

**MITOS DALAM PARIWARA PRODUK KECANTIKAN WARDAH
DAN RANCANGANNYA PADA PEMBELAJARAN
BAHASA INDONESIA DI SMP**

SKRIPSI

Oleh

FIRDA OVITA SANJAYA



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

MITOS DALAM PARIWARA PRODUK KECANTIKAN WARDAH DAN RANCANGANNYA PADA PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMP

**Oleh
FIRDA OVITA SANJAYA**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana mitos yang terdapat dalam pariwara produk kecantikan wardah dan rancangannya pada pembelajaran bahasa Indonesia di SMP. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan mitos yang terdapat di dalam produk kecantikan wardah dengan cara menganalisis penandaan denotasi dan konotasi sehingga dapat mengetahui isi pesan yang disampaikan dalam pariwara produk kecantikan wardah. Setelah itu dibuat rancangannya pada pembelajaran bahasa Indonesia di SMP.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data diperoleh dari pariwara produk kecantikan *Wardah Feel the Beauty* dan *Wardah Cantikmu Siap Hadapi Dunia* yang diakses melalui YouTube. Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan teknik dekomendasi, yaitu mencari dan mengunduh data berupa file video pariwara produk kecantikan wardah di www.youtube.com.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat mitos di dalam pariwara produk kecantikan *Wardah Feel the Beauty*, yaitu kecantikan dapat meningkatkan kepercayaan diri dan mitos yang terdapat di dalam pariwara produk *kecantikan Wardah Cantikmu Siap Hadapi Dunia*, yaitu: kulit yang sehat, lembab, dan terawat dapat membuat seseorang menjadi lebih semangat menjalani hidup.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pariwisata produk kecantikan *Wardah Feel the Beauty* dan *Wardah Cantikmu Siap Hadapi Dunia* dapat dijadikan media dalam rancangan pembelajaran bahasa Indonesia kelas VIII terkait dengan KD 3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar dan KD 4.3 Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber.

Kata kunci : *mitos, pariwisata, dan rancangan pembelajaran.*

**MITOS DALAM PARIWARA PRODUK KECANTIKAN WARDAH
DAN RANCANGANNYA PADA PEMBELAJARAN
BAHASA INDONESIA DI SMP**

**Oleh
FIRDA OVITA SANJAYA**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Mencapai Gelar
SARJANA PENDIDIKAN**

Pada

**Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **MITOS DALAM PARIWARA PRODUK
KECANTIKAN WARDAH DAN
RANCANGANNYA PADA PEMBELAJARAN
BAHASA INDONESIA DI SMP**

Nama Mahasiswa : **Firda Ovita Sanjaya**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1713041008**

Program Studi : **Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia**

Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**

Dr. Munaris, M.Pd.
NIP 197008072005011001

Siska Meirita, M.Pd.
NIP 231606 870501201

2. **Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni**

Dr. Sumartu, M. Hum.
NIP 19700318199403 2 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

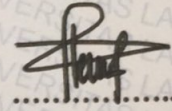
Ketua

: **Dr. Munaris, M.Pd.**



Sekretaris

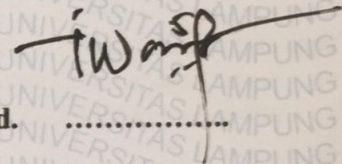
: **Siska Meirita, M.Pd.**



Penguji

Bukan Pembimbing

: **Dr. I Wayan Ardi Sumarta, M.Pd.**



2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Dr. Sunyono, M.Si.

NIP.196512301991111001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **6 Juni 2023**

SURAT PERNYATAAN

Sebagai mahasiswa Universitas Lampung, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Firda Ovita Sanjaya

NPM : 1713041008

Judul Skripsi : Mitos dalam Pariwisata Produk Kecantikan Wardah dan Rancangannya pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis ini bukan saduran atau terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian atau implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing Skripsi;
2. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali ditulis dengan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka;
3. Saya menyerahkan hak milik saya atas karya tulis ini kepada Universitas Lampung dan oleh karenanya Universitas Lampung berhak melakukan pengelolaan atas karya tulis ini sesuai dengan norma hukum dan etika yang berlaku; dan
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terjadi penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Lampung.

Bandarlampung, 6 Juni 2023



Firda Ovita Sanjaya
1713041008

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Firda Ovita Sanjaya. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara. Lahir dari pasangan Bapak Husin dan Ibu Siti Fatimah pada tanggal 09 Juni 1999 di Desa Mesuji Jaya, Kecamatan Mesuji Makmur, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan.

Pendidikan formal yang telah diselesaikan penulis, sebagai berikut.

1. TK Mekar Jaya dimulai pada tahun 2003 diselesaikan pada tahun 2005.
2. SD Negeri 1 HTI Jaya dimulai pada tahun 2005 diselesaikan pada tahun 2011.
3. SMP Negeri 6 Mesuji Makmur dimulai pada tahun 2011 diselesaikan pada tahun 2014.
4. SMA Negeri 1 Belitang dimulai pada tahun 2014 diselesaikan pada tahun 2017.

Pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Lampung, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

MOTO

الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ لِلَّهِ

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.”

(Q.S. AL Mujadilah: 11)

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.”

(Ali bin Abi Thalib)

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al Baqarah: 286)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

“Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang”

Alhamdulillah atas nikmat Allah Swt., dengan penuh bahagia saya persembahkan karya sederhana ini untuk orang-orang paling berharga dalam hidup saya.

1. Kepada sepasang pejuang tangguh dalam hidup dan keluarga saya, Ayahanda Husin dan Ibunda Siti Fatimah yang telah melahirkan dengan penuh cinta, membesarkan dengan kasih sayang, mendidik dengan penuh kesabaran, mendoakan dengan tulus, dan mengorbankan apapun demi pendidikan juga masa depan anak-anaknya dengan keikhlasan hati.
2. Teruntuk kakak saya Funky Setiawan dan adik-adik saya tersayang, Fresza Anggara dan Felin Amelia Nazel yang selalu mendoakan, mendukung, dan menantikan kesuksesan Adik dan Yundanya dengan penuh harap.
3. Terima Kasih Keluarga besar saya yang selalu mendoakan dan menantikan keberhasilan saya.
4. Bapak, Ibu dosen, dan staf Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia serta Almamater Universitas Lampung tercinta yang telah memberikan pengalaman belajar sehingga saya dapat menjadi seorang sarjana pendidikan.

SANWACANA

Puji syukur kehadiran Allah swt., atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Mitos dalam Pariwara Produk Kecantikan Wardah dan Rancangannya pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia di Univeritas Lampung.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari dalam penyelesaiannya menerima banyak masukan, arahan, bimbingan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan dengan setulus hati kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini sebagai berikut.

1. Dr. Munaris, M.Pd., selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, nasihat, motivasi, saran, kritik, dan bantuan selama proses penulisan skripsi ini.
2. Siska Meirita, M.Pd., selaku pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan, nasihat, motivasi, saran, kritik, dan bantuan selama proses penulisan skripsi ini.
3. Dr. I Wayan Ardi Sumarta, M.Pd., selaku dosen pembahas yang selalu memberikan arahan dan bimbingan berupa kritik dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi ini.
4. Dr. Sumarti, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
5. Eka Sofia Agustina, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
6. Prof. Dr. Sunyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

7. Dr. Mulyanto Widodo, M.Pd., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, nasihat, motivasi, dan bantuan selama proses perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu dosen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung yang selama ini telah membekali ilmu, pengetahuan, wawasan, dan keterampilan bermanfaat kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Lampung.
9. Kedua orang tua saya tercinta, Ayahanda Husin dan Ibunda Siti Fatimah yang selalu mendukung, mendoakan, memberikan semangat dan kasih sayang tiada henti.
10. Kakak saya Funky Setiawan dan adik-adik saya tercinta, Fresza Anggara dan Felin Amelia Nazel yang selalu mendukung, mendoakan, dan menantikan kelulusan saya setulus hati.
11. Saudara sekaligus teman semakan seminum di Perumahan Arum Lestari Permai 3, Rian Ferindo, Santi Okta Fitriani dan Ayu Popy Yana yang setia, sabar, perhatian, dan loyal selama tinggal satu rumah dengan saya.
12. Sahabat karib saya sebagai Pejuang S.Pd., Desta Amelia Pratiwi, Dwi Mustika Sari, Hemas Virginia Uswatun Hasanah, Dina Safitri, dan Destiana yang selalu ada, saling mengerti, dan membantu proses dalam menggapai gelar sarjana.
13. Rekan-rekan seperjuangan saya dalam program studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Angkatan 2017 yang telah memberikan warna dalam perjalanan hidup saya selama masa perkuliahan.
14. Rekan-rekan KKN Universitas Lampung tahun 2020, Wahyu Pratama, Frans Kusumo Proboseno Nugroho, M. Ichza Fahmi, Indah N., Mutiara Nur Aisyah, dan Dewi Syahbudin yang telah menerima saya menjadi keluarga baru di Pekon Argo Mulyo, Kecamatan Batu Ketulis, Kabupaten Lampung Barat.
15. Keluarga SMP Negeri 6 Mesuji Makmur yang telah memberikan kesempatan untuk belajar menjadi pendidik.
16. Ikatan Mahasiswa Muslim Ogan Komering Ilir yang telah mengajarkan kepada saya arti kebersamaan dan kekeluargaan.

Semoga Allah Swt., membalas kebaikan yang berlipat ganda atas kebaikan bapak, ibu, keluarga, dan rekan-rekan semua. Ucapakan terima kasih dan mohon maaf yang dapat saya sampaikan atas segalanya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Bandarlampung, 6 Juni 2023

Penulis

Firda Ovita Sanjaya
NPM 1713041008

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN JUDUL	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
MOTO	ix
PERSEMBAHAN	x
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	6

II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Teori Semiotika Roland Barthes	7
2.2 Tanda dan Makna.....	14
2.3 Pariwisata	19
2.4 Media	21
2.5 Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP.....	22
III. METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Data dan Sumber Data	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4 Teknik Analisis Data.....	29
IV. PEMBAHASAN.....	32
4.1 Pariwisata Produk Kecantikan <i>Wardah Feel The Beauty</i>	32
4.2 Pariwisata Produk Kecantikan <i>Wardah Cantikmu Siap Hadapi Dunia</i>	58
4.3 Rancangan Pembelajaran Bahasa Indonesia.....	83
V. PENUTUP.....	103
5.1 Simpulan	103
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Perbandingan dari Konotasi dan Denotasi	16
2.2 Istilah Khusus Pembeda antara Sistem Mitos dan Hakikat Bahasa	17
2.3 Kompetensi Dasar 3.3 dan 4.3	23
3.1 Instrumen Pengumpulan Data	28
3.2 Instrumen Analisis Data	31
4.1 Indikator Perkembangan Sikap	99
4.2 Aspek Penilaian	99
4.3 Penilaian Sikap Keaktifan Anggota Kelompok	100
4.4 Instrumen Penilaian hasil diskusi Kelompok	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1.1.1 Teori Signifikasi Roland Barthes.....	12
2.1.1.2 Penerapan Teori Signifikasi Roland Barthes	12
3.4.1 Teknik Analisis Data Berdasarkan Teori Roland Barthes	35
4.1.1.1 Penampilan Dinda Hauw.....	35
4.1.1.2 Penampilan Yasmin Napper.....	36
4.1.1.3 Penampilan Ayana Jihye Moon.....	38
4.1.1.4 Adegan Dinda Hauw diiringi <i>Voice Over</i>	40
4.1.1.5 Adegan Yasmin Napper diiringi <i>Voice Over</i>	43
4.1.1.6 Adegan Ayana Jihye Moon diiringi <i>Voice Over</i>	45
4.1.1.7 Adegan Dinda Hauw Murung	48
4.1.1.8 Adegan Yasmin Napper Kebingungan.....	50
4.1.1.9 Adegan Ayana Jihye Moon Murung	51
4.1.1.10 Adegan Dinda Hauw Memegang Camera.....	53
4.1.1.11 Adegan Yasmin Napper Bernyanyi di Panggung	54
4.1.1.12 Adegan Ayana Jihye Moon Makan Bersama.....	56
4.2.1.1 Gambar berbagai Properti	59
4.2.1.2 Adegan Marchella FP Malam Hari	61
4.2.1.3 Adegan Soraya Cassandra Pagi Hari.....	64
4.2.1.4 Adegan Tasha Khalida di Sekolah	66
4.2.1.5 Adegan dr. Nadhira Afifa di RS.....	68
4.2.1.6 Kumpulan berbagai Adegan.....	70
4.2.1.7 Adegan Marchella FP Memakai Produk Wardah	73
4.2.1.8 Adegan Soraya Cassandra Memakai Produk Wardah.....	75

4.2.1.9 Adegan Tasha Khalida Memakai Produk Wardah.....	77
4.2.1.10 Adegan dr. Nadhira Afifa Memakai Produk Wardah	79
4.2.1.11 Adegan dr. Nadhira Afifa Memakai Pensil Alis Wardah.....	81

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa memiliki fungsi salah satunya sebagai alat komunikasi. Komunikasi adalah sebuah proses penyampaian suatu pikiran, gagasan, atau pesan oleh pengirim kepada penerima dengan tujuan untuk memperoleh kesamaan pemahaman. Berkomunikasi dapat dilakukan dengan bantuan berbagai macam media, salah satunya adalah pariwara. Pariwara merupakan pemberitahuan. Selain itu, pariwara juga dapat diartikan sebagai semua yang berwujud pesan berisi tawaran produk atau jasa yang disampaikan melalui media dan penyampaiannya menggunakan pilihan kata yang bersifat persuasif agar mendapat respon yang baik dari masyarakat luas.

Saat ini, pariwara berkembang sangat pesat, terbukti dari bertambah banyaknya media yang digunakan sebagai wadah untuk mempublikasikan pariwara, salah satunya adalah *YouTube*. Media *YouTube* menjadi salah satu pilihan bagi produsen yang akan memasarkan produk atau jasa karena *YouTube* adalah media untuk berbagi video yang banyak diminati masyarakat pada saat ini. *YouTube* tidak hanya digunakan untuk memberikan hiburan, tetapi juga dapat digunakan untuk mempromosikan produk maupun jasa kepada masyarakat. Mempromosikan produk atau jasa dapat dilakukan dengan cara membuat video pariwara.

Pariwara yang dibuat dan dipublikasikan melalui *YouTube* ada sangat banyak, salah satunya terdapat pariwara suatu produk yang tidak asing lagi bagi masyarakat yaitu Pariwara Produk Kecantikan Wardah. Pariwara wardah dibuat untuk memengaruhi masyarakat luas terutama para perempuan Indonesia agar turut memakai berbagai rangkaian produk kecantikan wardah sehingga semua wanita dapat tampil cantik seperti beberapa model yang menjadi *brand ambassador* wardah. Guna memperluas sasaran

pemasaran produk wardah, wardah mempublikasikan pariwara di *YouTube* dengan berbagai produk yang dipromosikan oleh artis cantik yang sangat populer dan dikenal masyarakat luas sehingga konsumen banyak terpengaruh dan terdorong untuk membeli dan mencoba rangkaian produk kecantikan dari wardah.

Wardah menampilkan pariwara dengan konsep yang sangat menarik, dapat dilihat dari kata-kata yang dipilih, warna yang digunakan, gambar yang dimunculkan, gerak tubuh, dan tulisan yang dipakai untuk mengiklankan produk wardah agar dapat memikat konsumen untuk menyukai produk wardah tersebut. Pariwara wardah memang kaya akan ide-ide yang sangat kreatif, sehingga telah memunculkan tanda-tanda yang dapat memikat perhatian konsumen. Tanda-tanda yang muncul dalam pariwara produk kecantikan wardah mengandung sebuah pesan yang ingin disampaikan untuk para konsumennya. Pesan yang dimaksud adalah mitos seperti tuturan Roland Barthes (terjemahan Nurhadi, 2011) yaitu mitos adalah suatu sistem komunikasi, karena mitos menyampaikan pesan. Tuturan Roland Barthes sangat berbeda dengan suatu paham tentang mitos yang tersebar dikalangan masyarakat pada umumnya yaitu kisah-kisah yang dianggap benar-benar terjadi pada masa lampau dan dipercayai oleh masyarakat.

Menurut Barthes mitos adalah bentuk, mitos bukanlah sebuah objek atau konsep, mitos juga tidak bisa ditentukan dari materinya, tetapi mitos dilihat dan ditentukan dari pesan yang disampaikan. Barthes juga memaparkan bahwa mitos terdapat dalam ilmu semiotika, yaitu sebuah sistem komunikasi. Artinya mitos merupakan sebuah sistem tanda yang memiliki makna sehingga dapat digunakan sebagai perantara menyampaikan pesan.

Mitos dapat ditemukan di dalam sebuah pariwara. Pariwara produk kecantikan wardah memuat banyak sekali tanda yang mengandung mitos sehingga tentu saja menarik jika diteliti. Peneliti memutuskan untuk meneliti pariwara produk kecantikan wardah dan menguraikan semua mitos yang terkandung dalam pariwara produk kecantikan wardah tersebut. Pentingnya dilakukan penelitian ini selain dapat menambah wawasan mengenai mitos juga dapat mengetahui pesan apa saja yang disampaikan secara tersirat melalui tanda-tanda yang dimunculkan didalam pariwara wardah berdasarkan teori semiotika oleh Roland Barthes. Jika tidak dilakukan penelitian secara mendalam, maka sebagian besar masyarakat yang menonton atau menyaksikan video pariwara hanya berfokus pada

produk yang di tawarkan saja, padahal dibalik itu ada pesan-pesan yang sengaja dibuat oleh produsen untuk dapat dijadikan memotivasi oleh masyarakat.

Pada penelitian ini, peneliti tidak melakukan penelitian secara keseluruhan dari rangkaian produk kecantikan wardah. Peneliti hanya memfokuskan penelitian terhadap dua pariwara produk kecantikan wardah yang dipublikasikan pada tahun 2020 yaitu wardah *Feel the Beauty* dan wardah *Cantikmu Siap Hadapi Dunia*. Peneliti memiliki ketertarikan yang lebih untuk mengetahui apa saja mitos yang terkandung dalam pariwara produk kecantikan wardah. Agar mengetahui mitos-mitos yang terdapat dalam sebuah pariwara perlu mencari berbagai tanda-tanda yang muncul dalam pariwara tersebut, tanda-tanda itu dapat bermakna denotasi dan konotasi.

Penelitian tentang mitos dalam pariwara berdasarkan tuturan Roland Barthes sudah beberapa kali diteliti. Nuning Anggrainingsih (2017) meneliti Mitos dalam Pariwara Mie Instan Indomie dan Rancangannya pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP. Permasalahan dalam penelitian Nuning Anggrainingsih adalah mencari tahu mitos yang terdapat di dalam pariwara *Mie Instan Indomie* berdasarkan tanda-tanda yang muncul dalam pariwara kemudian membuat rancangan pembelajaran bahasa Indonesia di SMP dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Setelah melakukan penelitian Nuning Anggrainingsih memperoleh hasil yang menunjukkan adanya mitos di dalam pariwara Indomie goreng rasa kuah yaitu anak muda harus mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi agar selalu mengikuti perkembangan kebaruan dari berbagai hal dan mitos di dalam pariwara Indomie Seleraku yaitu seluruh masyarakat Indonesia mempunyai selera yang sama. Berdasarkan mitos yang telah didapatkan Nuning Anggrainingsih membuat rancangan pembelajaran Bahasa Indonesia terkait KD 4.4 menyajikan gagasan kreatif dalam bentuk cerita fantasi secara lisan dan tulis dengan memperhatikan struktur dan penggunaan bahasa. Kemudian, Erda Rismawati (2017) meneliti Mitos dalam Pariwara Rokok di Televisi dan Rancangannya pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP. Permasalahan dalam penelitian Erda Rismawati adalah mencari tahu bagaimanakah mitos yang terdapat di dalam pariwara rokok di televisi dan bagaimanakah rancangan pembelajaran bahasa Indonesia berdasarkan mitos yang ditemukan. Erda Rismawati menggunakan metode deskriptif kualitatif. Setelah melakukan penelitian didapatkan mitos dari pariwara rokok *Sampoerna Hijau Edisi Dorong Rame-Rame* yaitu segala sesuatu yang dilakukan secara bersama-sama akan membuat hidup menjadi mudah dan

menyenangkan. Kemudian, didapatkan juga mitos dari pariwisata rokok *Djarum Coklat Filter Versi Goalkeeper* adalah anak muda yang harus memperhatikan sopan santun dalam bertutur kata dengan orang lain. Berdasarkan mitos yang telah didapatkan Erda Rusmawati membuat rancangan pembelajaran bahasa Indonesia terkait KD 3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar dan KD 4.3 Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber. Kedua peneliti terdahulu yang telah disebutkan di atas menggunakan media televisi dalam proses penelitian mitos dalam pariwisata.

Berdasarkan uraian kedua penelitian terdahulu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan objek yang berbeda yaitu pariwisata produk kecantikan wardah. Dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan media televisi seperti kedua peneliti terdahulu melainkan menggunakan media *YouTube* karena dari penelitian ini nanti akan dibuat rancangan pembelajaran. Menggunakan media *YouTube* dapat memudahkan peserta didik untuk mencari bahan pembelajaran berupa video pariwisata produk kecantikan wardah. Sedangkan, menggunakan televisi peserta didik akan membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan pariwisata yang sesuai dengan yang dibutuhkan karena televisi menampilkan pariwisata tidak secara terstruktur. Kemudian dalam pembuatan rancangan pembelajarannya, penelitian ini akan menggunakan Kompetensi Dasar (KD) 3.3 dan 4.3 dalam kurikulum 2013 kelas VIII semester ganjil mengenai materi teks iklan. Penulis menggunakan pendekatan saintifik, menerapkan model pembelajaran *Problem Based Introduction (PBI)*, dan menjalankan metode pembelajaran *Student Teams-Achievement Divisions (STAD)*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang tertera pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut. “Bagaimanakah mitos yang terdapat dalam Pariwisata Produk Kecantikan Wardah dan Rancangannya pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP?”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Peneliti menjabarkan rumusan masalah dalam pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut.

- 1.3.1 Bagaimanakah penandaan denotasi dalam pariwara produk kecantikan wardah?
- 1.3.2 Bagaimanakah penandaan konotasi dalam pariwara produk kecantikan wardah?
- 1.3.3 Bagaimanakah mitos yang terdapat dalam pariwara produk kecantikan wardah?
- 1.3.4 Bagaimanakah rancangan pembelajaran bahasa Indonesia mengenai materi teks iklan di SMP?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut.

- 1.4.1 Mendeskripsikan penandaan denotasi dalam produk kecantikan wardah.
- 1.4.2 Mendeskripsikan penandaan konotasi dalam produk kecantikan wardah.
- 1.4.3 Mendeskripsikan mitos yang terdapat dalam produk kecantikan wardah.
- 1.4.4 Mendeskripsikan rancangan pembelajaran bahasa Indonesia mengenai teks iklan di SMP.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai mitos dalam pariwara produk kecantikan wardah dan rancanganya dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMP ini diharapkan dapat bermanfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat-manfaat tersebut dapat dideskripsikan sebagai berikut.

1.5.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini dibuat untuk memperbanyak referensi dan menambah ilmu pengetahuan khususnya di bidang kebahasaan dalam kajian semiotika.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Pendidik dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran teks iklan di SMP.
- b. Bagi mahasiswa dapat dijadikan referensi penelitian di bidang yang sama seperti peneliti khususnya ya bidang kajian semiotika.
- c. Bagi masyarakat dapat berguna untuk menambah informasi baru atau memperluas wawasan, khususnya mengenai mitos.
- d. Bagi siswa dapat dijadikan sebagai sumber belajar untuk materi teks iklan.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, seorang peneliti perlu membatasi ruang lingkup permasalahan agar penelitiannya menjadi lebih mudah. Ruang lingkup yang akan dibatasi dalam penelitian ini, sebagai berikut.

1.6.1 Mitos dalam pariwisata produk kecantikan wardah yang dipublikasikan pada tahun 2020, yaitu wardah *Feel the Beauty* dan wardah *Cantikmu Siap Hadapi Dunia*.

1.6.2 Penandaan denotasi dan konotasi dalam pariwisata produk kecantikan wardah yang dipublikasikan pada tahun 2020, yaitu wardah *Feel the Beauty* dan wardah *Cantikmu Siap Hadapi Dunia*.

1.6.3 Rancangan pembelajaran bahasa Indonesia di SMP kelas VIII untuk KD 3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar dan KD 4.3 Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes merupakan salah satu pemikir strukturalis yang dikenal sangat intelektual. Selain itu, Roland Barthes juga dikenal sebagai kritikus sastra asal Prancis yang sangat terkemuka, serta seorang menafsirkan teori sehingga diterapkan strukturalisme dan juga semiotika dalam studi sastra. Roland Barthes mengungkapkan bahwa suatu bahasa adalah sebuah sistem atau tanda yang dapat merefleksikan berbagai pendapat masyarakat dalam waktu tertentu. Roland Barthes juga telah mengungkapkan pendapat yang sama di dalam *Writing Degree Zero* (1953; terj. Inggris 1977) dan *Critical Essays* (1964; terj. Inggris 1972) (dalam Sobur, 2009).

Roland Barthes membuat pengembangan strukturalisme ke dalam semiotik teks. Ia menjadi pemimpin untuk kaum strukturalisme pada tahun 1960 untuk mencoba mengembangkan sebuah program semiotik dari pendapat Saussure. Barthes juga mencoba mengembangkan program tersebut lebih lanjut sampai akhirnya juga mengembangkan semiotik teks pada beberapa media visual. Beberapa yang termasuk di dalam media visual menurut Roland Barthes yaitu film, lukisan, gambar, iklan, arsitektur. Kemudian, Barthes juga mengembangkan semiotik kedokteran. Roland Barthes mengemukakan teori-teori tentang mitos, sebagai berikut.

2.1.1 Teori Mitos Roland Barthes

Roland Barthes mengungkapkan pengertian mitos. Akan tetapi, pengertian mitos yang disampaikan Roland Barthes sangat berbeda dengan apa yang telah menyebar dan dipercayai di Indonesia. Mitos di Indonesia diartikan sebagai suatu cerita yang mengisahkan sosok makhluk suci atau para dewa dan diyakini kebenarannya oleh

kelompok masyarakat tertentu. Biasanya di Indonesia mitos digolongkan sebagai cerita rakyat.

Menurut Barthes (terjemahan Nurhadi, 2011) mitos adalah suatu sistem komunikasi karena mitos menyampaikan pesan. Roland Barthes juga mengungkapkan bahwa mitos adalah bentuk, mitos bukanlah sebuah objek atau konsep, mitos juga tidak bisa ditentukan dari materinya, tetapi mitos dilihat dan ditentukan dari pesan yang disampaikan. Mitos tidak melulu bersifat verbal karena mitos dapat hadir dengan berbagai bentuk lain ataupun dalam campuran antara bentuk verbal dan nonverbal. Sebagai contoh, mitos dapat hadir dalam bentuk film, patung, lukisan, fotografi, iklan dan juga komik. Barthes juga memaparkan bahwa mitos juga terdapat dalam ilmu semiotika yaitu sebuah sistem komunikasi. Artinya mitos merupakan sebuah sistem tanda yang memiliki makna sehingga dapat digunakan sebagai perantara menyampaikan suatu pesan.

Selain itu, Barthes juga mengemukakan suatu pendapat bahwa mitos adalah sebuah nilai yang tidak membutuhkan suatu kebenaran apapun untuk dijadikan sanksi. Tidak ada ketetapan dalam berbagai konsep mitos, konsep mitos dapat diubah, dapat diciptakan semula, dapat bersifat padat dan terurai atau bahkan ada yang sampai benar-benar hilang. Terbukti bahwa dalam mitos sama sekali tidak ada hubungannya antara volume konsep dan bagaimana besar penandaannya. Konsep dalam mitos dapat meluas melalui sebuah penanda yang sangat besar dan juga panjang. Tetapi sebaliknya, bentuk yang sangat kecil berupa satu kata, satu sketsa, maupun satu gerakan dapat menjadi sebuah penanda dari konsep-konsep yang sangat berkembang.

Mitos merupakan suatu pernyataan yang lebih fokus terhadap maksudnya dari pada maknanya. Sebagai contoh, apabila terdapat rumah yang berbentuk gonjong di Minangkabau, maka orang yang melihatnya hanya memaknai bahwa rumah itu adalah rumah yang menunjukkan arsitektur umum khas Minangkabau. Akan tetapi, apabila terdapat rumah yang berbentuk gonjong di daerah Jakarta, maka orang yang melihatnya akan memberikan makna yang lebih jauh, apakah rumah tersebut adalah rumah makan Padang, atau contoh rumah minang seperti yang terletak di Taman Mini, atau mungkin rumah suatu organisasi untuk tempat pertemuan orang-orang minang yang merantau di Jakarta. Orang yang melihat rumah berbentuk

gonjong di Jakarta tentu akan merasa terlibat serta terpanggil untuk menemukan apa makna dari didirikannya rumah gonjong tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mitos adalah “*uneparolevalee et rendue*” yaitu suatu tuturan yang dicuri, kemudian dikembalikan lagi. Hanya saja, pada saat dikembalikan tuturan itu sudah tidak sama, tidak seperti aslinya ketika dicuri. Pencurian sebentar inilah yang membentuk tuturan-tuturan dari suatu mitos tertentu.

Sesuatu yang penting dan perlu diketahui dalam sebuah mitos yaitu mitos tidak bersifat arbitrer karena di dalam sebuah mitos selalu ada bagian yang mengandung motivasi yang muncul karena adanya analogi. Karena itu, sebuah mitos selalu mengandung sebuah analogi bentuk maupun makna. Roland Barthes memberikan contoh analisis mengenai sebuah sampul majalah Paris Match, yaitu sebuah gambar prajurit berkulit hitam sedang dalam posisi hormat militer pada bendera prancis. Pada tahapan pertama didapati sebuah penanda, petandanya adalah seorang prajurit asal prancis yang secara kebetulan memiliki kulit berwarna hitam, dan ia dijejret pada saat memberi hormat pada bendera Perancis secara militer. Secara keseluruhan sampul majalah itu terdiri dari beberapa gambar. Terdapat gambar seorang prajurit dengan kulit berwarna hitam yang memiliki ciri-ciri tertentu, seperti mungkin prajurit itu masih berusia muda, badannya tegap, dan sedang berdiri dengan posisi hormat militer. Prajurit tersebut tentu saja memiliki keluarga, memiliki riwayat hidup dan memiliki sifat-sifat tertentu pada dirinya. Sementara itu, terdapat benda yang sedang dihormatinya yaitu bendera Perancis, terdiri dari warna merah, warna putih, dan warna biru yang tersusun dalam bentuk membujur.

Pada mitos bahasa verbal (lisan maupun tulisan) memiliki hubungan antar unsur yang bersifat linier, sedangkan pada mitos visual terdapat hubungan ini bersifat multidimensional. Contohnya: tampak seragam prajurit dibagian tengah, tampak wajahnya yang berwarna hitam dibagian atas, tampak posisi memberi hormat secara militer dari sebelah kiri, dan tampak di atasnya lagi ada bendera perancis. Jadi, unsur pembentuk ini saling memiliki hubungan yang spasial satu sama lain, sedangkan konsepnya diterima secara global, tanpa terpilah-pilah dapat diterima sebagai pengetahuan. Pada tahapan ke dua, semua petanda bersatu dengan penandanya, petanda tersebut tidak menghilang tetapi menjadi sebuah penanda pada tahapan ke dua. Kemudian, terjadilah sebuah distorsi pada makna. Bersumber

pada tetanda pertama, mitos dapat menghadirkan petanda baru, yaitu kebesaran negara Perancis yang mempunyai anak negeri dari berbagai ras.

Selanjutnya, Roland Barthes mengemukakan bahwa terdapat tiga model yang berbeda dalam membaca mitos, dibedakan berdasarkan titik tekan pada makna, pada bentuk, dan kedua-duanya. Ketiga model tersebut, sebagai berikut.

1. Pembaca fokus pada pembacaan penanda yang kosong, berarti seorang pembaca membiarkan konsep memenuhi isi bentuk tanpa kerancuan, kemudian seorang pembaca akan dihadapkan dengan sistem yang sederhana. Di sini, pemaknaan akan bersifat literal atau harfiah. Contoh: prajurit berkulit hitam yang berdiri dengan posisi memberi hormat pada bendera Perancis adalah contoh dari kebesaran Perancis. Cara pembacaan yang seperti itu adalah salah satu cara yang dipakai oleh si pembuat mitos, yaitu dengan cara fokus pada konsep, kemudian berusaha mencari bentuk yang sesuai dengan konsep itu.
2. Pembaca fokus pada pembacaan penanda yang penuh, berarti sebelumnya telah terdapat makna dan bentuk di situ, tetapi seorang pembaca mencoba membedakan makna dari bentuknya. Akibatnya terjadi pemutarbalikan fakta (distorsi) pada pemaknaan tahap kedua. Usaha tersebut dapat membatalkan proses dari suatu penandaan sistem mitos, kemudian menerima sistem itu sebagai suatu tipuan. Contoh: prajurit berkulit hitam yang berdiri dengan posisi memberi hormat pada bendera Perancis itu hanyalah suatu alibi demi kebesaran Perancis. Cara pembacaan yang demikian berlaku pada seorang yang ahli dalam mitos, seseorang tersebut mampu menganalisis suatu mitos, dan paham dengan adanya suatu distorsi.
3. Pembaca fokus pada penanda mitos yang di dalamnya terdapat makna maupun bentuk yang telah menyatu secara utuh. Maka, seorang pembaca akan menerima makna yang rancu. Artinya seorang pembaca tersebut mengikuti mekanisme pembentukan suatu mitos dan memberikan tanggapan berdasarkan kedinamisannya. Pembaca model yang seperti ini adalah pembaca yang mencoba menempatkan diri sebagai seorang pembaca mitos pada umumnya (awam). Contoh: prajurit berkulit hitam yang berdiri dengan posisi memberi hormat pada bendera Perancis itu bukan contoh kebesaran Perancis dan juga bukan alibi demi kebesaran Perancis, melainkan sebuah gambaran kehadiran imperialitas Perancis.

Model pembaca fokus pada penanda yang kosong bersifat statis dan model pembaca fokus pada penanda yang penuh bersifat analitis. Kedua model tersebut menghancurkan mitos dengan cara menyampaikan maksud dari mitos tersebut dan membuka kedoknya. Sedangkan model pembaca yang fokus pada penanda mitos secara utuh bersifat dinamis. Pembaca tersebut mengomsumsi mitos sesuai dengan struktur dari mitos itu sendiri, karena itu pembaca tersebut dapat menghidupkan mitos sebagai cerita yang benar-benar terjadi, bahkan yang tidak nyata sekaligus.

Berdasarkan semiologi diungkapkan oleh Roland Barthes, seorang pembaca mitos itu sendirilah yang harus mengungkapkan fungsi esensialnya. Mitos diyakini mampu membuat suatu konsep menjadi lebih menarik dan menggugah, karena itu mitos dianggap melakukan pengkhianatan terhadap bahasa. Hal itu dikarenakan bahasa hanya dapat menghilangkan konsep jika mitos menyembunyikannya atau membuka kedok konsep jika mitos merumuskannya. Mitos dapat mendorong untuk membuka kedua konsep tersebut sehingga mitos dapat memusnahkan konsep itu dengan cara menaturalisasikannya.

Kini kita semua tahu alasan mengapa di mata para pembaca mitos, maksud dari suatu konsep masih bisa berwujud meskipun tidak tampak memiliki kepentingan akan hal itu. Bagi pembaca mitos hasil yang akan didapatkan pasti berbeda beda, semua yang terjadi seolah-olah secara alamiah melahirkan suatu konsep. Seolah-olah penanda memberi suatu fondasi bagi petanda.

2.1.2 Teori Signifikasi Roland Barthes

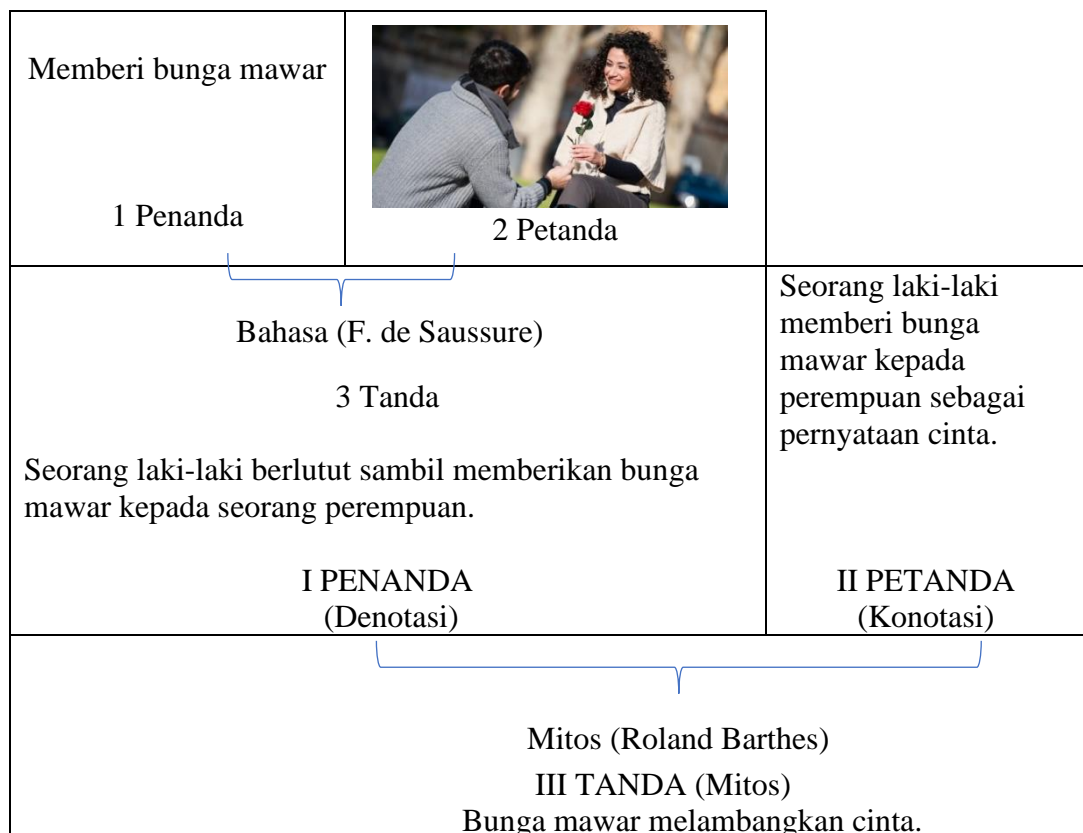
Roland Barthes mengungkapkan suatu teori signifikasi yang bertujuan untuk membantu seseorang agar dapat mengerti tentang mitos. Teori signifikasi yang diungkapkan Roland Barthes hampir sama dengan teori mengenai tanda F. de Saussure tetapi teori signifikasi menurut Roland Barthes melakukan perluasan makna, ditandai dengan adanya pemaknaan yang berlangsung dalam dua tahapan sebagaimana terlihat dalam gambar berikut.



(Barthes, Mythologies, 1957)

2.1.2.1 Gambar Bagan Teori Signifikasi Roland Barthes

Berdasarkan gambar di atas, dapat diuraikan bahwa dalam sebuah mitos terdapat dua sistem semiologis, dimana salah satu sistem tersebut terikat dengan sistem lain (bahasa/linguistik). Bahasa digunakan mitos untuk membentuk sistemnya sendiri, kemudian mitos itu sendiri akan menjadi *metabahasa*. Mitos adalah bahasa kedua, tempat dimana bahasa pertama dibicarakan. Sebagaimana telah digambarkan di atas, teori Saussure mengalami perluasan dalam teori Barthes.



2.1.2.2 Gambar Penerapan Teori Signifikasi Roland Barthes

Proses pemaknaan menjadi dua tahapan. Tanda yang terdiri dari penanda dan petanda menyatu pada tahapan pertama, sehingga melahirkan petanda dalam tahapan kedua, kemudian pada tahapan berikutnya penanda dan petanda yang menyatu akan membentuk suatu petanda yang baru. Petanda baru tersebut adalah bentuk dari suatu perluasan makna seperti yang diungkapkan Roland Barthes. Contoh: kata “mawar” memiliki suatu penanda yang telah menyatu di dalam petanda yaitu “bunga berkelopak tersusun yang berbau harum”. Setelah suatu penanda menyatu di dalam petanda akan muncul suatu makna baru pada tahapan kedua yang berbentuk perluasan dari suatu makna. Contohnya akan muncul petanda yang baru dalam tahapan kedua menjadi “cinta” (tetapi makna baru yang muncul ini harus menyesuaikan konteks). Makna yang muncul pada tahapan kedua adalah konotasi, dan makna yang muncul pada tahapan pertama adalah denotasi. Istilah tersebut baik makna denotasi maupun makna konotasi sudah dikenal sejak lama. Roland Barthes menggambarkan bagaimana proses sehingga mendapat istilah denotasi dan konotasi, sehingga dapat diketahui dari mana munculnya suatu perluasan makna tersebut.

Konotasi merupakan suatu istilah yang oleh Roland Barthes digunakan untuk memberikan tanda signifikasi pada tahapan kedua. Sedangkan, denotasi merupakan istilah yang digunakan untuk memberikan tanda signifikasi pada tahapan pertama. Istilah-istilah tersebut dapat digunakan untuk memberikan gambaran adanya sebuah interaksi yang akan terjadi apabila tanda menyatu dengan perasaan dan juga emosi dari seorang pembaca. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan sebuah tanda terhadap suatu objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana cara untuk menggambarkannya. Konotasi bekerja dalam tingkat subjektif sehingga sering kali tidak disadari kehadirannya. Pembaca sering sekali ketika membaca sebuah makna konotatif menganggap makna tersebut sebagai sebuah fakta dari denotatif. Oleh karena itu, analisis semiotika bertujuan untuk menyediakan suatu metode dalam menganalisis kerangka berpikir seseorang dan juga dapat digunakan untuk menangani apa bila terjadi salah baca (misreading) ataupun salah pada saat mendefinisikan sebuah makna dari suatu tanda (Wibowo, 2013).

Terdapat pola tiga dimensi di dalam mitos yaitu penanda, petanda, dan tanda. Mitos adalah sistem yang unik, mitos dimunculkan dari rantai suatu pemaknaan yang telah ada sebelumnya. Karena itu, mitos disebut sebagai sistem pemaknaan tataran kedua.

2.2 Tanda dan Makna

Tanda dan makna adalah hal yang sangat penting dalam sebuah studi komunikasi. Sesungguhnya di dalam konteks semiotik, komunikasi digunakan sebagai pembangkit suatu makna (*the generation of meaning*). Hubungan antara komunikasi, makna, dan tanda dapat divisualkan secara sederhana, sebagai contoh: Ketika seseorang melakukan komunikasi, maka seseorang diharuskan untuk membuat suatu pesan dalam bentuk tanda (*sign*) yang akan disampaikan kepada orang lain. Kemudian, pesan yang dibuat tersebut digunakan untuk memberi dorongan kepada seseorang agar dapat membuat suatu makna yang ditujukan untuk dirinya sendiri yang berkaitan dengan makna yang akan disampaikan dalam bentuk pesan.

Makna tanda tidak dapat dipelajari dengan sendirinya. Oleh karena itu, diperlukan pemisah untuk memisahkan tanda dan makna. Pemisah tersebut dianggap penting karena dapat menjadi sebuah alasan mengapa setiap orang merasakan tanda yang sama, tetapi mengandung makna yang jelas berbeda. Jika dianalisa secara formal, tanda yang dimaksud adalah penanda (*signifier*), makna merupakan petanda (*signified*), sedangkan makna yang didapatkan oleh seorang penerima merupakan signifikasi (*signification*). Tanda yang telah terkumpul dapat menjadi isyarat yang kuat untuk penerima tanda. Kumpulan tanda-tanda tersebut akan membentuk suatu makna lengkap dalam sebuah pesan.

2.2.1 Makna Denotasi dan Konotasi

Denotasi maupun konotasi berperan jauh lebih penting di dalam ilmu semiotika dibandingkan di dalam sebuah ilmu tentang linguistik. Makna denotasi mempunyai sifat langsung. Terdapat makna tertentu yang berada di dalam suatu tanda yang biasa disebut sebagai sebuah gambaran dari suatu petanda (Berger, 2000). Sebagai contoh, terdapat boneka Barbie, maka diperoleh makna denotasi sebagai berikut.

“boneka yang memiliki panjang kurang lebih 11 cm, boneka ini diproduksi pertama kali pada tahun 1959”.

Makna denotatif adalah sebuah makna dari kata maupun kelompok kata didasari suatu korelasi yang jelas dari satuan suatu bahasa dengan wujud yang ada di luar bahasa maupun berdasarkan konvensi tertentu. Makna denotatif juga disebut makna yang polos atau makna yang benar-benar apa adanya sesuai makna aslinya yang memiliki sifat objektif. Jadi, makna denotatif adalah makna asli, makna yang sebenarnya, dan tidak ada hubungannya dengan faktor lain berlaku pada seorang pembicara maupun pada pendengarnya (Harimurti dalam Sobur, 2009).

Konotasi dapat diartikan sebagai aspek suatu makna dari satu kata atau kelompok kata yang didasari suatu perasaan atau ide dari pikiran yang muncul atau dimunculkan oleh seorang pembicara (penulis) maupun seorang pendengar (pembaca) (Harimurti dalam Sobur, 2009). Pateda (2010) berpendapat bahwa makna konotatif merupakan suatu makna yang ditunjukkan berdasarkan acuan atau makna yang didapatkan dari unsur bahasa yang erat kaitannya dengan dunia di luar bahasa, gagasan atau ide, dan juga semua yang terurai dengan cara melakukan analisis pada komponennya. Makna konotatif lebih sering berkenaan dengan apa yang ada dipikiran seseorang tentang sesuatu.

Makna denotatif adalah makna yang bersifat objektif, sehingga semua orang hampir bisa memahami makna denotatif, sedangkan makna konotatif hanya bisa dipahami oleh beberapa orang yang jumlahnya relatif lebih sedikit. Makna konotatif adalah makna yang bersifat subjektif. Subjektif karena makna konotatif dihasilkan dari pergeseran makna umum (denotatif) setelah menerima penambahan rasa dan nilai tertentu. Jadi, sebuah kata yang mempunyai makna konotatif akan mengandung nilai rasa baik positif maupun negatif.

Konotasi merupakan sebuah istilah yang dipakai oleh Barthes untuk memberitahu adanya sebuah signifikasi tahapan kedua dari denotasi yang menghasilkan signifikasi tingkat pertama. Hal tersebut menunjukkan adanya sebuah korelasi yang terjadi ketika suatu tanda bertemu dengan sebuah perasaan atau emosi dari seorang pembaca yang diikuti dengan adanya nilai-nilai dari kebudayaan tertentu. Konotasi

biasanya bermakna subjektif atau paling tidak bermakna intersubjektif. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa denotasi adalah apa saja yang digambarkan oleh tanda terhadap objek tertentu, sedangkan makna konotasi adalah bagaimana cara untuk menggambarkannya.

Barthes menggunakan konsep *connotation* milik salah satu tokoh linguistik bernama Hjelmslev. Dalam konsep tersebut banyak menyingkap sebuah makna yang tidak terungkap atau tersembunyi. Konsep ini menetapkan sebuah cara untuk memunculkan makna sifatnya promotif, yakni terdiri atas makna denotatif dan makna konotatif. Pada tingkatan denotatif suatu tanda dapat berkedudukan sebagai makna primer yang sifatnya “alamiah”. Tetapi, pada tingkatan konotatif suatu tanda berkedudukan sebagai makna sekunder. Karena itu, muncullah suatu makna yang bersifat ideologis.

Terdapat suatu perbandingan antara konotasi dan denotasi yang diungkapkan oleh Arthur Asa Berger (dalam Sobur, 2009), sebagai berikut.

Tabel 2.2.1.1 Perbandingan dari Konotasi dan Denotasi

KONOTASI	DENOTASI
Pemakaian figure	Literature
Petanda	Penanda
Kesimpulan	Jelas
Memberi kesan tentang makna	Menjabarkan
Dunia mitos	Dunia keberadaan/eksistensi

(Berger dalam Sobur, 2009)

Makna konotasi yang muncul dari beberapa tanda dapat menjadi semacam mitos yang memberi tekanan pada suatu makna sehingga muncul (makna) konotasi dalam berbagai macam hal yang dapat berupa wujud yang sangat berpengaruh (Berger, 2000). Secara teknis, Barthes mengungkapkan bahwa mitos adalah urutan kedua dari suatu sistem semiologis. Adapun yang termasuk dalam tanda urutan pertama pada sistem semiologis yaitu gabungan antara petanda dan penanda sehingga terwujud suatu penanda dalam sistem kedua. Kemudian, Barthes memakai sebuah istilah khusus yang digunakan sebagai pembeda antara sistem mitos dengan hakikat sebuah bahasa. Barthes memberikan gambaran suatu penanda yang

terdapat dalam sebuah mitos yang disebut sebagai bentuk dan petanda dari suatu konsep. Gabungan dari kedua istilah itu disebut sebagai sebuah penandaan.

Tabel 2.2.1.2 Istilah Khusus Pembeda antara Sistem Mitos dan Hakikat Bahasa

Bahasa	Mitos
Penanda (<i>signifier</i>)	Bentuk (form)
Petanda (<i>signified</i>)	Konsep (concept)
Tanda (<i>sign</i>)	Penandaan (signification)

Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh suatu kenyataan bahwa suatu penanda dan juga petanda dapat menciptakan sebuah tanda dari sistem kebahasaan. Kemudian, tanda yang dihasilkan tersebut akan terbentuk menjadi suatu penanda untuk petanda yang berbeda dan juga dapat menjadi sebuah tanda dalam bahasa asli. Dilihat dari sudut pandang mitos, penanda yang dimaksud merupakan tanda jika dilihat dalam bahasa asli atau dapat juga disebut sebagai suatu bentuk, sedangkan yang dimaksud petanda adalah suatu konsep yang didapatkan dari proses sebuah perasaan. Beberapa teori yang telah diuraikan menjadi acuan penulis untuk berkiblat dengan teori Roland Barthes. Konotasi dapat digunakan untuk memberi penjelasan bahwa sebuah signifikasi pada tahapan pertama merupakan suatu korelasi antara signifier (ekspresi) dan *signified* (*conten*), sedangkan denotasi dapat digunakan untuk menjelaskan suatu makna yang nyata dari sebuah tanda (*sign*) (Wibowo, 2013).

2.2.2 Menganalisis Tanda-Tanda dan Sistem Tanda-Tanda

Berger (2000) menyampaikan beberapa asumsi mengenai hal-hal yang harus menjadi pertimbangan dalam menganalisis sebuah iklan, sebagai berikut.

- a. Apakah makna dari keseluruhan iklan itu? *Mood* seperti apa yang ditimbulkan. Bagaimana iklan itu dapat melakukannya sehingga mood itu muncul?
- b. Bagaimana desain pada iklan itu? Apakah iklan itu menggunakan keseimbangan aksial atau ada bentuk lain? Bagaimana cara menyusun komponen-komponen atau elemen-elemen dasar yang ada pada iklan itu?

- c. Apa hubungan antara elemen gambar dan elemen tertulis dan apa maksud yang terkandung dari suatu hubungan itu pada iklan?
- d. Bagaimana dengan ruang pada iklan itu? Apakah ada banyak ruang putih pada iklan itu yang terisi penuh dengan elemen-elemen grafis dan tertulis (yakni “ramai”).
- e. Tanda-tanda dan lambang-lambang apa yang dapat ditemukan pada iklan itu? Apa saja peran yang diperankan oleh tanda maupun simbol dalam sebuah iklan iklan?
- f. Apakah terdapat gambar pribadi (orang laki-laki, perempuan, anak-anak, binatang-binatang) di dalam iklan tersebut, jika ada jelaskan seperti apa? bagaimana ekspresi, bagaimana pose, bagaimana gaya rambut, berjenis kelamin apa, warna rambut, apa etnisnya, bagaimana pendidikannya, dan apakah ada hubungan antara satu dengan yang lain dan sebagainya.
- g. Apa yang disampaikan *background* pada kita? Dimana tempat terjadinya iklan tersebut dan apa makna yang terkandung di dalam *background* itu?
- h. Kegiatan apa yang dilakukan di dalam iklan dan apa arti dari kegiatan tersebut? (plot).
- i. Apa tema yang diterapkan di dalam iklan itu?
- j. Bagaimana penggunaan bahasanya? Apakah memberikan informasi atau dapat menciptakan emosional? Atau bahkan kedua-duanya. Bagaimana teknik yang digunakan?
- k. Bagaimana wajah dari tokoh iklan dan kesan apa yang dimunculkan?
- l. Apa permasalahan yang ditimbulkan dari peran untuk budaya dan masyarakat?
- m. Bagaimana dengan estetika.
- n. Apakah ada pandangan politik, sosiologi, ekonomi, atau budaya yang terpancar secara tidak langsung di dalam iklan itu?

2.3 Pariwara

Pariwara adalah iklan yang diberitakan kepada khalayak, tetapi hanya yang ditayangkan bukan berbentuk gambar atau poster (KBBI, 2008). Pariwara merupakan iklan berbentuk promosi atau sarana komunikasi yang dihasilkan dari sebuah kreatifitas berisi pesan dari produsen untuk disampaikan kepada konsumen. Pariwara merupakan suatu bagian yang sangat penting dalam membangun dan menciptakan citra merek. Itulah sebabnya, pariwara sering sekali muncul diberbagai program dengan banyak kreatifitas, gaya maupun ucapan yang disesuaikan dengan segmen dan target pasar.

Kreatifitas dijadikan hal yang penting untuk para instansi perancang pariwara. Namun, kreatifitas hanya salah satu yang diunggulkan dan yang dikejar oleh pengiklan dalam pariwara. Selain itu, pembuat pariwara juga memerlukan strategi pemasaran. Karena itu, pariwara memerlukan media sebagai alat untuk promosi. Kualitas media juga harus dirancang dengan baik, karena semakin jelas kualitas pariwara yang ditampilkan, maka maksudnya akan mudah ditangkap, dimengerti, oleh pendengar dan pembacanya. Sehingga diperoleh kesimpulan, apabila tampilan pariwara di media berkualitas maka akan semakin efektif dalam penyampaiannya pesan kepada penjual (Arifin, 2010).

2.3.1 Tujuan Pariwara

Pariwara atau iklan dapat dibagi berdasarkan tujuan. Iklan tidak semata-mata digunakan sebagai media berjualan. Iklan juga dapat digunakan untuk hal lain. Sebagai contoh, iklan yang dipromosikan oleh pemerintah dengan berbagai tujuan, yaitu iklan yang dibuat sebagai upaya untuk memberikan peringatan kepada masyarakat tentang berbagai bahaya penyakit AIDS, ada juga iklan yang digunakan sebagai upaya memberikan kesan positif yang sangat menguntungkan masyarakat. Contohnya perusahaan Britist Petroleum yang berkesan karena membuka banyak lapangan pekerjaan serta berkesan karena menjaga dan memberikan perlindungan untuk lingkungan sekitar.

Selain itu, para pemasang iklan memiliki berbagai tujuan lain dalam lingkungan murni komersial, sebagai berikut:

- a. Membuat para konsumen menyadari adanya tawaran produk maupun jasa.
- b. Membuat konsumen yakin dengan kualitas produk yang ditawarkan.
- c. Mencari target pasar yang banyak.
- d. Menjaga konsumen yang telah didapatkan agar tidak tertarik dengan produk lainnya.

2.3.2 Komunikasi Periklanan

Bahasa bukan satu-satunya alat dalam komunikasi periklanan, masih banyak alat-alat komunikasi lainnya yang dibutuhkan, yaitu gambar, warna, dan juga bunyi. Iklan dapat dipublikasikan lewat dua saluran media massa, yaitu media cetak dan media elektronika. Komunikasi periklanan melibatkan seorang penjual dengan semua orang yang menjadi target pasar (Sobur, 2009).

Iklan melibatkan berbagai sistem tanda berupa lambang-lambang yaitu verbal dan visual atau nonverbal. Lambang verbal yang dimaksud adalah bahasa, sedangkan yang dimaksud lambang visual adalah berbagai bentuk dan aneka warna yang terdapat di dalam iklan (Sobur, 2009).

2.3.2.1 Komunikasi Verbal

Pesan verbal adalah sebuah komunikasi yang disampaikan menggunakan kata-kata, baik itu secara lisan maupun secara tulisan. Komunikasi verbal sangat sering digunakan dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, kita semua dapat mengungkapkan sebuah perasaan, menunjukkan emosi, menyampaikan pikiran, gagasan, atau maksud tertentu, dan juga dapat menyampaikan fakta, data, informasi serta memberikan penjelasannya, dapat juga saling menyampaikan perasaan, berdebat dan bahkan bercecekok (Hardjana dalam Kurniawati, 2014).

2.3.2.2 Komunikasi Visual

Komunikasi visual merupakan kegiatan bertukar pesan dengan orang lain tanpa menggunakan kata-kata karena komunikasi yang dilakukan melalui gerakan, bahasa tubuh, ekspresi wajah, hingga gerak tangan. Komunikasi visual berpotensi untuk memberi ransangan pada pikiran orang tersebut sehingga dapat menciptakan sebuah makna untuk diri sendiri maupun orang lain. Fitur visual dapat memberikan pengaruh pada makna tertentu dari apa yang diucapkan. Lambang visual berfungsi untuk membantu pembicara menerjemahkan makna agar apa yang disampaikan mudah dimengerti oleh orang yang diajak berbicara (Berger, 2000).

2.4 Media

Media pada umumnya digunakan untuk memberitahukan adanya sebuah informasi. Sebelum menerbitkan suatu informasi akan ada tahapan untuk menyunting memilih fakta dari informasi yang penting dan yang dianggap kurang penting. Karena itu, informasi yang disebarkan melalui media merupakan informasi yang benar dan terpercaya. Setiap orang tentu menyetujui bahwa media memiliki kekuatan. Kekuatan yang paling menonjol dari suatu media tergambar pada kenyataan bahwa media dapat digunakan sebagai sumber utama dalam berbagai ide dan opini (Burton, 2008).

2.4.1 Media YouTube

YouTube adalah salah satu situs jejaring sosial yang menyediakan berbagai fasilitas visual dan suara kepada para pengguna. YouTube didirikan oleh tiga orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim pada bulan Februari tahun 2005. Menurut (Sianipar, 2013), saat ini YouTube merupakan situs jejaring sosial yang memiliki database video terbesar dan terpopuler di dunia internet. YouTube dapat digunakan untuk memudahkan para pengguna dalam memuat berbagai informasi, menonton, maupun berbagi berbagai klip video secara gratis. Karena itu, YouTube banyak diminati oleh berbagai kalangan dari kalangan anak-anak sampai dewasa.

Dalam Pers YouTube tahun 2021 dinyatakan bahwa dalam setiap bulan, lebih dari 2 miliar pengguna yang login membuka YouTube dan dalam setiap harinya YouTube ditonton lebih dari satu miliar jam video sehingga menghasilkan miliaran kali penayangan. Kemudian partner YouTube telah mengklaim bahwa terdapat lebih dari 800 juta video sejak *Content ID* diterapkan dan YouTube memiliki lebih dari 75 juta file referensi aktif dalam *database Content ID*, yang menjadikannya sebagai database paling lengkap di dunia. Database ini bahkan telah memenangkan *Primetime Emmy* (penghargaan untuk program terbaik yang mempunyai jam tayang yang tinggi). Karena itu, YouTube sangat berpotensi sebagai media yang dapat diandalkan dalam sebuah proses pembelajaran.

Terdapat beberapa keunggulan YouTube sebagai media pembelajaran, yaitu sebagai berikut.

- a. YouTube merupakan situs jejaring sosial yang memiliki database video terbesar di dunia sehingga memiliki banyak video referensi yang dibutuhkan dalam dunia pendidikan.
- b. Youtube dapat digunakan setiap saat tanpa ada batasan ruang dan waktu.
- c. YouTube sangat praktis sehingga mudah digunakan dan dapat diikuti oleh semua kalangan termasuk siswa dan guru.
- d. YouTube memuat banyak informasi tentang perkembangan ilmu pendidikan, teknologi, dan kebudayaan.
- e. YouTube memberikan fasilitas kolom komentar sehingga dapat digunakan untuk berdiskusi ataupun melakukan tanya jawab termasuk dalam sebuah video pembelajaran.
- f. YouTube dapat dibagikan di jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter* dan juga *blog/website* karena difasilitasi link HTML, sehingga memudahkan siswa dan guru untuk saling berbagi informasi satu sama lain.
- g. Youtube sangat ekonomis karena dapat ditonton secara gratis.

2.5 Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP

Pembelajaran adalah kegiatan interaksi yang melibatkan peserta didik, pendidik dan sumber belajar di dalam lingkungan belajar. Pembelajaran merupakan relasi dari berbagai unsur yaitu manusia, fasilitas, perlengkapan, material, dan prosedur yang dapat

memberi pengaruh satu sama lain sehingga mencapai tujuan pembelajaran (Hamalik, 2008). Dalam menjalankan tugas sebagai pendidik, guru harus benar-benar berkompeten untuk mencapai tujuan akhir pengajaran bahasa, baik dalam hal keterampilan, menyimak, berbicara, membaca, dan menulis (Saddhono, 2014).

Oleh karena itu, pembelajaran bahasa Indonesia dijuruskan untuk menambah kemampuan setiap peserta didik untuk berkomunikasi dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan juga benar serta menambah kemampuan apresiasi karya sastra bahasa Indonesia. Agar semua itu dapat terealisasi, dibutuhkan sebuah kurikulum yang difokuskan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan untuk mengapresiasi dan juga menciptakan karya sastra maupun nonsastra.

Pariwara merupakan salah satu media yang dapat digunakan dalam berkomunikasi karena pariwara melibatkan bahasa untuk memengaruhi konsumen agar tertarik terhadap apa yang ditawarkan. Pembelajaran mengenai pariwara tercantum di dalam kurikulum 2013 yaitu materi tentang iklan (pariwara) terdapat dalam KD 3.3 dan 4.3.

Tabel 2.5 Kompetensi Dasar 3.3 dan 4.3

Kompetensi Dasar	
3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar.	4.3 Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber.

Rancangan pembelajaran yang bisa menjadi pedoman untuk mencapai kompetensi dasar adalah sebuah pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan kompetensi dasar, model pembelajaran, dan metode pembelajaran. Salah satu rancangan pembelajaran yang sesuai dengan tujuan untuk mencapai KD 3.3 dan 4.3 yaitu menggunakan pendekatan saintifik, menerapkan model pembelajaran *Problem Based Introduction (PBI)*, dan menjalankan metode pembelajaran *Student Teams-Achievement Divisions (STAD)*.

2.5.1 Pendekatan Saintifik

Pendekatan saintifik (*scientific approach*) adalah model pembelajaran yang di dalamnya terdapat kaidah keilmuan yang melibatkan serangkaian aktivitas pengumpulan data-data pembelajaran melalui kegiatan observasi, eksperimen, menanya, mengolah sebuah informasi atau data, kemudian mengkomunikasikan (Kemendikbud, 2014).

2.5.2 Model pembelajaran Problem Based Introduction (PBI)

Model pembelajaran *Problem Based Introduction (PBI)* adalah salah satu model pembelajaran yang inovatif. Model pembelajaran ini menciptakan suatu kondisi belajar siswa yang aktif karena siswa selalu terlibat dalam memecahkan suatu masalah. Melalui model pembelajaran PBI, siswa diharapkan bukan hanya dapat mempelajari pengetahuan yang berhubungan dengan berbagai masalah yang disuguhkan tetapi juga harus dapat menciptakan suatu keterampilan dalam proses memecahkan masalah tersebut. Menurut (Sugiyanto, 2009), guru harus bisa memposisikan dirinya sebagai pembimbing dan fasilitator sehingga siswa diberi kesempatan untuk belajar berpikir dan dapat menyelesaikan masalahnya sendiri.

2.5.3 Metode pembelajaran *Student Teams-Achievement Divisions (STAD)*

Metode pembelajaran *STAD* adalah salah satu model pembelajaran yang kooperatif. Dalam kegiatan pembelajaran dengan menggunakan model pembelajaran kooperatif, siswa diarahkan untuk saling bekerjasama dalam menyelesaikan suatu tugas dan para siswa juga harus saling mengkoordinasikan setiap usaha dalam menyelesaikan tugas yang diberikan guru.

Langkah-langkah menerapkan pembelajaran kooperatif dengan metode pembelajaran STAD (Robert E.Slavin, 2010) :

- a. Guru menyiapkan dan menyampaikan materi pembelajaran atau suatu permasalahan yang sesuai dengan kompetensi dasar yang akan dicapai kepada siswa.
- b. Guru membuat kuis untuk di tes kepada setiap siswa secara individual sehingga memperoleh skor awal.
- c. Guru membagi siswa menjadi beberapa kelompok berdasarkan kemampuan yang berbeda-beda (tinggi, sedang dan rendah).
- d. Siswa mendiskusikan permasalahan yang telah dipersiapkan guru dalam masing-masing kelompok untuk mencapai kompetensi dasar.
- e. Guru menjadi fasilitator dalam proses pembelajaran.
- f. Guru memberikan kuis kepada setiap siswa secara individual.
- g. Guru memberi suatu penghargaan kepada kelompok yang memperoleh skor tertinggi untuk menambah semangat siswa dalam kuis selanjutnya.

Tujuan utama dalam penerapan metode pembelajaran *STAD* adalah untuk memberikan motivasi para siswa dalam proses kerjasama antar kelompok. Siswa harus saling membantu satu sama lain untuk memahami materi, menyelesaikan suatu permasalahan, dan menguasai keterampilan-keterampilan yang diberikan oleh guru. Para siswa akan berlomba-lomba untuk menjadikan kelompok mereka sebagai kelompok yang memperoleh suatu penghargaan. Mereka akan memaksimalkan proses pembelajaran sehingga menciptakan kesan pembelajaran yang baik dan menyenangkan.

Media yang dapat dijadikan bahan pembelajaran dalam KD 3.3 dan 4.3 tentang iklan adalah video pariwisata di YouTube. Salah satu pariwisata yang unik dan memiliki banyak pesan-pesan tersembunyi di dalamnya sehingga menarik untuk dijadikan bahan pembelajaran adalah Pariwisata Produk Kecantikan Wardah. Kolaborasi antara kompetensi dasar 3.3 dan 4.3 mengenai iklan dan pariwisata produk kecantikan wardah bertujuan untuk membantu siswa agar dapat menginterpretasi makna yang terkandung dalam sebuah iklan dengan lebih mudah.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mitos yang terdapat dalam pariwisata produk kecantikan wardah. Guna mencapai tujuan tersebut penulis menerapkan desain penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif berkaitan dengan interpretasi penulis terhadap data yang ditemukan karena instrumen dalam penelitian kualitatif adalah orang atau peneliti itu sendiri. Metode penelitian kualitatif akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan yang dihasilkan dari berbagai media yang dapat diamati (Hikmat, 2011). Dengan demikian, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif agar data-data yang dikumpulkan dapat dianalisis secara mendalam, kredibel, dan bermakna, sehingga penulis dapat mempelajari, menggambarkan dan menjelaskan secara akurat sesuai dengan apa yang didapatkan dari proses penelitian (Syamsudin dan Damaianti, 2011).

Peneliti berusaha menguraikan secara jelas mitos-mitos yang terdapat dalam pariwisata produk kecantikan wardah dengan meneliti tanda-tanda yang muncul. Peneliti akan meneliti tanda denotasi terlebih dahulu sebagai tahapan pertama dengan cara memaknai tanda tersebut berdasarkan makna nyata atau makna yang asli. Setelah itu, akan dilanjutkan tahapan kedua dengan cara memaknai tanda konotasi yang melibatkan signifier (ekspresi) dan signified (content) atau yang berdasarkan proses perasaan. Makna yang mendominasi pada tahapan kedua menjadi mitos yang merupakan perkembangan dari makna konotasi. Kemudian, mitos yang didapatkan akan di deskripsikan sebagai pesan yang terkandung dalam pariwisata tersebut. Setelah itu, dari semua hasil uraian yang didapatkan akan dibuat rancangan pembelajaran bahasa Indonesia untuk Sekolah Menengah Pertama (SMP).

3.2 Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berupa video pariwisata produk kecantikan Wardah *Feel The Beauty* berdurasi 1 menit dan Wardah Cantikmu Siap Hadapi Dunia berdurasi 1 menit 47 detik yang terdapat di YouTube tahun 2020. Data yang diambil dalam penelitian ini adalah penandaan denotasi, penandaan konotasi, dan mitos yang terdapat pariwisata produk kecantikan wardah. Seluruh data ditranskripsikan dan dipilah-pilah berdasarkan keperluan dan kelengkapannya.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi, yaitu dengan cara mencari dan mengunduh dokumen yang berupa video pariwisata produk kecantikan Wardah *Feel The Beauty* dan Wardah Cantikmu Siap Hadapi Dunia di www.youtube.com. Teknik dokumentasi digunakan karena penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis dokumen-dokumen sumber data nonmanusia. Sumber data nonmanusia dapat berupa buku, arsip, dokumen, tulisan angka, gambar, serta dokumen-dokumen lain yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2015).

Tujuan dari penggunaan teknik dokumentasi ini adalah untuk mengumpulkan semua dokumen-dokumen yang berhubungan dengan judul penelitian agar mempermudah peneliti dalam memperoleh data secara jelas dan detail sesuai dengan data yang dibutuhkan. Teknik dokumentasi ini tidak melibatkan peneliti secara langsung tetapi peneliti hanya mengamati dan mencatat isi dokumen yang telah dibuat dan didokumentasikan oleh departemen produksi pariwisata wardah yang di unggah di YouTube tahun 2020.

Tabel 3.3 Instrumen Pengumpulan Data

No.	Instrumen	Indikator	Deskriptor
1	Observasi	Pengamatan objek	<p>a. Mencari objek penelitian, yaitu vidio pariwisata produk kecantikan Wardah <i>Feel The Beauty</i> dan Wardah Cantikmu Siap Hadapi Dunia di situs YouTube.</p> <p>b. Mengamati pariwisata produk kecantikan Wardah <i>Feel The Beauty</i> dan Wardah Cantikmu Siap Hadapi Dunia di situs YouTube, kemudian mengunduh vidio pariwisata tersebut sebagai bahan penelitian menggunakan situs pengunduh video YouTube yaitu SaveFrom.</p>
		Catatan objek	<p>a. Mencatat kapan waktu pengamatan akan dimulai dan dimana tempat pelaksanaan pengamatan.</p> <p>b. Mencatat hasil dari pengamatan pariwisata produk kecantikan wardah dan mengelompokkan data hasil analisis penanda denotasi, penanda konotasi, dan mitos berdasarkan data yang sudah ditentukan oleh peneliti.</p>
2	Dokumentasi	<i>Mechanical device</i>	<p>a. <i>Mechanical device</i> yang digunakan dalam penelitian ini berupa situs internet yang dapat digunakan untuk <i>mendownload</i> pariwisata produk kecantikan wardah sebagai dokumentasi data dalam bentuk video.</p>
		Menulis kembali (<i>rewriting</i>)	<p>a. Menguraikan kembali isi yang terkandung dalam pariwisata.</p>

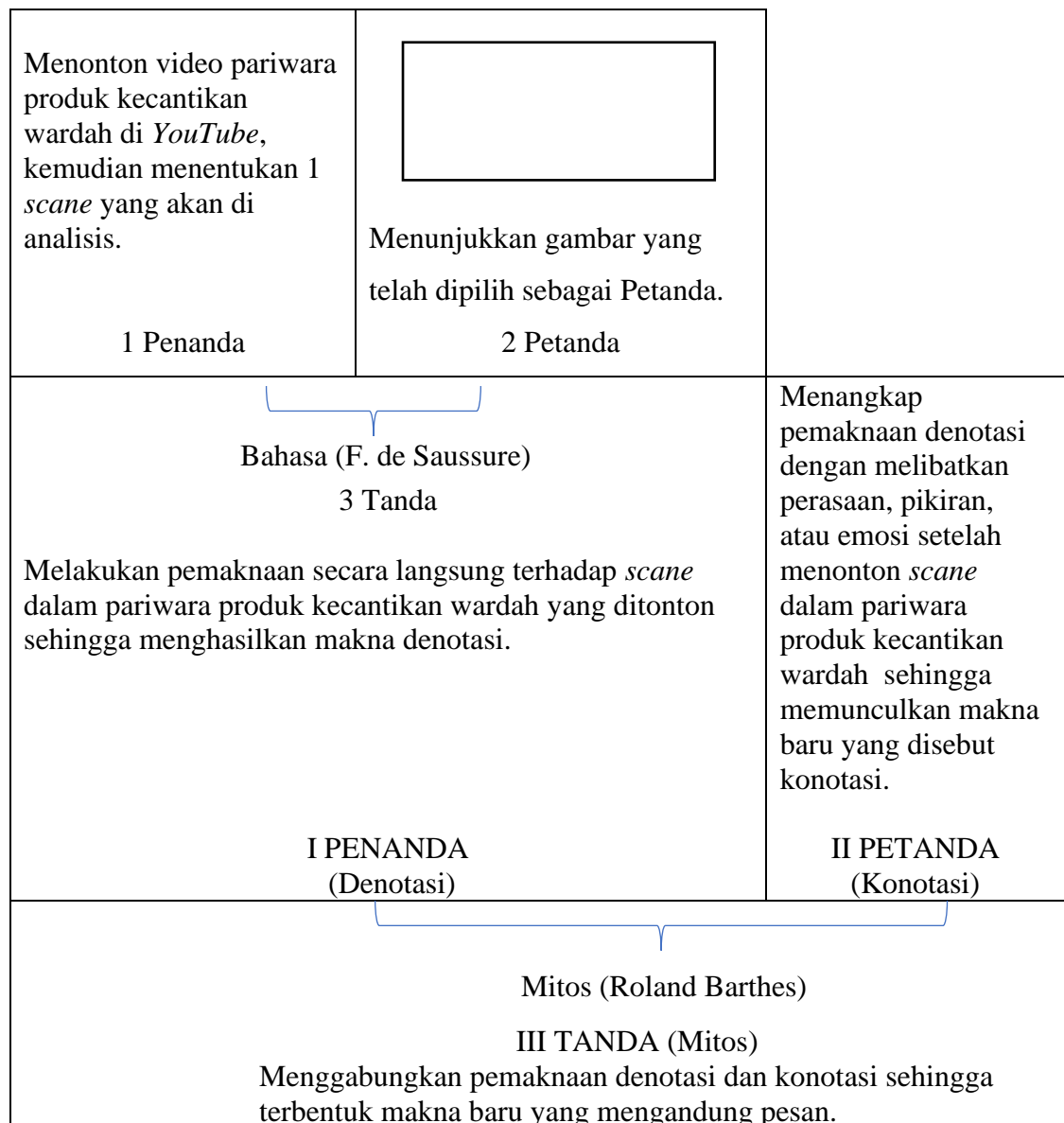
3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan upaya yang dilakukan untuk mengolah data menjadi sebuah informasi baru yang mudah dipahami dan dapat bermanfaat sebagai solusi untuk memecahkan suatu masalah. Informasi yang didapatkan bisa dijadikan sebagai pedoman dalam sebuah penelitian. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan dua tahap penelitian, yaitu tahap pemaknaan tingkat pertama pada data denotasi dan tahap pemaknaan tingkat kedua pada data konotasi berdasarkan teori Roland Barthes.

Berikut adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini.

- a. Mengamati video pariwisata produk kecantikan wardah yang telah diunduh, yaitu Wardah *Feel The Beauty* dan Wardah *Cantikmu Siap Hadapi Dunia*.
- b. Mengidentifikasi tanda-tanda konotasi yang terdapat pada pariwisata produk kecantikan wardah.
- c. Melakukan pemaknaan secara langsung terhadap penanda verbal maupun penanda visual yang muncul dalam pariwisata produk kecantikan wardah (tahap pemaknaan tingkat pertama).
- d. Mengaitkan penandaan denotasi dengan konteks peristiwa yang terjadi di dalam pariwisata sehingga terbentuk penandaan dalam tahapan kedua (tahap konotasi).
- e. Hasil penandaan yang didapatkan dari pemaknaan tahap kedua (tahap konotasi) dijadikan petunjuk adanya suatu mitos.
- f. Menguraikan mitos apa saja yang terdapat di dalam pariwisata *Wardah Feel the Beauty* dan *Wardah Cantikmu Siap Hadapi Dunia* dengan cara melihat penanda konotasi.
- g. Mendeskripsikan mitos yang terdapat dalam pariwisata produk kecantikan wardah dan membuat rancangan pembelajaran bahasa Indonesia untuk materi iklan di SMP.
- h. Membuat simpulan akhir.

3.4.1 Teknik Analisis Data berdasarkan Teori Roland Barthes



3.4.1 Gambar Teknik Analisis Data berdasarkan Teori Roland Barthes

Tabel 3.4 Instrumen Analisis Data

No.	Variabel yang Diteliti	Indikator	Deskriptor
1	Tanda		Tanda adalah segala sesuatu yang dapat diamati oleh panca indra. Tanda merupakan kesatuan dari <i>signifier</i> (penanda) dan <i>signified</i> (petanda). <i>Signifier</i> (penanda) adalah aspek material bahasa (warna, gambar, huruf, kata dan objek), sedangkan <i>signified</i> (petanda) adalah sebuah konsep pikiran atau gagasan. Hubungan antara penanda dan petanda dalam tanda akan melahirkan sebuah makna.
2	Penandaan	Denotasi	Makna denotasi adalah makna yang sebenarnya dan apa adanya seperti kata yang kita gunakan sehari-hari.
		Konotasi	Makna konotasi adalah makna kias atau bukan makna yang sebenarnya. Konotasi memiliki makna lain di baliknya atau makna yang ada kaitannya dengan sebuah kata.
3	Mitos		Mitos merupakan sistem komunikasi karena di dalam mitos mengandung sebuah pesan. Mitos dapat dikatakan sebagai tipe wicara, segala sesuatu bisa menjadi sebuah mitos apabila disajikan oleh sebuah wacana.

V. PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian mengenai dua pariwisata produk kecantikan wardah, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

5.1.1 Mitos yang terdapat dalam pariwisata produk kecantikan wardah *Feel The Beauty* berdasarkan hasil analisis penanda denotasi dan konotasi adalah kecantikan dapat meningkatkan kepercayaan diri. Orang yang cantik lebih berani mengekspresikan diri sehingga dapat dengan mudah menggapai mimpi. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa kecantikan sangat memengaruhi kualitas hidup seseorang. Jika ingin kualitas hidup yang baik, maka rawatlah diri dan pakailah produk kecantikan agar terlihat lebih cantik dan menarik.

5.1.2 Mitos dari pariwisata produk kecantikan wardah *Cantikmu Siap Hadapi Dunia* berdasarkan hasil dari analisis penandaan denotasi dan konotasi adalah kulit yang sehat, lembap, dan terawat dapat membuat seseorang menjadi lebih semangat karena orang yang kulitnya sehat akan lebih berani melakukan aktivitas tanpa batas ruang dan waktu sehingga kapan saja akan siap menggapai apa yang diinginkan. Karena itu, pakailah produk kecantikan yang dapat memberi perlindungan untuk kulit agar kulit menjadi sehat sehingga menambah semangat menjalani hidup dan siap menghadapi dunia.

5.1.3 Berdasarkan penelitian ini, Pariwisata produk kecantikan wardah dapat dijadikan media dalam rancangan pembelajaran bahasa Indonesia kelas VIII terkait dengan KD 3.3 Mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster (yang membuat bangga dan

memotivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar dan KD 4.3 Menyimpulkan isi iklan, slogan, atau poster (membanggakan dan memotivasi) dari berbagai sumber. Pariwara produk kecantikan wardah dapat menunjang tercapainya tujuan pembelajaran, yaitu peserta didik diharapkan mampu mengidentifikasi informasi teks iklan dan menyimpulkan isi iklan dengan baik dan benar.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan beserta simpulan, penulis mengajukan saran sebagai berikut.

- 5.2.1 Pendidik mata pelajaran bahasa Indonesia disarankan dapat menjadikan pariwara produk kecantikan wardah sebagai media yang digunakan dalam proses pembelajaran khususnya materi mengenai teks iklan. Penggunaan pariwara produk kecantikan wardah sebagai media dapat menjadikan pembelajaran lebih menarik karena ketika berhasil dianalisis di dalam pariwara produk kecantikan wardah akan ditemukan mitos berisi pesan-pesan positif yang dapat dijadikan motivasi untuk peserta didik.
- 5.2.2 Peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengkaji objek yang sama, diharapkan dapat melanjutkan penelitian yang telah dibuat ini sampai ke tahapan ideologi agar semua mitos berupa pesan yang terkandung di dalam pariwara produk kecantikan wardah ini dapat lebih dipahami.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggrainingsih, N., Nazaruddin, K., & Munaris, M. (2017). Mitos Mie Instan dan Rancangan Pembelajarannya dalam Mapel Bahasa Indonesia di SMP. *Jurnal Kata (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya)*.
- Berger, A. A. (2000). *Tanda-Tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*. Tiara Wacana Yogya.
- Barthes, Roland. (1983), *Mythology atau Mitologi*, terjemahan Nurhadi. (2011), Kreasi Wacana, Yogyakarta.
- Burton, G. (2008). *Yang Tersembunyi di Balik Media*. Jelasutra.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*. PT. Gramedia.
- Dhavamony, M. (1973). *Fenomenologi Agama*. Kanianius.
- Eliade, M. (1963). *Myth and Reality*. Harper & Row.
- Hamalik, O. (2008). *Kurikulum dan Pembelajaran*. PT. Bumi Angkasa.
- Hikmat, M. M. (2011). *Metode Penelitian*. Graha Ilmu.
- Honko, L. (1984). *The Problem of Defining Myth*", di Alan Dundes, *Narrative: Readings in the Theory of Myth*.
- Kemendikbud. (2014). *Modul Pelatihan Implementasi Kurikulum 2013, Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pendidikan dan Kebudayaan dan Penjaminan Mutu Pendidikan*.

- Kurniawati, N. K. (2014). *Komunikasi Antarpribadi: Konsep dan Teori Dasar*. Graha Ilmu.
- Pateda, M. (2010). *Semantik Leksikal*. Rineka Cipta.
- Rismawati, E., Nazaruddin, K., & Riadi, B. (2017). Mitos Pariwara Rokok dan Rancangannya pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP. *Jurnal Kata (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya)*.
- Robert E.Slavin. (2010). *Cooperative Learning. Teori riset dan Praktik (Cet: VI)*. Nusa Media.
- Saddhono, K. & S. Y. S. (2014). *Pembelajaran Keterampilan Berbahasa Indonesia*. Graha Ilmu.
- Sianipar, A. P. (2013). Pemanfaatan youtube di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW*.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyanto. (2009). *Model-model pembelajaran inovatif*. Panitia Sertifikasi Guru Rayon 13 FKIP UNS.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syamsudin dan Damaianti. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Mitra Wacana Media.