada data tersebut, kata *aktif* merupakan kata yang mengalami perubahan makna meluas. Kata *aktif* dalam slogan iklan tersebut bermakna mampu beraksi seharian, sedangkan dalam KBBI (2014: 20) kata *aktif* berasal dari kata giat. Istilah *aktif* identik dalam kegiatan bekerja dan berusaha.

Dari perbandingan tersebut, terbukti bahwa kata *aktif* mengalami perubahan makna meluas. Hal ini terjadi karena adanya perkembangan sosial dan budaya. Kata *aktif* yang mulanya bermakna giat, lalu maknanya berubah menjadi

beraksi. Jadi, bentuk katanya tetap sama, tetapi konsep makna yang dikandungnya sudah berubah.

3. *Ciptadent Maxi 12 Plus “Gigi kuat bebas lubang.”*



Pada data tersebut, kata *kuat* merupakan kata yang mengalami perubahan makna meluas. Makna kata *kuat* berdasarkan konteks iklan tersebut adalah gigi yang tahan (tidak rusak), sedangkan dalam KBBI (2014: 623) kata *kuat* memiliki makna seseorang yang banyak tenaganya, kukuh, keras, mampu dan kuasa, mempunyai keunggulan, dan tenaga.

Berdasarkan perbandingan tersebut, terbukti bahwa kata *kuat* mengalami perubahan makna meluas. Hal ini terjadi karena adanya asosiasi. Kata *kuat* yang awalnya mempunyai makna seseorang yang banyak tenaganya, kukuh, keras, mampu dan kuasa, mempunyai keunggulan, dan tenaga kemudian dalam slogan tersebut digunakan untuk menyatakan ketahanan (kukuh). Jadi, kata tersebut dinyatakan masih ada hubungan atau pertautan maknanya dengan makna asalnya.

4. *Zinc Active Fresh “Atasi masalah pake kepala adem.”*



Pada data tersebut, kata *kepala* merupakan kata yang mengalami perubahan makna meluas. Makna kata *kepala* berdasarkan konteks iklan tersebut adalah bagian anggota tubuh dari leher ke atas, sedangkan dalam KBBI (2014:

566) kata *kepala* memiliki makna seorang pimpinan, bagian di atas, otak, dan bagian tubuh dari leher ke atas.

Berdasarkan perbandingan tersebut, terbukti bahwa kata *kepala* mengalami perubahan makna meluas. Hal ini terjadi karena adanya asosiasi. Kata *kepala* yang awalnya mempunyai makna bermakna seorang pimpinan, bagian di atas, otak, dan bagian tubuh dari leher ke atas kemudian dalam slogan tersebut digunakan untuk menyatakan bagian tubuh dari leher ke atas. Jadi, kata tersebut dinyatakan masih ada hubungan atau pertautan maknanya dengan makna asalnya.

Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) dengan materi teks iklan di kelas XII SMA dilaksanakan menggunakan kurikulum 2013. Iklan perawatan tubuh produk *Lion Wings* dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran teks iklan di SMA, dengan kompetensi dasar 3.1 Memahami struktur dan kaidah teks iklan, baik melalui lisan maupun tulisan dan 4.1 Menginterpretasi makna teks iklan, baik secara lisan maupun tulisan. Alokasi waktu yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 2 x 45 menit (1 kali pertemuan). Model pembelajaran yang digunakan adalah model *discovery learning* berbasis saintifik

Langkah-langkah pembelajaran menggunakan model *discovery learning* berbasis saintifik meliputi: (a) pendahuluan, yakni pendidik mengabsen kehadiran peserta didik, pendidik menjelaskan kompetensi dasar, dan tujuan yang akan dicapai; (b) inti, terbagi menjadi lima, yakni (1) mengamati: Peserta didik membaca isi teks iklan untuk melihat struktur yang membangunnya; (2) menanya: Peserta didik menanya tentang struktur dan kaidah serta isi atau makna dari teks iklan; (3) mengumpulkan informasi: Peserta didik mengidentifikasi struktur dan kaidah serta isi atau makna dari teks iklan; (4) mengasosiasi: Peserta didik menyimpulkan struktur dan kaidah serta isi atau makna dari teks iklan; (5) mengkomunikasikan: Peserta didik menyampaikan kesimpulan hasil pemahaman tentang struktur dan kaidah serta isi atau makna dari teks iklan; (c) penutup, yakni pendidik bersama dengan peserta didik menarik kesimpulan kegiatan pembelajaran yang telah dilakukan, menutup pembelajaran dengan berdoa, dan diakhiri dengan salam.

Selain itu, pendidik juga akan melakukan penilaian hasil belajar peserta didik dengan menggunakan tiga jenis penilaian, yaitu penilaian pengetahuan, penilaian keterampilan, dan penilaian sikap. Penilaian pengetahuan dilakukan dengan tes tertulis, penilaian keterampilan dilakukan dengan unjuk kerja, dan penilaian sikap dilakukan pendidik secara observasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa (1) perluasan makna pada iklan produk *Lion Wings* terdiri dari 4 data meluas; (2) rencana pelaksanaan pembelajaran di kelas XII SMA dengan materi teks iklan dilaksanakan menggunakan kurikulum 2013 revisi 2017. Iklan produk *Lion Wings* dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran teks iklan di SMA, dengan kompetensi dasar 3.1 Memahami struktur dan kaidah teks iklan, baik melalui lisan maupun tulisan dan 4.1 Menginterpretasi makna teks iklan, baik secara lisan maupun tulisan. Alokasi waktu yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 2 x 45 menit (1 kali pertemuan). Model pembelajaran yang digunakan adalah model *discovery learning* berbasis saintifik.

Langkah-langkah pembelajaran tersebut, yaitu (a) pendahuluan, (b) kegiatan inti, (c) penutup. Penilaian hasil belajar peserta didik dengan menggunakan tiga jenis penilaian, yaitu penilaian pengetahuan, penilaian keterampilan, dan penilaian sikap. Penilaian pengetahuan dilakukan dengan tes tertulis, penilaian keterampilan dilakukan dengan unjuk kerja, dan penilaian sikap dilakukan pendidik secara observasi.

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh pendidik untuk memanfaatkan iklan *audiovisual* sebagai bahan ajar agar peserta didik merasa tertarik untuk mengikuti pembelajaran. Bagi peserta didik, diharapkan mampu meningkatkan kreativitasnya dalam memanfaatkan media elektronik sebagai bahan pembelajaran. Selain itu, peserta didik diharapkan mampu melakukan interpretasi terhadap sebuah karya sastra maupun dalam bidang kebahasaan. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menganalisis menggunakan teori semantik khususnya perluasan makna pada objek penelitian lain, seperti artikel, koran, majalah remaja, atau media cetak lain yang terbaru. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memperluas kajian penelitian dengan menganalisis perluasan makna menggunakan dasar teori yang lain dan menelitinya secara lebih detail.

DAFTAR PUSTAKA

Ayuningtyas, F., Bagiya, dan Faizah, U. 2021. "Analisis Perubahan Makna Program Acara Mata Najwa *Ujian Reformasi* dan Relevansinya Pembelajaran Mendengarkan Debat di Kelas X SMA": *Surya Bahtera*. 09 (1), 626-637.

Diperoleh dari <https://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/surya-bahtera/article/view/7043>. (diunduh 15 Maret 2022).

Chaer, Abdul. 2013. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.

Fatoni, Ahmad Sirfi. 2021. "Fenomena Perluasan dan Penyempitan Makna dalam Ilmu Semantik". *Lahjah Arabiyah*. 2 (1), 8-18. Diperoleh dari <https://journal.ibrahimy.ac.id/index.php/Lahjah/article/view/1067>. (diunduh 15 Maret 2022).

Moleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.

Muhammad. 2011. *Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Poerwadarminta, W. J. S. 2014. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Prianto, A., Bagiya, dan Faizah, U. 2018. "Kajian Fonologi Kemasan Makanan dan Minuman pada Produk *Indofood* dan Rencana Pelaksanaan Pembelajaran Menulis di Kelas VIII SMP": *Surya Bahtera*. 06 (52), 284-293. Diperoleh dari <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/surya-bahtera/article/view/5445>. (diunduh 14 Maret 2022).

Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Suwandi, Sawiji. 2017. *Semantik: Pengantar Kajian Makna*. Yogyakarta: Media Perkasa.

