

---

**PEMANFAATAN ASPEK-ASPEK KEBAHASAAN PADA TULISAN DI  
KEMASAN AQUA 600 ML**

**Asri Wijayanti**  
Universitas Tidar

[asriwijayanti@untidar.ac.id](mailto:asriwijayanti@untidar.ac.id)

**ABSTRAK**

*Pemanfaatan bahasa untuk menghasilkan susunan kata unik yang bertujuan membuat kelucuan kini telah meluas. Susunan satuan kebahasaan tersebut tidak hanya berbentuk humor untuk melucu atau mengkritik. Akan tetapi, susunan kata tersebut kini dimanfaatkan sebagai alat untuk promosi atau iklan. Misalnya, pada air kemasan produk Aqua 600 ml sekitar tahun 2017 lalu.*

*Merek Aqua menciptakan desain terbaru untuk bungkus air kemasan 600 ml dengan tema tulisan komedi. Tulisan tersebut banyak sekali memanfaatkan aspek-aspek kebahasaan ditinjau dari ilmu bahasa.*

*Data dalam penelitian ini adalah tulisan pada kemasan Aqua 600 ml. Objek penelitian adalah aspek kebahasaan pada tulisan di kemasan tersebut. Sumber data adalah kemasan Aqua 600 ml. Aspek-aspek kebahasaan tersebut antara lain ambiguitas, seperti homonimi, polisemi, onomatope, singkatan baru, dan penggunaan bahasa asing secara adopsi. Tujuannya adalah untuk menghibur sekaligus promosi tentang manfaat minum air mineral yang cukup.*

**Kata Kunci** : aspek-aspek kebahasaan, tulisan di kemasan Aqua

**PENDAHULUAN**

Media sosial menjadikan bahasa tulis makin tumbuh dan berkembang dengan baik. Dunia maya sebagai pijakan media sosial mengubah komunikasi dengan tuturan lisan menjadi tulisan. Tuturan lisan yang ditulis tersebut melahirkan ragam bahasa media sosial yang variatif. Tidak hanya ragam bahasa, media sosial menjadikan seseorang makin kreatif untuk menciptakan kata-kata baru.

Danone sebagai produsen produk Aqua menanggapi hal tersebut dengan melahirkan kemasan seri tulisan jenaka sekitar tahun 2017 lalu. Tujuan tulisan jenaka tersebut untuk menekankan pentingnya minum air mineral, khususnya Aqua yaitu meningkatkan konsentrasi. Misalnya saja berikut ini.

Dia sudah jadian  
kamu baru “nembak”, kamu  
LANDAK  
#AdaAqua  
\*Landak = Lambat Bertindak.

Jika kita cermati, tulisan jenaka tersebut memiliki susunan pengantar dan kejutan. Pengantar berupa kalimat *Dia sudah jadian, kamu baru “nembak”*. Lalu, diikuti dengan *punchline*/kejutan, yaitu kata yang menjadi inti pesan ingin disampaikan dari tulisan tersebut. Kejutannya ada pada kata *LANDAK*. Landak merupakan akronim dari lambat bertindak. Lalu diikuti *hashtag* #AdaAqua untuk mengiklankan produk saat pembeli mengunggah gambar air kemasan tersebut di media sosial seperti instagram.

Struktur pengantar dan *punchline* tersebut, mirip dengan struktur humor pada *stand up comedy* (Papana, 2012). Dengan demikian, Danone ingin membawa genre humor tersebut untuk promosi produknya. Selain segi struktur, keunikan kemasan Aqua versi tulisan jenaka ini juga terletak pada penggunaan bahasanya. Bahasa yang dipakai kerap menampilkan relasi makna dan kemunculan kata-kata baru. Kedua aspek tersebut dapat diteliti secara linguistis.

Kata *landak* yang menjadi *punchline*/kejutan dari tulisan tersebut memiliki relasi makna dengan kata landak ‘binatang yg kulitnya berduri panjang dan runcing’. Selama ini, kita mengenal kata *landak* sebagai binatang. Akan tetapi, pada kemasan Aqua, *landak* merupakan singkatan dari lambat bertindak. Relasi makna di antara kedua kata landak tersebut dinamakan homonimi. Pemanfaatan aspek kebahasaan seperti inilah yang banyak ditemukan pada kata-kata jenaka di kemasan Aqua 600 ml.

Persoalan yang akan dibahas pada artikel ini adalah apa sajakah aspek-aspek kebahasaan yang dimanfaatkan pada tulisan di kemasan Aqua 600 ml? Artikel ini akan menjelaskan aspek-aspek kebahasaan tersebut secara jelas.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai pijakan penelitian ini sebagai berikut. Rohmadi (2012) melakukan penelitian yang dimuat di Jurnal Humaniora Volume 22 No. 3 dengan judul artikel *Strategi Penciptaan Humor dengan Pemanfaatan Aspek-aspek Kebahasaan*. Humor dapat diciptakan dengan memanfaatkan aspek-aspek kebahasaan, seperti tulisan saja, gambar dengan tulisan, pengulangan kata, substitusi bunyi, permutasi bunyi, penambahan bunyi, dan

penghilangan bunyi. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan sumber data humor dalam buku, media cetak, radio, serta televisi dengan contoh-contoh yang mewakili tipe-tipe aspek kebahasaan yang dideskripsikan.

Artikel lainnya adalah milik Kusno (2014) yang dimuat di Jurnal *Lingua: Jurnal Bahasa dan Sastra* Volume 10 Nomor 2 dengan judul artikel *Permainan Bahasa pada Humor Cak Lontong (Sebuah Tinjauan Sociolinguistik)*. Permainan bahasa pada humor Cak Lontong meliputi permainan logika/penalaran, permainan pribahasa, plesetan, permainan sinonim antonim, anekdot, penggunaan gaya bahasa berbagai jenis majas, permainan logika fakta, pemanfaatan denotasi konotasi, dan permainan kata-kata motivasi.

Selain itu, penelitian terkait selanjutnya adalah artikel Wijayanti (2016) yang dimuat di Prosiding Pibsi 38 berjudul *Permainan Bahasa pada Meme Instagram @Dagelan*. Meme berbentuk tulisan di akun instagram @Dagelan memanfaatkan permainan bahasa, seperti permainan bunyi, polisemi, homonimi, hiponimi, meronimi, kolokasi, antonimi, unsur pembatas klausal, dan struktur wacana. Ketiga jenis penelitian tersebut sama-sama menjelaskan aspek kebahasaan pada tulisan jenaka. Pada penelitian kali ini aspek-aspek kebahasaan tersebut akan diteliti jenisnya pada tulisan di kemasan Aqua 600 ml.

Wijana (2004:127) mengatakan jika ingin menyampaikan tulisan yang menyimpang dari kewajaran, dapat memanfaatkan aspek-aspek kebahasaan sebagai sumber kreativitas. Aspek-aspek kebahasaan tersebut dapat disebutkan dari tataran terendah sampai tertinggi yaitu aspek ortografis, fonologis, ketaksaan, hiponimi, sinonimi, antonimi, deiksis, perulangan, konstruksi subklausal, konstruksi antarklausal, dan konstrukso proposisional.

Dalam hal ini, tulisan di kemasan Aqua 600 ml dianggap wacana yang kurang wajar. Kekurang wajaran tersebut karena adanya kata-kata yang ditulis dengan huruf kapital menunjukkan inti tulisan. Struktur tulisan di kemasan tersebut mirip dengan struktur *stand up comedy*. Humor dalam *stand up comedy* terdiri atas *set up* 'pengantar' dan *puncline* 'kejutan' (Papana, 2012:83). Pengantar merupakan bagian pertama humor yang mempersiapkan tawa, sedangkan kejutan merupakan

bagian kedua dari humor yang membuat tertawa. Tulisan pada kemasan Aqua 600 ml ini bersifat relatif karena beberapa orang mungkin mengatakan lucu, sedangkan yang lain mungkin sebaliknya. Akan tetapi, struktur yang dimiliki hampir sama dengan *stand up comedy* karena tulisan tersebut berisi pengantar berupa cerita biasa, lalu diakhiri dengan kejutan yang tidak terduga. Cara membentuk kejutan inilah yang memanfaatkan aspek-aspek kebahasaan.

Sumber data dalam penelitian ini adalah tulisan di kemasan Aqua 600 ml yang diproduksi tahun 2017 dengan hastag #AdaAqua. Data dikumpulkan dengan metode simak bebas libat cakap dengan teknik catat. Peneliti menyimak data dan mencatatnya, kemudian data dianalisis dengan metode padan (Sudaryanto, 1993:13). Peneliti menganalisis data dengan memanfaatkan konteks atau faktor-faktor lain di luar bahasa untuk menemukan aspek-aspek kebahasaan di dalamnya.

## PEMBAHASAN

Setelah data dikumpulkan dan dianalisis, ditemukan beberapa aspek kebahasaan pada tulisan di kemasan Aqua 600 ml.

### a. Homonimi

Homonimi merupakan satuan kebahasaan yang memiliki makna berbeda, tetapi bentuk sama (Wijana, 2010). Homonimi pada tulisan ini yang ditemukan pada kemasan Aqua 600 ml ini berasal dari pemaknaan kembali suatu kata atau nama menjadi akronim. Perhatikan data berikut ini

#### **Data 1**

Lagi *Stalking*

Kepencet *like*, kamu

GAGAH\*

#AdaAQUA

\*Gagah = Galau Gundah

#### **Data 2**

Si bos: “Kenapa telat?”

Kamu: “Saya kebelet nikah, Pak”

TERKURAS\*

#AdaAQUA

\*Terkuras = Terlihat Kurang Cerdas

#### **Data 3**

Dia baru jadian, kamu baru “nembak”, kamu  
LANDAK\*  
#AdaAQUA  
\*Landak = Lambat Bertindak

Data 1, 2, dan 3 di atas terdapat kata *gagah* ‘kuat, bertenaga’, *terkurus* ‘(telah) dikuras (tt kolam dsb); telah dikeluarkan atau dihabiskan benar-benar’, dan *landak* ‘binatang yg kulitnya berduri panjang dan runcing’ yang telah memiliki makna sebelumnya. Akan tetapi, satuan kebahasaan tersebut menjadi akronim pada data tersebut. Kata *gagah* merupakan akronim dari galau gundah, *terkurus* akronim dari terlihat kurang cerdas, sedangkan *landak* akronim dari lambat bertindak.

Pada data (1) orang yang *stalking* ‘menelusuri’ isi sosial media milik mantan, kemudian memencet gambar *like* ‘menyukai’ disebut *gagah*. Akan tetapi, *gagah* yang dimaksud di sini bukan bermakna kuat dan bertenaga. Akan tetapi, akronim dari galau gundah. Pada data (2) seorang bos menanyakan alasan karyawan terlambat. Karyawan tersebut menjawab karena kebetul nikah. Jawaban tersebut dinilai *terkurus*. Hal tersebut tidak bermakna telah dihabiskan atau dikuras benar-benar. Akan tetapi, *terkurus* merupakan akronim dari terlihat kurang cerdas. Begitu juga dengan data (3) ada seseorang yang baru saja jadian ‘berpacaran’, kemudian seseorang lainnya menyatakan cinta kepada orang tersebut. Maka, orang yang menyatakan cinta itu disebut *landak*. *Landak* di sini bukanlah hewan landak, tetapi akronim dari lambat bertindak.

Dengan demikian, tulisan pada kemasan Aqua 600 ml sebenarnya berupa pernyataan dan jawaban yang berupa akronim. Akronim tersebut berasal dari satuan kebahasaan yang telah ada, kemudian dimaknai kembali. Selain berasal dari satuan kebahasaan yang telah ada sebelumnya, akronim juga berasal dari nama tokoh terkenal. Perhatikan pada data 4 berikut ini.

**Data 4**  
Putus? Balikan?  
Tidak balikan tapi tidak putus?  
ANDILAU\*  
#AdaAQUA  
\*Andilau = Antara Dilema dan Galau

Orang yang berpisah dengan pasangannya, kemudian kembali lagi. Akan tetapi, hubungan mereka menjadi tidak jelas sehingga disebut *andilau*. Andilau yang dimaksud di sini, bukan nama aktor film terkenal, melainkan akronim dari antara dilema dan galau. Kemudian, akronim ini cukup dikenal di kalangan masyarakat. Penggunaan akronim dari satuan kebahasaan yang telah ada sebelumnya atau nama orang terkenal, menjadikan akronim tersebut mudah diingat oleh masyarakat. Makna kata pada satuan kebahasaan sebelumnya dengan makna baru dari akronim tidak memiliki hubungan sama sekali sehingga disebut homonimi.

Di sisi yang lain, terdapat pula akronim-akronim baru yang ingin dimunculkan oleh pencipta tulisan jenaka di kemasan Aqua 600 ml ini. Akronim baru tersebut sebagai berikut.

**Data 5**

Rencana: 2 bab skripsi  
Akhirnya: 2 season Korea  
MAGER\*  
#AdaAQUA  
\*Mager = Males Gerak

**Data 6**

Saat jam malan siang, nyambung sampai jam pulang kantor, kamu  
GABUT\*  
#AdaAQUA  
\*Gabut = Gaji Buta

**Data 7**

“Hah? Hah?”  
“Gimana... Gimana?”  
BINGO\*  
#AdaAQUA  
\*Bingo = Bingung Mlongo

**Data 8**

Ketika menatap dia tapi hanya terlihat kehampaan, kamu  
TAKOS\*  
#AdaAQUA  
\*Takos = Tatapan Kosong

**Data 9**

Ingat mantan  
Lupa jalan pulang, kamu

JOMBI\*

#AdaAQUA

\*Jombi = Jomblo Bingung

**Data 10**

Minuman dingin kok ditutupin?

GEJE\*

#AdaAQUA

\*Geje = Gak Jelas

**Data 11**

Mau main bola,

Pakainya sepatu roda, kamu

SALTUM\*

#AdaAQUA

\*Saltum = Salah Kostum

Data 5 – 11 menunjukkan kosakata baru yang berupa akronim. Akronim baru tersebut diharapkan dapat dikenal secara luas oleh masyarakat sehingga nama Aqua juga selalu diingat. Tidak hanya itu, bagian pengantar (*set up*) yang dibuat jenaka sebagai pengantar akronim tersebut akan membuat masyarakat makin terkesan. Misalnya saja data 5 *rencana mengerjakan 2 bab skripsi berakhir dengan menonton 2 season drama korea*, disebut mager. Mager akronim dari males gerak. Fenomena menonton drama korea yang mengakibatkan seseorang lupa waktu khususnya remaja digunakan sebagai pengantar sehingga mengena. Hal tersebut akan membuat masyarakat lebih mudah mengingat tulisan di kemasan tersebut.

Kata gabut (gaji buta), bingo (bingung mlongo), takos (tatapan kosong), jombi (jomblo bingung), jombi (jomblo bingung), gaje (gak jelas), dan saltum (salah kostum) pada data 6 s.d 11 juga menunjukkan kata-kata baru yang merupakan akronim. Kata baru tersebut diciptakan dengan *set up* ‘pengantar’ menarik agar mudah diingat sebagai alat promosi.

#### b. Polisemi

Polisemi merupakan satuan kebahasaan yang memiliki bentuk sama, tetapi makna berbeda (Wijana, 2010). Akan tetapi, perbedaan makna tersebut masih berhubungan. Polisemi pada penelitian ini ditemukan pada data 12.

**Data 12**

Bos datang minta laporan, kamu sudah di tangga darurat, lalu

MELIPIR\*

#AdaAQUA

\*Melipir = Kabur Cantik

Kata *melipir* pada data 12 bermakna kabur cantik. Konteksnya adalah bos datang meminta laporan, sedangkan karyawan tersebut bersiap pulang. Maka, dia *melipir*. Sebetulnya, dalam KBBI Edisi V terdapat kata *pelipir* ‘pinggir (tentang jalan)’. Kata *pelipir* dengan *melipir* ini sebetulnya sama maksudnya, yaitu pergi tanpa pemberitahuan dengan melewati jalan samping. Sementara itu, kata *melipir* yang bermakna kabur cantik maksudnya adalah meminggalkan tempat tanpa memberi tahu siapapun. Dengan demikian, kedua satuan kebahasaan tersebut memiliki bentuk yang sama, makna yang berbeda, tetapi berhubungan sehingga disebut polisemi.

### c. Onomatope

Selain ambiguitas seperti homonimi dan polisemi, relasi tiruan bunyi juga diwujudkan pada kemasan Aqua 600 ml. Kata-kata yang dibentuk berdasarkan tiruan bunyi disebut kata peniru bunyi atau onomatope. Berikut ini adalah datanya.

#### Data 13

Mencoba melucu lalu dihasiahi tatapan semu membisu, kamu

GARING\*

#AdaAQUA

\*Garing= Kriuk

#### Data 14

Selesai cerita, penonton kecewa, lampu mati ... (hening)

KRIK-KRIK\*

#AdaAQUA

\*Krik-krik = ...

Data 13 dan 14 terdapat kata *garing* dan *krik-krik*. *Garing* dimaknai kriuk pada data tersebut. Yang dimaksud dengan *garing* sebenarnya adalah sesuatu yang kering, biasanya berbunyi *kriuk* ketika dipotong atau dimakan. Oleh karena itu, makna kriuk untuk kata *garing* merupakan onomatope. Begitu juga dengan kata *krik-krik* yang merupakan tiruan suara jangkrik yang terdengar saat suasana hening pada

data 14. Kata *krik-krik* tidak diberi makna karena cukup menggambarkan suasana hening tanpa kata-kata.

d. Pengaruh Bahasa Asing

Penulisan kata berbahasa asing ke dalam bahasa Indonesia dapat dilakukan dengan proses adaptasi. Proses tersebut merupakan pengindonesiaan kata asing dengan menuliskan kata asing tersebut sesuai ejaan bahasa Indonesia. Adapula adopsi, yaitu pemakaian bahasa asing dengan ditulis dan dibaca sama persis dengan aslinya. Pada kemasan Aqua 600 ml ditemukan beberapa data yang dipengaruhi bahasa asing, baik adaptasi maupun adopsi. Perhatikan data berikut ini.

**Data 15**

Mau kenalan, halte kelewatan. Kamu ke-  
DISTREK\*  
#AdaAQUA  
\*Distrek = Teralih Perhatian

**Data 16**

Pegang tangan pacar ternyata tangan ibunya pacar  
ZONK\*  
#AdaAQUA  
\*Zonk = @\$\*?!

**Data 17**

Karcis diambil, kembalian dibuang, kamu  
BLANK\*  
#AdaAQUA  
\*Blank = Pikiran Kosong

**Data 18**

Tadi perasan ada di rumah,  
Kenapa sekarang ada di taman?  
SEKIP\*  
#AdaAQUA  
\*Sekip = Skip

Kata *distrek*, *zonk*, *blank*, dan *sekip* pada data 15 s.d 18 merupakan satuan kebahasaan yang bersumber dari bahasa asing. kata-kata tersebut sebenarnya masih menggunakan bahasa asing (belum diindonesiakan). Kata *distrek* pada data 15 berasal

dari bahasa Inggris *distraction* yang artinya kerusakan. Kata tersebut mengalami adaptasi. Kata *zonk* ‘kosong’, dan *blank* ‘pikiran kosong’ ditulis sama persis dengan bahasa asingnya. Akan tetapi, kata *sekip* diadaptasi dari bahasa Inggris *skip* ‘melewatkan’.

## PENUTUP

Bagian ini berisi simpulan dan saran setelah penulis melakukan penelitian. Tulisan pada kemasan Aqua 600 ml berfungsi sebagai media promosi dengan *hashtag* #AdaAqua. Aspek-aspek kebahasaan ditemukan pada inti tulisan tersebut dengan strategi akronim, polisemi, adaptasi bahasa asing, dan onomatope. Akronim tersebut diciptakan dari homonimi dengan satuan kebahasaan yang telah ada sebelumnya dan ada pula akronim baru yang diciptakan. Penelitian struktur wacana kemasan Aqua 600 ml ini dapat dilakukan selanjutnya untuk menemukan fungsi bahasa di dalamnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, Abdul. 2010. *Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kusno, Ali. 2014. “Permainan Bahasa pada Humor Cak Lontong (Sebuah Tinjauan Sociolinguistik)”. *Jurnal Lingua: Jurnal Bahasa dan Sastra* Volume 10 Nomor 2. Universitas Negeri Semarang.
- Papana, Ramon. 2012. *Kiat Tahap Awal Belajar Stand Up Comedy Indonesia: Kitab Suci*. Jakarta: Mediakita.
- Rohmadi, Muhammad. 2012. “Strategi Penciptaan Humor dengan Pemanfaatan Aspek-aspek Kebahasaan”. *Jurnal Humaniora* Volume 22 Nomor 3 Oktober 2010, halaman 285-298. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Wijana, I Dewa Putu. 2010. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wijana, I Dewa Putu. 2004. *Kartun: Studi tentang Permainan Bahasa*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Wijayanti, Asri. 2016. *Permainan Bahasa pada Meme Instagram @Dagelan. Prosiding Seminar Nasional PIBSI XXXVIII 2-3 November 2016*. Diselenggarakan di Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.