



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 19%

Date: Thursday, February 20, 2020

Statistics: 1758 words Plagiarized / 6058 Total words

Remarks: Medium Plagiarism Detected - Your Document needs Selective Improvement.

Jurnal **Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 152 MAKNA IKLAN HONDA FREED VERSI HONDA SENSING KELUARAN TAHUN 2017 LEWAT TANDA LINGUAL DAN VISUAL (KAJIAN SEMIOTIKA)** Kinanthi kanty.kinanthi45@gmail.com Rahadiyan Duwi Nugroho nugroho.rahadian@gmail.com Prodi Sastra Jepang Fakultas Sastra Universitas Dr.

Soetomo Surabaya Abstrak Penelitian ini membahas arti dan peran tanda visual dan lingual dalam mengungkap makna iklan Honda Freed. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan semiotika Peirce yang meliputi konsep tanda-interpretasi-objek dan pendekatan semiotika Saussure yang meliputi konsep penanda-petanda. Lalu, konsep konteks dan aspek tanda sebagai unsur penunjang penjabaran semiotika Peirce dan Saussure juga dilibatkan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif-kualitatif menurut Djadjasudarma dan Moleong dengan sumber data iklan mobil Honda Freed versi Honda Sensing keluaran tahun 2017. Data yang digunakan adalah cuplikan tanda **visual berupa gambar dan tanda lingual berupa kalimat dalam iklan tersebut**. Hasil penelitian ini yakni tanda visual yang mendominasi adalah warna, yang meliputi warna hitam sebagai lambang kegagalan, merah sebagai lambang semangat dan kebangkitan, putih sebagai lambang kemurnian, kuning yang berarti keceriaan dan biru yang berarti elegan.

Aspek warna ini melekat pada bodi mobil dan latar belakang cuplikan iklan. Sedangkan tanda lingual yang muncul adalah kalimat-kalimat informatif yang mengacu pada fitur-fitur terbaru Honda Freed. Dari sini, kolaborasi tanda visual dan lingual tersebut memunculkan makna kecanggihan sistem fitur mobil Honda Freed merupakan hasil inovasi gigih seperti kegigihan Soichiro Honda, sang pendiri perusahaan **Honda**.

Kecanggihan mobil juga diselaraskan dengan inovasi bodi, bagian dalam mobil serta warna mobil yang cocok untuk semua kalangan. Kata kunci: Honda Freed, interpretasi, semiotika, tanda lingual, tanda visual A. Pendahuluan 1. Latar Belakang Bahasa mempunyai fungsi sebagai alat komunikasi. Penggunaannya dapat diterapkan pada iklan baik lisan maupun tulisan seperti yang ada di televisi, koran, majalah, internet maupun papan iklan di pinggir Jalan. Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 153 jalan.

Menurut Machfoedz (2010:139), iklan adalah segala bentuk penyajian informasi dan promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh sponsor untuk menawarkan ide, barang atau jasa. Secara ilmu kebahasaan untuk mengungkap makna dari iklan dapat diungkap melalui suatu ilmu bahasa yang disebut linguistik. Menurut Verhaar (2001:7) atau "nik" berasal dari kata latin lingua „bahasa Linguistik sendiri mempunyai pengertian sebagai ilmu yang mempelajari bahasa sebagai objek kajiannya. Dalam iklan pun tentu melibatkan bahasa dalam penyampaianya.

Di samping terdapat unsur kata, frase maupun klausa tertentu sebagai unsur bahasa yang tampil dan disesuaikan dengan konteks iklannya, di dalam iklan juga terdapat gambar sebagai penguat maksud iklan. Baik unsur bahasa maupun unsur gambar di dalam iklan dapat disebut tanda-tanda. Kajian ilmu yang meneliti tentang tanda adalah semiotika. Senada dengan Zamazaki et al (1994:332) yang menyatakan bahwa "igourw kigou kansuru on" ?????? .

Artinya, „semika yang ait dengan Lebih Nurgiyantoro (2010:40) berpendapat bahwa semiotika sebagai ilmu multidisiplin. Artinya, ilmu ini kehadirannya dapat berada di dalam tataran linguistik dan iklan dapat dijadikan sebagai salah satu objek kajian penelitiannya, sehingga iklan dapat dikaji dengan pendekatan semiotika-linguistik.

Peirce dalam Nurgiyantoro (2010:41) mengatakan segala sesuatu dapat dikatakan sebagai tanda yang memiliki acuan bila tanda tersebut dipikirkan dan dihayati. Peirce menyebut upaya penalaran tanda dengan konsep triadik. Artinya, penghayatan sebuah tanda hingga tanda tersebut memiliki makna tidak terlepas dari tiga hal, yakni: tanda, objek acuan dan interpretasi.

Sebagai contohnya, simbol "H" pada logo Honda dapat dilihat begitu saja, maka ia dapat dilihat sebagai fonem /H/ dan tidak memiliki acuan apa-apa. Akan tetapi, bila tanda berupa simbol tersebut diinterpretasi akan mengacu pada objek Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 154 acuannya pada nama produk mobil Jepang yang bernama Honda, misalnya Honda Freed.

Secara ringkas konsep triadik Peirce apabila diaplikasikan tergambar dalam bagan di bawah ini. Bagan A.1. Konsep Aplikasi Triadik Peirce dalam Iklan Honda Freed Lebih lanjut, Saussure sebagai ahli linguistik dalam Nurgiyantoro (2010:43) berpendapat bahwa bahasa sebagai sebuah sistem tanda memiliki dua unsur yang tak terpisahkan yaitu signifiant (penanda) dan signifie (petanda).

Signifiant (penanda) merupakan bunyi ujaran atau huruf-huruf tulisan, sedangkan signifie (petanda) adalah konsep atau objek yang melatarbelakangi terbentuknya penanda (signifiant) atau tanda lingual tersebut. Dalam semiotika, kajian semiotika Peirce ditekankan pada tanda-tanda yang bersifat umum seperti gambar dan warna sehingga dapat disebut sebagai tanda visual, sedangkan Saussure cenderung kepada tanda bahasa seperti kata, frase maupun kalimat yang disebut sebagai tanda lingual.

Penelitian ini difokuskan pada pencarian makna tersirat iklan mobil Honda merek Freed versi Honda Sensing keluaran tahun 2017, versi tahun ini. Peneliti tertarik meneliti makna iklan Honda merek Freed keluaran tahun ini, karena di dalam iklan tersebut tanda-tanda visual dan lingual yang muncul dan saling berkolaborasi, sehingga perlu digali dan diungkap artinya.

Jika sudah diketahui arti dari tanda-tanda tersebut, maka iklan tersebut akan diketahui maknanya secara holistik. Dengan demikian, peneliti memberi judul penelitian, " Makna Iklan Honda Freed Versi Honda Sensing Keluaran Tahun 2017 Interpretasi Tanda Objek Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 155 Lewat Tanda-Tanda Visual dan Lingual (Kajian Semiotika) ". 2. Rumusan Masalah a.

Apa arti tanda visual yang muncul dalam iklan Honda Freed versi Honda Sensing keluaran tahun 2017? b. Apa arti tanda lingual yang muncul dalam iklan Honda Freed versi Honda Sensing keluaran tahun 2017? c. Apa makna iklan Honda Freed versi Honda Sensing keluaran tahun 2017? 3.

Tujuan dan Manfaat Penelitian Sejalan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan arti tanda visual dan lingual yang muncul dalam iklan Honda Freed versi Honda Sensing tahun 2017 guna mengungkap makna iklan tersebut. Selanjutnya, manfaat penelitian ini ada 2 yaitu, manfaat teoretis dan manfaat praktis. Secara teoretis manfaat penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman pembaca tentang makna iklan Honda merek Freed versi Honda Sensing tahun 2017 dengan teori semiotika. Lalu, secara praktis, pembaca dapat memahami arti tanda visual dan lingual iklan mobil Honda merek Freed versi Honda Sensing beserta makna iklannya. B.

Landasan Teori 1. Kajian Pustaka Penelitian semiotika dengan objek penelitian iklan Jepang telah dilakukan oleh Setiawan dan Nugroho di tahun 2013. Berikut uraiannya. a. Penelitian etiberjudul dan Gaya Bahasa pada Iklan Produk Makanan di Jepang Jepang (Kajian SotiPapenelitian ini tentang diksi dan gaya bahasa pada iklan produk Jepang dengan teori semiotika. Hasil penelitian ini adalah pemilihan kata (diksi) bertujuan untuk menggambarkan produk.

Pemilihan kata tersebut berhubungan langsung dengan makanan, misalnya: taberu „makan?, oishii „enak?, umai „enakPli kata ini menandakan bahwa produk yang diiklankan merupakan produk makanan. b. Penelitian Nugroho berjudul “Tanda - Tanda dalam Iklan Pocari Sweat Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 156 “ he dan “ no Summer” .

Pembahasan penelitian ini tentang tanda-tanda visual yang selalu muncul dalam kedua iklan dan pembahasan tentang makna iklan dengan menggunakan teori trikotomi (ikon, indeks dan simbol) Peirce. Hasil penelitian ini adalah tanda visual yang muncul dalam bentuk ikon, indeks dan simbol. Tanda berbentuk ikon didominasi gambar pocari sweat dan grup girl band JKT 48. Gambar ini adalah ikon dari Pocari Sweat.

Kedua, tanda berbentuk indeks didominasi cuaca panas dan keringat. Secara kausalitas, cuaca panas dapat menyebabkan tubuh berkeringat. Ketiga, tanda visual berupa simbol didominasi oleh simbol bundar dan warna biru. Warna biru menyimbolkan kecerdasan dan masa depan. Lalu, sim“O” Pocari Sweat menyimbolkan nama pendiri perusahaan adalah keluarga Otsuka.

Makna iklan ini adalah pentingnya suplemen minuman isotonik dalam kemasan botol biru Pocari Sweat, karena berkhasiat mengganti ion (cairan elektrolit) yang keluar bersama dengan keringat setelah melakukan aktivitas berat maupun dalam cuaca panas. Walaupun sama-sama menggunakan teori semiotika, penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu di atas.

Penelitian ini membahas pencarian makna dari iklan Honda Freed versi Honda Sensing 2017 dengan menelusuri arti tanda visual dan lingual dalam iklan tersebut yang berperan dalam membentuk maknanya. Selanjutnya, objek penelitian iklan yang dipilih juga berbeda dengan penelitian terdahulu, karena peneliti menggunakan data iklan Honda Freed versi Honda Sensing tahun 2017. 2. Landasan Teori a. Semiotika Semiotika adalah ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda (Hoed dalam Nurgiyantoro, 2010:40).

Senada dengan pendapat Hoed, Zamazaki et al (1994: 332) juga menyatakan bahwa "igourni kansuru on". Arti, "Semiot adalah teori yang berkaitan dengan tanda? . eti yang adadi alam nyata ini tentu tidak muncul tanpa Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 157 adanya maksud atau tujuan. Dalam ranah komunikasi, Zamazaki et al (1994:32) menambahkan bahwa "omyunikeeshon moto a kigou naishi wa kigou no shiyoutaikei (kigoutaikei semiotic system) no bunseki."

? ???????? ??? semiotic system)? . n, tidak da yan tidak memiliki tujuan komunikasi, dan hal ini berada dalam tataran analisis sistem semiotika yang berkaitan dengan susunan tanda dan pkaiaann Nurgiyantoro (2010:40) kemudian menambahkan bahwa tanda adalah sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain yang dapat berupa pengalaman, pikiran, perasaan, gagasan dan lain-lain.

Jadi, sesuatu yang dapat menjadi tanda sebenarnya bukan hanya bahasa saja, melainkan berbagai hal yang melingkupi kehidupan ini. Tanda- tanda itu dapat berupa gerakan anggota badan, bentuk tulisan, warna, sastra dan lain-lain yang berada di sekitar kehidupan kita. Walau demikian, bahasa adalah sistem tanda yang paling lengkap dan sempurna.

Yamazaki et al juga berpendapat yang sama, "omo juuyouna kigoutaikei wa ningen no gengo de aru ga, morse shingou, shiwahou (sign language), koutsungou yountaimo ? ???????? ???????? ? (SIGN LANGUAGE) ?????? . Artinya, "Susunan yag ng enti adalah bahasa manusia, kode morse, bahasa isyarat (tanda bahasa) dan juga susun an lampu li Dengan demikian, teori semiotika bersifat multidisiplin. Artinya, semiotika dapat diterapkan dalam linguistik, seni, sasta, film, dan lain-lain. b.

Semiotika Peirce Menurut Peirce dalam Nurgiyantoro (2010:41) sesuatu itu dapat disebut sebagai tanda (representamen) jika ia mewakili sesuatu yang lain atau objek acuannya (referent). Jadi, jika sebuah tanda mewakili acuannya, hal ini adalah fungsi utama tanda itu. Misalnya, anggukan kepala mewakili persetujuan dan gelengan kepala mewakili Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 158 ketidaksetujuan.

Agar tanda tersebut berfungsi, tanda harus ditangkap dan dipahami lewat sebuah proses perwakilan yang disebut semiosis dengan cara menafsirkan tanda dan objeknya dengan interpretasi. Setelah diinterpretasi, maka pemahaman makna ini akan timbul dalam kognisi manusia. Proses yang memfungsikan tanda dapat mengacu pada objeknya dengan melibatkan kehadiran interpretasi di dalamnya disebut Peirce sebagai tri adik.

Selanjutnya, Yamazaki et al (1994:337) menggambarkan pertalian hubungan ketiga

unsur tersebut dalam gambar di bawah ini. Bagan B.2. Konsep Segitiga Triadik Peirce Bagan segitiga triadik di atas mengilustrasikan bahwa sebuah tanda yang diwakili oleh tanda bahasa berwujud kata table „meja? „ tsukue dalam bahasa Jepang berada di bawah sebelah kiri.

Tanda tersebut tidak akan memiliki arti apa-apa bila tidak berproses mengarah pada puncak interpretasi manusia yang kemudian turun mengarah pada wujud asli acuannya. Wujud asli tersebut berupa sebuah benda berkaki 4 dan memiliki alas datar di sebelah kanan bawah. Di dalam jitsubutsu atau benda asli tersebut terkandung konsep demikian sehingga tanda bahasa table di atas memiliki arti. c.

Semiotika Saussure Saussure (dalam Nurgiyantoro, 2010:43) menyatakan bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda. Menurutnya, ada dua elemen penting yang tidak dapat dipisahkan yakni, signifiant (penanda) dan signifie (petanda). Penanda (signifiant) dapat berupa bunyi-bunyi ujaran atau huruf- huruf tulisan.

Selanjutnya, Zamazaki et al (1994:336) menambahkan “de, mono imisu(signi), ri araw, aru no ya a hyougen.” table ??? ?????? , ? ? ???? (ko arabak mej) (interpretasi) ?) table ???? ???? (tanda bahasa „?) (barang n“mej) (tanda) (objek) Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 159 ? ?????? (signify)????? ?????? .

Artinya, „dalam ngu istik, ungkapan dan kosakata bahasa tertentu yang “menan” amemaknai sesuatu yang lain disebut penanda (signify).? Sebaliknya, petanda (signifie) adalah unsur konseptual, gagasan atau makna yang terkandung dalam penanda tersebut (Abrams dalam Nurgiyantoro, 2010:43). Berikut contohnya. 1). Fonem [H] sebagai penanda dapat mengacu pada petanda berupa benda riil mobil Honda Freed. 2).

Tsukue atau sebagai penanda berwujud kata dapat mengacu pada petanda berupa benda riil atau jitsubutsu () sebuah meja yang dapat disentuh seseorang. 3). yi sebgapenanda ka dituliskan berupa rangkaian huruf atau lambang fonem: [b]-[u]-[k]-[u] dapat menyanan pada petanda berupa benda tertentu berwujud bayangan atau benda konkret sebuah buku.

Dengan demikian, proses pemfungsian tanda bahasa berwujud bunyi, ujaran atau tulisan pada objek acuannya, tidak terlepas dari interpretasi yang mengarah pada konsep triadik Peirce. Hanya saja, bagi Peirce lebih memusatkan perhatian pada berfungsinya tanda pada umumnya dengan menempatkan tanda-tanda linguistik pada tempat yang penting, namun bukan yang utama.

Sebaliknya, Saussure lebih memberikan ciri khas bahwa bahasa sebagai sistem tanda yang tidak terlepas dari penanda dan petanda (Sudjiman & van Zoest dalam Nurgiyantoro, 2010:40). d. Konteks Kridalaksana (2008:134) menyatakan bahwa konteks (ilmu pragmatik) sebagai aspek-aspek lingkungan fisik atau sosial yang kait- mengait dengan ujaran tertentu.

Kedua, konteks adalah pengetahuan yang sama- sama dimiliki pembicara dan pendengar sehingga pendengar paham akan apa yang dimaksud pembicara. Selanjutnya, Malinowski (dalam Halliday dan Hasan 1992:6) dan Firth (1950) (dalam Tou, 1992:11) memerinci lebih lanjut tentang jenis konteks yang terbagi atas konteks situasi dan budaya. Berikut uraiannya. Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal.

152-174) 160 1) Konteks situasi Konteks situasi merupakan lingkungan langsung yang ada di dalam wacana. Konteks situasi terdiri atas 3 aspek yaitu medan wacana, pelibat dan sarana wacana. Pertama, medan wacana mengacu pada aktivitas sosial yang sedang terjadi atau disibukkan oleh para pelibat (partisipan).

Kedua, pelibat wacana mengacu pada orang-orang yang mengambil bagian, sifat dan tindakan para pelibat yang meliputi tindakan tutur (verbal action) maupun tindakan bukan tutur (non-verbal action). Ketiga, sarana wacana mengacu pada bahasa yang sedang dimainkan dalam situasi, termasuk lisan maupun tulisan. 2) Konteks budaya Konteks budaya merupakan sistem nilai norma yang terdapat dalam kepercayaan di dalam suatu kebudayaan termasuk dalam ideologi, faktor sosial dan sebagainya. Jika digambarkan maka bahasa, konteks situasi dan budaya saling memberikan fungsi dalam wacana.

Dengan demikian, ketiga elemen tersebut tidak terpisahkan dari terciptanya sebuah iklan. Upaya pengungkapan makna wacana berupa iklan Honda Freed dengan melibatkan elemen tanda visual dan lingual yang tampil sebagai unsur pembentuknya tentu perlu melibatkan riwayat iklan tersebut.

Histori berupa deskripsi iklan Honda Freed dapat disebut sebagai salah satu konteks yang melatarbelakangi terjadinya iklan Honda Freed versi sekaligus sebagai pengetahuan awal pembaca. Berikut sekilas uraian tentang histori Honda Freed. (a) Honda Honda Motor Company adalah pabrik otomotif yang memproduksi motor, mobil, truk, robot, ATV (All Terrain Vehicle) sepeda motor yang beroda empat hingga peralatan taman. Didirikan pasca perang dunia II oleh Soichiro Honda pada tahun 1948 di kota Tokyo Jepang. Ide Soichiro Honda muncul di saat tertidur.

Ia bermimpi bahwa roda-rodanya itu dapat berjalan membentuk sebuah kendaraan

bermotor yang berjalan. Akhirnya, ia bekerja keras mewujudkan mimpinya. Dilihat dari impian dan kerja keras serta semangat tinggi Honda menjadikan **Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174)** 161 kali "The Power of Dream" slogan perusahaan, (www.liputan6.com).

(b) Honda Freed Honda Freed adalah sebuah **MPV (Multi Purpose Vehicle)** atau mobil multi-fungsi buatan pabrik otomotif Jepang sejak tahun 2008. Mobil Freed menyediakan tempat duduk hingga 8 penumpang. Adanya power sliding door, interior luas dan nyaman serta banyak lagi kelebihan lainnya. Di Indonesia Honda Freed menjadi generasi kedua setelah Jepang dalam hal pemasaran yang dimulai sejak 21 Maret 2009.

Pabrik Honda Freed Indonesia terletak di Karawang **Jawa Barat. Sampai saat ini lebih dari 10.000 unit Freed telah terjual** di pasaran seluruh Indonesia. Gambar B.1. Model Mobil Freed e. Aspek Visual Tanda Warna Menurut Berger (dalam Marianto, 2010:47) warna merupakan salah satu tanda berunsur dimensi visual. Dalam dunia barat, warna cenderung menggambarkan emosi jiwa. Misalnya, warna merah menampilkan kesan nafsu, bahaya, panas dan berkaitan dengan emosi.

Kedua, warna biru menunjukkan **suasana dingin, tenang dan halus.** Ketiga, warna ungu berkaitan **dengan kekayaan dan kerajaan.** Keempat, warna hitam digunakan untuk berduka cita. Dalam aspek visual, orang Jepang yang berada di timur juga memaknai warna dan mengaitkannya dengan emosi jiwa. Di bawah ini adalah makna warna bagi orang Jepang yang dikutip dari Sendou Reizan (2009:1) di blognya <http://www.reizan-fusui.jp/colour-imi.html>. Berikut uraiannya.

1) Warna Merah ?-????????? ?????????? ?? ????? ???? ?????????? ?????????? ?????????? **Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174)** 162 ?????????? ?????????? Hi. o ". Aka wa mottomo enerugii no tsuyoi iro de, seimei no kouyoukan o imeeji o shimesu iro desu. Genki ni naritai toki, pojitibu ni naritai toki, kimochi o takaburasetai toki ni pawaa o kureru iro desu. Nanika atarashii koto ""toki, ni narimasu. „Api.

arna ah lambangk nafsu/keinginan besar. Merah adalah warna yang paling kuat energinya, menunjukkan rasa kebahagiaan dalam hidup. Warna merah memberi energi positif untuk kesehatan, dan memberikan perasaan kuat. Warna merah akan membantu ketika kita mengerjakan hyanru.? 2) Warna Kuning ?????????? ?????????? ????? ???? ?? ????? ?????????? ?????????? ?????????? ? "ase kiihankachi"to kotoba ga aru youni, yorokobi, akarusa, meirou, yukai o arawasu iro Kro a hikari"no ni mottomo chikai iro de, seimei no yakudoukan jyoushoushikou, kibou, yaruki, manzoku nado maemuki no kitaikan o imeejisasemasu.

„Seperti pepat” tangan kuning g giwkunin melambangkan kebahagiaan, keceriaan, dan juga semangat. Penggambaran warna kuning juga identik dengan warna cahaya. Selain itu, ada pula penggambaran lain tentang warna kuning, seperti kehidupan yang penuh dengan semangat, hasrat untuk maju, harapan, semangat, serta sifat yang optis. 3)

Warna Biru ? ?????????-? ?????? ?? ?????? ? ??? ?? ??-??-????? ???? ??? ??????????? ??? Ao

kara rensousuru no wa, mizu, sora, umi deshau.

Kankakutekini wa, shizuka, ochitsuita to iu kanji desu. Ao a reiseichinchaku araw chisei no iro desu. nayami, fuan, mayotta toki, ketsudanryoku ga hoshii toki, reisei ni naritai toki nado ni wa, ao ga kouryoku o hakkishite kuremasu. „Werhubunn denair, langit dan laut. Perasaan tenang, yang benar-benar tenang (menenangkan). Biru adalah warna “te nan g ikecan.

Ketika banyak pikiran banyak masalah, gelisah, saat kebingungan, ingin mengambil keputusan, dan menginginkan ketenangan, warna biru akan dapenti 4) Warna Hitam
 ?????????? ??? ? ??????? ??????????? ???? ?? ?? ?? Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September
 2017 (Hal. 152-174) 163 ??????????? ??????????? ?????? Kuroinyougogyousetsu de wa,
 kuro wa mizusei o arawashimasu.

Tatoeba, yorokobi ya kanashimi o norikoe jiko ni mukiai kakuritsushite iku baai ni mo kuro ga mochiiraremasu. Mata, kuro wa mottomo kyouryokuna kiritsutekina iro de, keni aru mono no imeeji o kyoukashimasu. „Dalam ori ma men yin dan yang, hitam adalah warna yang menggambarkan unsur aliran air.

Contohnya, warna hitam juga menggambarkan tentang kebahagiaan yang berhenti, kegagalan membangun dan mengatasi diri sendiri. Selain itu, warna hitam juga merupakan warna yang memiliki disiplin tinggi, sehingga akan meningkatkan citra atau image suatu bag 5) Warna Putih ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? ?????????? Shiro wa pyuana imeeji ga arimasu ga, zero dewa naku, ironna omoi ya kanjyou o fukunda iro de, doko ni mo katayori no nai mugen no iro desu. Shirow" akogar ime mo arimasu.

Shiro ga sukina hito wa, shinpuru, shisso ga suki to iu hito mo ooi. Shiro wa subete no hikari o hانشashite kureru no de, shiroi fuku o kite nikkouyoku o suru to, tai ga sono toki ni hitsuyou toshite iru iro no enerugii o kyuushuushi, shintai wa atatamari, tairyoku mo kaifukushimasu.

„ Putih juga dapat digambarkan sebagai warna yang murni, tetapi bukan berarti kosong, dan banyak sekali pemikiran maupun anggapan tentang seberapa dominannya warna

ini. Putih juga merupakan “ respek dan aspirasi ” . Orang yang menyukai warna putih, mempunyai kesan simpel, serta banyak pula orang- orang yang menentukan hal-hal yang simpel seperti ini.

Karena warna putih merefleksikan warna-warna yang lainnya, jika kita memakai baju warna putih ketika berjemur, ia akan menyerap cahaya tersebut, sehingga badan kita menjadi berenergi, dan juga terasa hangat. Selain itu, putih juga dapat **membuat badan terasa lebih segar** .? Berdasarkan kedua teori tentang warna, peneliti menyimpulkan bahwa secara semiotik makna tanda visual warna dalam pandangan dunia barat tidak sedalam pandangan warna timur yang diwakili oleh Jepang. Meski maknanya hampir sama, tapi ada kerincian dalam penjelasan warna bagi orang Jepang.

Misalnya, bila warna merah di pandangan dunia barat **Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174)** 164 didominasi sebagai lambang nafsu dan panas, namun di dunia timur dapat melambangkan pula energi positif yang kuat. Kedua, warna biru di pandangan dunia barat melambangkan dingin dan tenang, di pandangan dunia timur dilambangkan pula dengan kecerdasan.

Artinya, ketika pikiran tidak menentu, jalan berpikir dengan kepala dingin adalah sebagai cara yang cerdas untuk mencari solusi permasalahan. Ketiga, bila warna hitam di pandangan dunia barat identik dengan duka, namun bagi orang Jepang, hitam bukan berarti kehilangan kebahagiaan dan kegagalan mutlak, namun kedua hal tersebut **menjadi momentum untuk bangkit dan** berdisiplin diri.

Meski warna ungu, kuning dan putih tidak ada padanannya antara kedua teori di atas, namun dalam teori yang lain Salamadian (2017:1) menyatakan bahwa warna ungu juga identik dengan kemewahan, seperti pendapat Berger. Lalu, warna kuning mengekspresikan ceria, bahagia, energik dan optimis sesuai dengan teori warna di Jepang. Selanjutnya, warna putih mengekspresikan bersih, suci, ringan dan kebebasan yang hampir sama dengan makna simpel seperti teori di atas. C. Metode Penelitian 1.

Pendekatan Penelitian **Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif. Metode penelitian deskriptif adalah metode yang bertujuan membuat deskripsi;** membuat gambaran data secara sistematis, faktual dan akurat (Djajasudarma, 2010:9). Selanjutnya, Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2001:6-7) mengartikan metode penelitian kualitatif sebagai **prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif** dan lebih cenderung memprioritaskan proses analisis yang rinci dan berkualitas untuk mendapatkan hasilnya.

Jadi, dalam penelitian ini, pengungkapan **makna iklan Honda Freed versi Honda Sensing**

keluaran tahun 2017 dilakukan dengan menganalisis data berupa tanda visual dan lingual yang muncul membentuk makna iklan dengan cara sistematis dan urut sesuai rumusan masalah. Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 165 2. Data dan Sumber Data a.

Data yang dipakai dalam artikel penelitian ini adalah cuplikan tanda visual berupa gambar dan tanda lingual berupa bahasa lisan maupun tulisan konsumen di dalam iklan mobil Honda merek Freed tahun 2017. b. Sumber data yang dipakai dalam artikel penelitian ini adalah iklan mobil Honda merek Freed versi Honda Sensing tahun 2017 yang diunggah di youtube berdurasi 30 detik.

Iklan ini dibuat oleh perusahaan Honda dan diunggah pada tanggal 10 Februari 2017 oleh ????? (Honda Gikenkougyou Kabushiki Kaisha) Honda Motor Company. Iklan Honda Freed ini dapat diakses di www.youtube.com/watch?v=K6eGz aYl_j8. D. Analisis Data Proses analisis data terdiri atas 3 poin sesuai dengan rumusan masalah. Poin pertama adalah menganalisis arti tanda visual cuplikan iklan Honda Sensing dan Poin kedua adalah menganalisis arti tanda lingual cuplikan iklannya dengan menggunakan pendekatan segitiga triadik Peirce. Lalu, poin ketiga adalah mengidentifikasi makna keseluruhan makna iklan Honda Freed versi Honda Sensing tahun 2017.

Data 1: cuplikan 1, detik ke-1 a. Tanda Visual No Tanda Inter - preta -si Objek Arti 1. Warna hitam ? Latar belaka -ng tampil -an iklan. Melam- bangkan kesedih- an, kegagalan dan disiplin tinggi. 2. Warna merah ? Tulis- an "H - da". Melam- bangkan semang- at dan keingin- an besar. 3. Warna putih bercak- ya ? Klausa "The Power of Dream " bercak- Melam- bangkan kemurni -an. Gambar D.1. Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal.

152-174) 166 haya. Slogan Perusa -haan mobil Honda . b. Tanda Lingual No Penanda Inter - preta -si Petanda 1. HONDA ? Sebuah perusahaan otomotif yang didirikan oleh Soichiro Honda. 2. The Power of Dreams ? Slogan pada mobil Honda yang berarti kekuatan sebuah mimpi. Slogan ini terinspirasi dari mimpi Soichiro Honda. c.

Makna data 1 Berdasarkan analisis arti tanda visual dan lingual lewat interpretasi pada cuplikan gambar 1 detik ke -1 di atas, pada intinya menceritakan kesuksesan yang tertunda dari Soichiro Honda. Di awal ia mengalami kegagalan. Namun, karena tidak menyerah dan disiplin ia sukses. Ekspresi kegagalan yang dialaminya saat remaja, namun tetap diiringi dengan jiwa disiplin tinggi yang kontinyu dengan eksperimen ciptaannya ditandai oleh warna hitam secara visual pada background gambar.

Selain itu, semangat yang gigih ditampilkan oleh tanda visual warna merah yang berarti

semangat dan keinginan besar dengan hasil karya otomotifnya dinamakan HONDA, sebuah tanda lingual yang mengacu dari nama aslinya. Keorisinalitasan karyanya tercermin dari tanda visual berwarna putih yang bermakna murni kemudian disambung dan diperjelas dengan tanda bahasa berbunyi "The Power of Dreams" yang berasal dari sebuah petanda berwujud deskripsi cerita mimpi Soichiro Honda yang melihat roda yang dibuat dapat membentuk kendaraan yang berjalan.

Karena dia sadar bahwa kekuatan yang ada dalam mimpinya dapat menjadi kenyataan, akhirnya ia mencetuskan slogan tersebut. Data 2: cuplikan 2, detik ke-3 Gambar D.2. Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 167 a. Tanda Visual No Tanda Inter- preta- si Ob- jek Arti 1. Mobil putih ? Mobil Freed . Melam- bangkan kemurni- an. 2. Mobil biru ? Mobil Freed . Melam- bangkan ketenang -an. 3. Mobil putih berhen -ti Mobil Freed .

Mobil putih dalam keadaan parkir, tidak berjalan. 4. Mobil biru mende -kati mobil putih 2 Mobil Freed . Mobil biru akan mena- brak mobil putih. 5. Segiti- ga kuning tanda seru Peri- nga- tan. Mobil biru yang akan mena- brak mobil putih akan berhenti dengan sendiri- nya, dengan adanya peringa- tan sensor rem. b. Tanda Lingual No Penanda Inter - preta -si Petanda 1. Honda SENSING ? Fitur teknologi mobil Freed. 2. FREED? ? Mobil Freed. 3.

?? ?? ? ? ? Pertanyaan mengenai fasilitas mobil Freed apakah sudah terjamin (dapat diandalkan?) 4. F r eed ap ak ah dap at b er j al a n s e cara o t o mat is . c. M a kn a d ata 2 Ber das ar kan anal is is d ata t a n d a v i s u a l d a n l i n g u a l l e w a t i n t e r p r e t a s i p a d a c u p l i k a n g a m b a r k e -2 d e t i k k e -3 d i a t a s , d a p a t d i s i m p u l k a n b a h w a m a s y a r a k a t t i d a k p e r l u k h a w a t i r a k a n m e n a b r a k m o b i l l a i n s a a t b e r j a l a n b i l a m e n g g u n a k a n F r e e d .

T a n d a v i s u a l b e r u p a m o b i l p u t i h y a n g s e d a n g b e r h e n t i d a n s a t u m o b i l w a r n a b i r u m e l a j u d a r i b e l a k a n g t i d a k a k a n m u d a h m e n a b r a k k a r e n a f a s i l i t a s m o b i l F r e e d k e l u a r a n t e r b a r u d i l e n g k a p i s i s t e m Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 168 sensing. Dengan adanya rem sensing dalam fasilitas mobil Freed, mobil biru akan mengeluarkan sistem alarm secara otomatis, yaitu berupa sensor rem otomatis.

Fitur sensing ini divisualisasikan dengan segitiga berwarna kuning. Di samping itu, guna lebih meyakinkan dan memahami pemirsa bahwa Freed adalah mobil yang aman dan dapat diandalkan maka kemunculan tanda lingual berupa kalimat "2 T do?" ? ? ? ? , „ Freed dapat diandalkan? dan Jidou de bureeki? ? ? ??? ? „Kendaraan erem otoms? mempemaksud cuplikan iklan di atas.

Data 3: cuplikan 3, detik ke-7 Gambar D.3. a. Tanda Visual No Tanda Inter - preta -si Objek Arti 1. Mobil kuning ? Mobil Freed terbaru. Percaya diri. 2. Mobil kuning berjalan ? Mobil Freed terbaru. Mobil kuning berjalan dengan cepat. 3. Pria sedang menye- tir mobil ? Mobil Freed. Mencoba fasilitas mobil Freed. 4. Mobil melaju dari arah pinggir ke tengah jalan ? Mobil Freed. Menuju ke jalur yang benar. b. Tanda Lingual No Penanda Inter - preta si Petanda 1.

?? ?? ?? ?! ? Pendapat yang dilontarkan oleh pengemudi bahwa mobil Freed dapat di-handle secara otomatis. c. Makna data 3 Berdasarkan analisis data **tanda visual dan lingual** lewat interpretasi **Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174)** 169 pada cuplikan gambar ke-3 detik ke-7 di atas, dapat disimpulkan bahwa Honda Freed adalah Honda sporty yang juga memiliki setir otomatis.

Tampilan sporty dapat dilihat dari tanda visual berupa mobil Freed berwarna kuning yang mengesankan ceria, semangat dan percaya diri. Meski identik dengan mobil pilihan wanita, seorang pria percaya diri mengendarai mobil dengan kencang, karena ingin mencoba fasilitas mobil yang dimiliki oleh mobil Freed yakni setir otomatis, yang ditonjolkan dengan penyebutan tanda lingual "de oru ott" ??? ????? ! ? .

Artinya, „ apat ansra ati? Maksudnya, tanda visual berupa keadaan mobil yang semula serong ke arah pembatas jalan, kemudian secara otomatis mengarah kembali ke jalur yang aman (terhindar dari pembatas jalan) adalah berkat peran setir tersebut. Data 4: cuplikan 4, detik ke-16 a. Tanda Visual No Tanda Inter - preta -si Objek Arti 1. Mobil kuning ? Mobil Freed. Warna yang mencolok melambang- kan menarik perhatian dan keceriaan. 2.

Mobil biru ? Mobil Freed Ketenangan dan elegan. 3. Dua mobil kuning dan biru berjalan berpa- pasan ? 2 Mobil Freed Memperlihat- kan mobil ketika berjalan. b. Tanda Lingual No Penanda Inter - preta si Petanda 1. ?? ?? ?? ? Fitur-fitur Honda Sensing Freed yang aman digunakan. 2. ?? ? Fitur terbaru Gambar D.4. **Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174)** 170 ?? Ho nd a S en s in g **F r e e d** . 3 . ? ? Fitu r s etir o to ma tis Ho nd a **F r e e d** . 4 .

? Fitu r ta h a n g o n c a n g Ho nd a **F r e e d** . 5 . ? Fitu r s etir o to ma tis Ho nd a **F r e e d** d a n k e m u d a h a n fitu r la in nya . 6 . M o b il Ho nd a **F r e e d** . c. M a k n a d a t a 4 B e r d a s a r k a n a n a l i s i s d a t a t a n d a v i s u a l d a n l i n g u a l l e w a t i n t e r p r e t a s i p a d a c u p l i k a n g a m b a r k e -4 , d e t i k k e -1 6 , d a p a t d i s i m p u l k a n b a h w a m o b il H o n d a F r e e d m e m i l i k i f i t u r -f i t u r c a n g g i h y a n g d a p a t m e m b u a t p e n g e m u d i a m a n d a n n y a m a n d a l a m b e r k e n d a r a .

Rasa aman dan nyaman dalam berkendara ditambah dengan tampilan visual dua mobil Honda Freed berjalan berpapasan, dengan mobil yang berwarna kuning yang bermakna ceria dan satu mobil yang berwarna biru yang memiliki nuansa elegan dan suasana ketenangan, dapat menarik animo masyarakat untuk membelinya. Baik masyarakat generasi muda maupun tua akan tertarik membelinya, karena semua kalangan dapat menggunakannya.

Tidak hanya dari tampilan luar mobil (gaiken), fitur-fitur canggih seperti kemudi otomatis dan tahan guncang juga makin menambah rasa percaya konsumen bahwa mobil Honda Freed ini memang aman dan nyaman, sehingga layak dibeli. Tampilan fitur tersebut ditandai oleh beberapa penanda lingual berupa kalimat yang menyatakan penegasan suara konsumen seperti: "ore a n ? ? ? ? ? ? ? ? , Ini yaan?.

, Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 171 "ousokudorou unten suggoku raku." ? ? ? ? ? ? ? ? „ Pengoperasian di jalan raya sangat ga, "sukanaiyou oshikureru kinou arun e." ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? ? . Artinya, „Mobil g memiliki kemampuan tidak sampai menimbulkongcangKeti penanda lingual tersebut mengacu pada petanda atau fitur-fitur Honda Freed.

Data 5: cuplikan 5, detik ke-26 a. Tanda visual No Tan- da Inter - preta -si Objek Arti 1. War- na putih ? Latar belaka- ng tampil- an iklan. Melambang -kan kemurnian, cahaya. b. Tanda lingual No Penanda Interpretasi Petanda 1. Freed. c. Makna data 5 Berdasarkan analisis data tanda visual dan lingual lewat interpretasi pada cuplikan gambar ke-5, detik ke-26, dapat disimpulkan bahwa mobil Honda Freed adalah generasi baru hasil inovasi mobil Honda yang cocok untuk semua kalangan.

Generasi Honda Freed adalah hasil inovasi asli Honda yang semakin menyempurnakan produk-produk mobil Honda terdahulu. Keaslian atau keorinalitasan Honda Freed sebagai produk terbaru Honda dapat diamati dari tampilan tanda visual latar belakang iklan yang berwarna putih yang bermakna murni.

Dengan demikian, dalam memproduksi produk- produk mobil terbaru, termasuk Freed dapat dikatakan bahwa tidak ada plagiasi atau jiplakan dengan melihat produk mobil Jepang lainnya. Modernisasi fitur-fitur dan ditambah besarnya kapasitas ruang dan tempat duduk dari generasi Gambar D.5. Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 172 terdahulunya, Honda Jazz membuat Honda Freed layak untuk dimiliki.

Dalam iklan di atas, penguatan objek mobil Honda Freed sebagai regenerasi unggul dari

pendahulunya ditampilkan lewat tanda lingual berupa klausa yang berbunyi " Subete no hito ni choudo ii Honda" . ? ?????? ? HONDA ? yang artinya „Honda, mobilyanpuntuksemua an yang mengacu pada Honda Freed sebagai petandanya. E. Simpulan 1. Simpulan a. Arti tanda visual iklan Honda Freed versi Honda Sensing keluaran tahun 2017 lebih didominasi dari aspek warna.

Aspek warna tersebut terdiri atas warna hitam yang berarti kegagalan, putih yang berarti kemurnian, merah yang berarti semangat, biru yang berarti ketenangan dan kewibawaan, serta kuning yang berarti keceriaan. Selain berada dalam tanda mobil, aspek warna juga terdapat di latar belakang cuplikan iklan. b. Arti tanda lingual iklan Honda Freed versi Honda Sensing secara tidak langsung mengacu pada kalimat- kalimat informatif di antara cuplikan iklan yang menjelaskan secara tersirat fitur-fitur yang dimiliki Honda Freed, sehingga menjadi kelebihan Honda Freed versi Honda Sensing keluaran tahun 2017. c.

Makna iklan Honda Freed versi Honda Sensing cenderung menceritakan kecanggihan sistem fitur Honda Sensing seperti kamera yang ada di gril mobil, sehingga dapat mendeteksi objek di depan mobil. Selain itu, kemudi yang dapat berjalan sesuai rambu jalan, rem otomatis, bagasi luas dan bodi yang menarik, sehingga cocok sebagai mobil keluarga. Tersedia dalam 3 warna yaitu biru, putih dan kuning.

"The over Drem" menjadi slogan iklan Honda, karena dengan kerja keras, maka mimpi untuk terus berinovasi menciptakan produk mobil terbaru akan terwujud. Sama dengan impian yang pernah diimpikan Soichiro Honda. Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 173 B. Saran Peneliti menyarankan kepada pembaca agar dapat meneliti makna iklan-iklan mobil Jepang yang lainnya.

Hal ini disebabkan bahwa apapun yang terdapat di dalam iklan tentu mengandung tanda-tanda. Tanda-tanda tersebut adalah tanda visual maupun tanda lingual yang berkolaborasi membentuk makna iklan, yang secara tidak langsung tampilan iklan tersebut melibatkan unsur filosofi-historinya, sehingga menarik untuk diteliti. Daftar Pustaka Apinino, Rio. (2015). 3 Fakta Unik tentang Honda. Melalui <<http://otomotif.liputan6.com/read/2390877/3-fakta-unik-tentang-honda>> [16/03/2017] Berger, Arthur Asa. 2010. Pengantar Semiotika: Tanda-Tanda dalam Kebudayaan Kontemporer. Terjemahan M.

Dwi Marianti dari Signs in Contemporary Culture: An Introduction to Semiotics (1984). Tiara Wacana: Yogyakarta. Djajasudarma, T. Fatimah. 2010. Metode Linguistik. Bandung: Refika Aditama. Halliday, M. A. K dan Ruqaiya Hasan. 1992. Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek-aspek bahasa dalam pandangan semiotik sosial. Terjemahan Asruddin Barori Tou

dari Language, Context, and Text: Aspects of language in a social-semiotic perspective (1985).

Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Kenji, Matsuura. 1994. Nihongo-Indoneshiago Jiten „Kamus Bahasa Jepang- Ind Kyoto: Kyoto Sangyo University Press. Kridalaksana, Harimurti. 2008. Kamus Linguistik Edisi Keempat. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Machfoedz, Mahmud. 2010. Komunikasi Pemasaran Moderen. Yogyakarta: Cakra Ilmu. Moleong, Lexy J. 2001. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya. Nugroho, Rahadiyan Duwi. 2013.

Tanda-Tanda dalam Iklan Pocari “ he Dream” dan Gomen o Summer” (Makalah). Sumedang. Nurgiyantoro, Burhan. 2010. Teori Pengkajian Fiksi. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Richards, Jack, John Platt and Heidi Weber. 1994. ??? ????? . Terjemahan Yamazaki, Jurnal Ayumi Vol. 4 No. 2 September 2017 (Hal. 152-174) 174 Masatoshi et al dari Longman Dictionary of Applied Linguistics (1985). Tokyo: Daikyoku Insatsu Kabushiki Gaisha. Salamadian.

(2017). 13 Arti Warna dan Psikologi Warna, Terlengkap! (Merah, Ungu, Kuning, Hijau, Tosca, Biru dll). Melalui <<https://salamadian.com/arti-warna/>> [11/11/2017] Sendou, Reizan. (2009). ????? . Melalui <<http://www.reizan-fusui.jp/colour-imi.html>> [12/11/2017] Setiawan, Haris. 2013. “ Gya Bahasa pada Iklan Produk Makanan di Jepang (Kajian Soti Dalam Jurnal Online Hikari Universitas Negeri Surabaya, Vol.1 No. 1 (Januari, 2013). Surabaya: UNESA.

Verhaar. 2001. Asas-asas Linguistik Umum. Yogyakarta: Gajah Mada University. _____. (2016). Honda Indonesia. Melalui <<https://www.honda-indonesia.com/motorsport-technology/honda-technology/2342/honda-sensing>> [1/5/2017] _____. (2017). ????? 30sec ? . Melalui <<https://www.youtube.com/watch?v=K6eGzaYlj8>> [10/02/2017]

INTERNET SOURCES:

1% - <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ayumi/article/download/378/317>
26% - <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ayumi/article/download/394/320>
<1% -
<https://enoanderson.com/2014/05/10/kisah-soichiro-honda-sang-pendiri-pabrikan-honda-part-2/>
<1% - <https://zempat.blogspot.com/2013/01/>
<1% - <https://sastra33.blogspot.com/2010/05/resume-buku-teori-pengkajian-fiksi.html>
<1% - <https://remaja-gresik-sehat.blogspot.com/2013/>
<1% -

<https://berkreasidengansastra.blogspot.com/2011/01/kajian-puisi-sapardi-djoko-damon-o.html>

<1% -

<https://mayapransiska.wordpress.com/2016/01/29/analisis-wacanakohesi-dan-koherensi/>

1% -

<https://noviaidawati93.blogspot.com/2015/06/pengertian-teks-ko-teks-dan-konteks.html>

<1% - <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ayumi/article/download/387/319>

<1% - <http://fliphtml5.com/kgxw/exro/basic/151-200>

<1% -

<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/43571/Nasionalisme-dalam-novel-Analisis-Wacana-Tentang-Nasionalisme-dalam-Novel-Bumi-Manusia-Karya-Pramoedya-Ananta-Toer>

<1% -

<https://id.123dok.com/document/yd96n8lz-bab-ii-kajian-teori-dan-kerangka-teori-2-1-konsep-tradisi-martahi-karejo-tradisi-martahi-karejo-masyarakat-angkola-kajian-semiotika.html>

<1% -

<https://irwansahaja.blogspot.com/2016/04/pengertian-kontek-dan-hubungan-antara.html>

<1% - <https://otoradians.blogspot.com/2013/>

<1% - <https://spesifikasihargahonda.blogspot.com/feeds/posts/default>

<1% - <https://lilycakeshopbanjarmasin.blogspot.com/2013/06/pelanggan-cup-cake.html>

<1% - <https://pippipahh.blogspot.com/2012/04/resume-semiotika.html>

<1% -

<https://www.emporioarchitect.com/desain-rumah-minimalis/kelebihan-serta-kelemahan-yang-akan-anda-peroleh-pada-desain-rumah-minimalis>

<1% - <https://manfaat.co.id/manfaat-daun-sirih-bagi-wanita>

<1% - <https://adhastar.wordpress.com/category/siat/>

<1% -

<https://www.suara.com/bisnis/2017/01/03/210514/cara-membangun-usaha-yang-hampir-bangkrut>

<1% - http://repository.upi.edu/1605/6/S_AD_P_0705056_Chapter3.pdf

<1% - http://repository.upi.edu/34047/6/S_IND_1300696_Chapter3.pdf

<1% -

<https://id.scribd.com/doc/269944797/Analisis-Tokoh-Evey-Hammond-sebagai-Representasi-Perempuan-dalam-Perspektif-Feminisme-di-Film-V-for-Vendetta>

<1% - <https://wayanweb.wordpress.com/ptk/metode-penelitian/data-dan-sumber-data/>

<1% -

<https://mafiadoc.com/kumpulan-makalah-kbi-xsubtema-7pdf-badan-pengembangan->

59de627d1723dd16830abd44.html

<1% - <https://www.tagar.id/sejarah-dan-perkembangan-industri-otomotif-honda/?c=>

<1% - <http://blog.iscreativeworks.com/idealist/best-international-brand-slogans>

<1% - <https://haiyulfadhli.blogspot.com/2016/02/tablet-effervescent.html>

<1% -

<https://s3.amazonaws.com/press.freelancer.com/Freelancer.com%20reveals%20the%20fastest%20growing%20online%20jobs%20in%202018.pdf>

<1% -

<https://id.scribd.com/doc/70746509/Koran-Padang-Ekspres-Sabtu-29-Oktober-2011>

<1% - <http://fwatcher.fwi.or.id/artikel-peserta/>

<1% -

<http://perpustakaan.undiksha.ac.id/perpustakaanfbs/xadmin/bibliografi/dashbord/cetak/printTH.php>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/331642859/Pedoman-Penulisan-Laporan-Penelitian-1>

<1% -

<https://id.scribd.com/doc/261050202/Pustaka-Unpad-Mengenal-Sekilas-Dialekteknologi-pdf>

<1% - <https://www.scribd.com/document/392211765/Islam-and-Local-Wisdom>

<1% - <https://www.scribd.com/document/346450952/Vocab>