

Penggunaan Bahasa Indonesia pada Merek Teh (Analisis Pemakaian Frasa dan Asal Bahasa)

Rizqi Ardi Fadli, Laili Etika Rahmawati*

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhammadiyah Surakarta

*Email: Laili.Rahmawati@ums.ac.id

Abstrak

Keywords:

Bahasa Indonesia,
merek, frasa,
pembinaan bahasa

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan bahasa Indonesia di ranah umum mengenai merek teh, serta menyimpulkan hasil dari data merek teh yang sudah menggunakan bahasa Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Objek penelitian berupa merek barang berupa teh. Data dalam penelitian ini berupa nama merek yang ada di teh. Langkah-langkah yang dilakukan peneliti, yakni 1) perumusan objek apa yang akan dikaji, 2) pengkajian teori dasar penelitian dengan merujuk UU No 24 Tahun 2009 Pasal 37, 3) Peneliti mengumpulkan data melalui internet, 4) Peneliti menganalisis data yang sudah didapatkan, 5) Penyimpulan data yang sudah dianalisis. Berdasarkan hasil penelitian penggunaan bahasa Indonesia dalam merek teh masih ada yang menggunakan bahasa asing dan bahasa daerah karena beberapa merek teh memiliki sejarah tersendiri untuk menciptakan nama tersebut, tetapi secara keseluruhan sudah baik. Selanjutnya, bahasa merek teh tidak baku karena pemakaian frasa, pengaruh bahasa asing, dan pengaruh dialek. Kesepuluh data merek teh dalam pemakaian frasa lebih didominasi penggunaan bahasa Indonesia, yakni presentase 60%, bahasa asing 20%, dan bahasa daerah 20%.

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kesatuan yang penuh keragaman dan disatukan menjadi negara republik. Menurut Nursalim (2016:1) dinamakan negara kesatuan karena di dalamnya memiliki keanekaragaman budaya, bahasa, suku, ras, dan agama. Jadi, bangsa Indonesia merupakan negara yang memiliki ciri khas keragamannya, kemudian dijadikan satu dalam bentuk Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Negara Indonesia memiliki bahasa yang digunakan komunikasi masyarakatnya bernama bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia merupakan media

komunikasi utama masyarakat Indonesia (Rahayu, 2015). Bahasa inilah bahasa nomor satu yang ada di Indonesia.

Bahasa Indonesia ditetapkan sebagai bahasa nasional oleh para perumus kemerdekaan melalui proses perjuangan yang panjang. Hal ini dilakukan agar negara Indonesia memiliki suatu ciri khas yang dapat dijadikan sebagai identitas negara. Para perumus kemerdekaan mengerti bahwa bahasa Indonesia dijadikan bahasa nasional agar berfungsi untuk menyatukan negara Indonesia yang mempunyai bermacam-macam suku dan bahasa. Jadi, bahasa nasional yang ada di Indonesia tidak hanya sebagai alat

komunikasi semata melainkan sebagai alat pemersatu rakyat Indonesia.

Bahasa Indonesia ditetapkan keabsahannya pada kegiatan seminar Politik Bahasa Nasional 1975 lebih tepatnya dalam keputusan seminar dan dikuatkan dalam Seminar Politik Bahasa Indonesia 1999. Menurut Sugono (dalam Muqri, Dendi, Miftahul, 2016:57) dalam putusan seminar itu dinyatakan bahwa sebagai bahasa nasional, bahasa Indonesia berfungsi sebagai (1) lambang kebanggaan nasional, (2) lambang identitas nasional, (3) alat pemersatu berbagai masyarakat yang berbeda latar belakang sosial budaya dan bahasanya, serta (4) alat perhubungan antarbudaya dan antardaerah. Hal ini menegaskan bahwa bahasa Indonesia merupakan bahasa pemersatu rakyat Indonesia dan diharapkan masyarakat memiliki kebanggaan menggunakan bahasa Indonesia.

Bahasa Indonesia juga dapat menjadi bahasa Internasional. Menurut Sudaryanto, Undang-Undang (UU) Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan mengamanahkan adanya peningkatan fungsi bahasa Indonesia, dari status bahasa persatuan (Sumpah Pemuda, 28 Oktober 1928) berubah menjadi bahasa negara (Pasal 36 UUD 1945), kemudian berubah lagi hingga menjadi bahasa internasional (Pasal 44 ayat (1) UU Nomor 24 Tahun 2009) (Sudaryanto, Hermanto, Eilliani Eka Gustiani, 2019:61). Hal ini akan tercapai apabila dalam fungsinya mengalami peningkatan secara signifikan dalam upaya pembinaan, pengembangan, dan perlindungan bahasa Indonesia.

Bahasa Indonesia akan berkembang apabila penuturnya memiliki kebanggaan dan kecintaan terhadap bahasa itu sendiri. Apabila penutur menomorsatukan bahasa asing dan menomorduakan bahasanya maka bahasa penutur atau lebih tepatnya bahasa Indonesia akan mengalami ancaman dalam perluasan dan pengembangannya. Menurut Anto, Hilda, Taufiq (2019:18) perubahan bahasa dapat terjadi bukan hanya berupa pengembangan dan perluasan saja, melainkan dapat berupa kemunduran dalam masyarakat. Jadi,

masyarakat Indonesia diharapkan lebih mencintai dan merasa bangga dengan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional.

Penggunaan bahasa Indonesia dengan baik dan benar tidak hanya pada saat berkomunikasi, tetapi juga dalam pemasaran merek barang. Menurut Arifin (2015:2) pada tahun 2009 Presiden Republik Indonesia dan DPR mengesahkan berlakunya Undang-Undang Republik Indonesia No 24 Tahun 2009, tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan Indonesia Raya. Dalam Pasal 37 ayat 1 dan ayat 2 dijelaskan bahwa (1) Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam informasi tentang produk barang atau jasa produksi dalam negeri atau luar negeri yang beredar di Indonesia. (2) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilengkapi dengan bahasa daerah atau bahasa asing sesuai dengan keperluan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam pemasaran merek barang juga harus menggunakan bahasa Indonesia.

Pemasaran merek barang digunakan untuk membedakan sejarah produk barang tersebut. Menurut Mamahit (2013:90-91) Merek juga digunakan dalam dunia periklanan dan pemasaran karena publik sering mengaitkan suatu *image*, kualitas, dan reputasi barang dan jasa dengan merek tertentu. Jadi, merek barang sangat berpengaruh di dalam penggunaan bahasa di ruang umum.

Penelitian ini meneliti penggunaan bahasa Indonesia pada merek teh. Merek teh di Indonesia memiliki filosofi dalam penciptaan nama merek itu sendiri. Nama merek teh di Indonesia masih ada beberapa yang masih menggunakan bahasa asing dan bahasa daerah. Penelitian ini memiliki latar belakang bagaimana arti frasa yang terdapat dalam merek teh? bagaimana persentase penggunaan bahasa Indonesia dalam merek teh? Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan gambaran terhadap penggunaan bahasa Indonesia pada merek teh di Indonesia.

Terkait penelitian lain, kajian yang dilaksanakan peneliti lain juga mengenai penggunaan bahasa Indonesia di ranah umum, seperti Agustini, Hilda, Syarifudin

(2015), Rahayu (2015), Nursalim (2016), Muqri, Dendi, Miftahul (2016), Anto, Hilda, Taufiq (2019), Sudaryanto, Hermanto, Ellinia (2019). Penelitian yang dilakukan peneliti lain dari enam penelitian ini, empat penelitian berfokus pada penggunaan bahasa Indonesia. Satu penelitian yang dilaksanakan Sudaryanto, Hermanto, Ellinia (2019) berfokus pada pembinaan bahasa Indonesia. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian penggunaan bahasa Indonesia pada merek teh (analisis pemakaian frasa) untuk melengkapi perbendaharaan penelitian bahasa Indonesia yang sudah ada.

2. METODE

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah metode untuk memecahkan masalah dengan menggambarkan fakta yang ada dalam situasi penelitian secara deskripsi dan menganalisis data dengan menggunakan kata-kata. Data yang diperoleh berupa gambar teh dan merek teh yang ada di internet.

Langkah-langkah yang dilakukan peneliti, yakni 1) perumusan objek apa yang akan dikaji, 2) pengkajian teori dasar penelitian dengan merujuk UU No 24 Tahun 2009 Pasal 37, 3) Peneliti mengumpulkan data melalui internet, 4) Peneliti menganalisis data yang sudah didapatkan, 5) Penyimpulan data yang sudah dianalisis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Data 1



Gambar 1 Teh Botol Sosro

(sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Teh_Botol_Sosro)

Data pertama membahas tentang merek *Teh Botol Sosro*. *Teh Botol Sosro* berasal dari kata *teh*, *botol*, dan *Sosro*. Kata 'teh' di dalam KBBI

berarti minuman berasal dari pucuk daun pohon kecil yang dilayukan dan dikeringkan. Kata 'botol' dalam KBBI berarti wadah untuk benda cair, yang berleher sempit dan biasanya dibuat dari kaca atau plastik. Nama 'Sosro' berawal dari sejarah terciptanya Teh Botol ini yang diciptakan oleh keluarga Sosrodjojo.

3.2 Data 2



Gambar 2 Sariwangi

(sumber: <https://www.alinea.id/bisnis/pemerintah-buka-suara-terkait-sariwangi-pailit-b1U7w9e8r>)

Data kedua membahas tentang merek teh *Sari Wangi*. Teh *Sari Wangi* berasal dari kata 'sari' dan 'wangi'. Kata 'sari' dalam KBBI berarti isi utama dari suatu benda. Kata 'wangi' dalam KBBI berarti berbau sedap. Jadi teh sari wangi bermakna teh yang berbau sedap.

3.3 Data 3



Gambar 3 Moun tea

(sumber: <https://www.facebook.com/MounteaIndonesia/>)

Data ketiga membahas tentang merek *Moun tea*. *Moun tea* berasal dari bahasa Inggris *moun* yang berarti gunung dan *tea* yang berarti teh.

Maka dapat diartikan *Mountea* sebagai teh gunung.

3.4 Data 4



Gambar 4 Teh Pucuk Harum

(sumber: <https://www.ralali.com/all-brand/teh-pucuk-harum>)

Data keempat membahas tentang merek *Teh Pucuk Harum*. *Teh Pucuk Harum* berasal dari kata ‘teh’, ‘pucuk’ dan ‘harum’. Kata teh di dalam KBBI berarti minuman berasal dari pucuk daun pohon kecil yang dilayukan dan dikeringkan. Nama Pucuk Harum berasal dari kata ‘pucuk’ dan kata ‘harum’. Pucuk dalam KBBI berarti daun muda di ujung ranting. Harum dalam KBBI berarti sedap.

3.5 Data 5



Gambar 5 Bandulan Pekalongan

(sumber: <https://shopee.co.id/Teh-Bandulan-10pcs-i.272374511.5037559060>)

Data kelima membahas tentang merek teh *Bandulan Pekalongan*. Teh *Bandulan Pekalongan* berasal dari kata ‘bandulan’ dan ‘Pekalongan’. Kata ‘bandulan’ berasal dari bahasa Jawa yang berarti ayunan. Pekalongan diambil dari nama kota asal produksi teh, yakni Kota Pekalongan.

3.5 Data 6



Gambar 6 Teh Kotak

(sumber: <https://www.luweshomeshopping.com/products/ultra-teh-kotak-jasmine-500-ml>)

Data keenam membahas tentang merek *Teh Kotak*. *Teh Kotak* berasal dari kata ‘teh’ dan kata ‘kotak’. Kata ‘teh’ di dalam KBBI berarti minuman berasal dari pucuk daun pohon kecil yang dilayukan dan dikeringkan. Kata ‘kotak’ dalam KBBI berarti barang kecil atau peti kecil untuk perhiasan. Maksud dari teh kotak adalah minuman teh yang dimasukkan ke dalam wadah berbentuk kotak.

3.6 Data 7

TONG TJI



Gambar 7 Tong Tji

(sumber: [https://shopee.co.id/Tong-Tji-Original-Tea-Teh-Celup-Dgn-Amplop-\(2-gr-x-100-teabags\)-i.37154105.566955801](https://shopee.co.id/Tong-Tji-Original-Tea-Teh-Celup-Dgn-Amplop-(2-gr-x-100-teabags)-i.37154105.566955801))

Data ketujuh membahas tentang merek teh *Tong Tji*. Teh *Tong Tji* berasal dari kata ‘Tong Tji’. Nama Tong Tji berasal dari bahasa Cina “Tung Tje” yang berarti sahabat sejati. Pemilihan nama Tong Tji ini karena dulu masyarakat di Tegal menyajikan teh sebagai alat persahabatan saat berbincang-bincang dengan orang lain.

3.7 Data 8



Gambar 8 Dandang

(sumber: <https://shopee.co.id/Teh-Dandang-Merah-40Gr-Teh-Tubruk-Wangi-i.105991182.3830664766>)

Data kedelapan membahas tentang merek teh *Dandang*. Teh *Dandang* berasal dari kata 'dandang'. Asal usul nama *Dandang* itu berasal dari bahasa Jawa yang artinya wadah terbuka atau bertutup untuk menguapkan zat cair atau membangkitkan uap air.

3.8 Data 9



Gambar 9 Teh Poci sumber:

([https://shopee.co.id/Teh-Cap-Poci-Aroma-Vanila-Black-Tea-Teh-Seduh-\(PV50-PB50\)-i.101517798.1990874211](https://shopee.co.id/Teh-Cap-Poci-Aroma-Vanila-Black-Tea-Teh-Seduh-(PV50-PB50)-i.101517798.1990874211))

Data kesembilan membahas tentang merek *Teh Poci*. *Teh Poci* berasal dari kata 'teh' dan 'poci'. Kata teh di dalam KBBI berarti minuman berasal dari pucuk daun pohon kecil yang dilayukan dan dikeringkan. kata 'poci' merupakan sebutan teko kecil yang dibuat dari tanah liat. Teh Poci ini diproduksi dari Tegal dan khas dari orang Tegal adalah menyajikan teh di dalam poci dan cangkir.

3.9 Data 10



Gambar 10. Teh Gelas

(sumber: https://twitter.com/tehgelas_ot)

Data kesepuluh membahas tentang merek *Teh Gelas*. *Teh Gelas* berasal dari kata 'teh' dan 'gelas'. Kata teh di dalam KBBI berarti minuman berasal dari pucuk daun pohon kecil yang dilayukan dan dikeringkan. Asal usul nama Gelas karena pertama kali diproduksi dalam bentuk kemasan gelas dari bahan plastik. Kata gelas di dalam KBBI artinya tempat untuk minum berbentuk tabung terbuat dari kaca.

SIMPULAN

Penelitian ini memiliki sepuluh data. Kesepuluh data tersebut, yakni *Teh Botol Sosro*, *Sari Wangi*, *Mountea*, *Teh Pucuk Harum*, *Bandulan Pekalongan*, *Teh Kotak*, *Tong Tji*, *Dandang*, *Teh Poci*, dan *Teh Gelas*. Data yang menggunakan bahasa Indonesia, yakni *Teh Botol Sosro*, *Sari Wangi*, *Teh Pucuk Harum*, *Teh Kotak*, *Teh Dandang*, dan *Teh Gelas*. Data menggunakan bahasa daerah, yakni *Bandulan Pekalongan* dan *Teh Poci*.

Jadi, kesepuluh data merek teh dalam pemakaian frasa lebih didominasi penggunaan bahasa Indonesia 60%, bahasa asing dan bahasa daerah menunjukkan persentase yang sama, yaitu masing-masing 20%.

REFERENSI

- [1] Agustin, Yulia, Hilda Hilaliyah, Syarifudin Yunus. Penggunaan Bahasa Iklan pada Papan Reklame (Studi Survei Sepanjang Kampung Rambutan sampai dengan Lebak Bulus). *Jurnal Pujangga*. 2015; 1(2):55–65.
- [2] Anto, Puji, Hilda Hilaliyah, Taufiq Akbar. Pengutamaan Bahasa Indonesia: Suatu Langkah Aplikatif. *El-Banar: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*. 2019; 2(1):17–24.
- [3] Arifin, E. Zaenal. Implementasi Pasal 36 “Undang-Undang Bahasa”. *Jurnal Pujangga*. 2015; 1(2):1–23.
- [4] Mamahit, Jisia. Perlindungan Hukum Atas Merek dalam Perdagangan Barang dan Jasa. *Lex Privatum*. 2013; 1(3): 90-100.
- [5] Muqri, Mutia, Dendy Sugono, Miftahul Khairah A. Penggunaan Bahasa pada Papan Nama di Ruang Publik Jalan Protokol Jakarta. *Arkhaus*. 2016; 7(2): 57-64.
- [6] Nursalim, Misbah Priagung. Penggunaan Bahasa Asing di Aarea Publik. *Proceedings*. 2016; 1(1): 1-9.
- [7] Rahayu, Arum Putri. Menumbuhkan Bahasa Indonesia yang Baik dan Benar dalam Penidikan dan Pengajaran. *Jurnal Paradigma*. 2015; 2(1): 1-15.
- [8] Sudaryanto, Hermanto, Ellinia Ika Gustiani. Media Sosial sebagai Sarana Pembinaan Bahasa Indonesia di Era Digital. *Kode Jurnal Bahasa*. 2019; 8(4): 61-74.