



INTISARI

Penelitian ini membahas istilah penanda warna pada kerudung produk lokal yang bertujuan untuk 1) memamparkan istilah-istilah penanda warna pada kerudung dan 2) menjelaskan alasan penggunaan istilah-istilah penanda warna tersebut. Penelitian ini berada di bawah payung semantik yang bersinggungan juga dengan ranah morfologi, sintaksis, dan sociolinguistik. Metode penelitian yang digunakan, yaitu kualitatif dengan melalui tahap pengumpulan data, analisis data, dan penyajian data. Pengumpulan data menggunakan metode observasi untuk menemukan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kemudian, observasi lanjutan berupa perekaman data dengan teknik tangkapan layar (*screenshot*) dan unduh (*download*). Berlandaskan teori Berlin dan Kay (1969), data dianalisis untuk menemukan kategori yang sesuai dengan istilah penanda warna. Tahap analisis data menggunakan metode padan referensial dengan alat penentu di luar bahasa dengan landasan teori segitiga dasar Odgen dan Richards (1923). Data disajikan menggunakan metode formal dan informal. Istilah penanda warna yang diidentifikasi berupa kata dan frasa berasal dari produk lokal Lozy Hijab dan Lafiye. Hasil penelitian menyatakan bahwa istilah penanda yang digunakan berupa istilah warna (4,1%), nonwarna (72,6%), dan istilah campuran (23,3%). Kode bahasa yang digunakan, yaitu bahasa Inggris (86,20%), bahasa hibrida (4,60%), bahasa Italia (1,84%), bahasa Prancis (1,84%), bahasa Spanyol (1,61%), bahasa Latin (1,61%), bahasa Indonesia (0,92%), bahasa Sansekerta (0,46%), bahasa Arab (0,46%), bahasa Jepang (0,23%), dan bahasa Yunani (0,23%). Kode bahasa yang paling mendominasi, yaitu bahasa Inggris sebesar 86,20%. Ditemukan pula bentuk neologisme atau kata buatan yang tidak ditemukan dalam kode bahasa manapun sebanyak 12 kata. Alasan penggunaan disoroti dengan konteks simbolik, estetik, dan fungsional yang masing-masing memiliki aspek sosial, budaya, dan ekonomi.

Kata kunci: semantik, istilah, penanda, warna, kode bahasa



ABSTRACT

This study discusses color marker terms in local headscarves with the aim of 1) explaining color marker terms in headscarves and 2) explaining the reasons for using these color marker terms. This research falls under the umbrella of semantics, which also intersects with the fields of morphology, syntax, and sociolinguistics. The research method employed is qualitative, involving three stages of data collection, data analysis, and data presentation. Data collection employs observation to identify data relevant to the research needs. Further observation involves data recording using screenshots and download techniques. Based on Berlin and Kay's theory (1969), the data was analyzed to find categories that corresponded to color marker terms. The data analysis stage employed the referential matching method, utilizing an external language determinant based on Ogden and Richards' (1923) basic triangle theory. Data were presented using formal and informal processes. The color marker terms identified, consisting of words and phrases, were sourced from local products Lozy Hijab and Lafiye. The research findings indicate that the color marker terms used comprised color terms (4.1%), non-color terms (72.6%), and mixed terms (23.3%). The language codes used are English (86.20%), hybrid language (4.60%), Italian (1.84%), French (1.84%), Spanish (1.61%), Latin (1.61%), Indonesian (0.92%), Sanskrit (0.46%), Arabic (0.46%), Japanese (0.23%), and Greek (0.23%). The most dominant language code is English for 86.20%. Twelve neologisms or made-up words not found in any language code were also identified. The reasons for their use are highlighted in symbolic, aesthetic, and functional, each of which has social, cultural, and economic aspects.

Keywords: semantics, terminology, markers, colors, language codes