

INTISARI

Penamaan produk kosmetik perawatan badan merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Fokus penelitian ini terletak pada karakteristik penamaan produk. Data penelitian ini hanya diambil dari sepuluh merek kosmetik Indonesia terpopuler yang berasal dari beberapa perusahaan kosmetik. Perusahaan-perusahaan kosmetik tersebut, antara lain: PT Martina Berto Tbk, yang menaungi merek *Belia*, *Sariayu*, *Cempaka Bali Spa*, dan *Dewi Sri Spa*; PT *Victoria Care Indonesia* yang membawahi merek *Herborist*; PT Kosmetikatama Super Indah yang membawahi kosmetik merek *Inez*; PT Mustika Ratu yang menaungi merek kosmetik *Mustika Puteri*, *Mustika Ratu*, dan *Taman Sari Royal Heritage Spa*; serta PT *Paragon Technology and Innovation* yang membawahi merek *Wardah*.

Karakteristik penamaan produk kosmetik perawatan badan terletak pada unsur-unsur penyusun dan struktur nama. Struktur nama tersebut hanya dimiliki oleh produk kosmetik perawatan badan. Struktur tersebut dimulai dari yang paling kompleks, sedang, sampai dengan yang sederhana. Struktur terbanyak terdiri dari empat unsur. Sementara itu, struktur sedang tersusun atas tiga atau dua unsur. Terakhir, struktur sederhana hanya tersusun dari satu unsur.

Nama dalam produk kosmetik perawatan badan merupakan wujud bahasa sebagai alat identifikasi suatu objek. Seperti yang disebutkan sebelumnya, penamaan tersusun atas unsur-unsur. Unsur-unsur tersebut berupa merek dagang, jenis produk, spesifikasi tertentu, dan unsur tambahan. Spesifikasi tertentu berupa aroma atau bahan asal, dan efek penggunaan produk, sedangkan unsur tambahan berupa bentuk kemasan produk, status produk, dan anggota badan yang dituju.

Nama produk kosmetik perawatan badan berbentuk satuan kebahasaan tertentu, yaitu frasa. Frasa yang ditemukan adalah frasa endosentris atributif dan koordinatif yang terbentuk dalam beberapa tipe dan pola. Sementara itu, kode bahasa yang digunakan dalam penamaan tersebut, secara berurutan dari yang paling banyak sampai paling sedikit digunakan, antara lain: campuran Inggris dan Indonesia, Inggris, Italia-Prancis-Inggris, Indonesia, Perancis-Inggris. Selanjutnya, campuran bahasa Melayu-Inggris dan Sunda-Indonesia menempati kedudukan yang sama.

Kata kunci: penamaan, produk kosmetik perawatan badan, unsur, struktur

ABSTRACT

Naming of body care cosmetic products is very interesting to study. The focus of this study lies in the characteristics of the product naming. This research data is only taken from the ten most popular brands of cosmetics Indonesia from some cosmetic companies. Cosmetic companies are, among others: PT Martina Berto, which oversees *Belia*, *Sariayu*, *Cempaka Bali Spa*, and *Dewi Sri Spa*; PT *Victoria Care Indonesia*, which oversees *Herborist*; PT Kosmetikatama Super Indah in charge of cosmetics brand *Inez*; PT Mustika Ratu cosmetics brand shade *Mustika Puteri*, *Mustika Ratu*, and *Taman Sari Royal Heritage Spa*; and PT *Paragon Technology and Innovation* in charge of *Wardah*.

Characteristic naming of body care cosmetic products located in the constituent elements and the structure name. The structure is only a name owned by body care cosmetic products. This structure is beginning of the most complex, medium, up to the simple one. The most complex structure consists of four elements. Meanwhile, the medium structures are composed of three or two elements. Then, the simple one composed of only one element.

Names in body care cosmetic products form of language as a means of identification of an object. As mentioned previously, the naming is composed of elements. The elements form of trademarks (brands), product types, specifications, and additional elements. Specific consist of scent or materials, and the effect of the use of the product. Then, the additional elements consist of product packaging, the product status, and limbs intended.

The form of the body care cosmetic products name is certain linguistic units, ie phrases. It found endosentris attributive and coordinative phrase. It is formed in several types and patterns. Meanwhile, the code language used in the naming, sequentially from the most to least used, among other things: a mixture of English and Indonesian; English; Italian-French-English; Indonesian; French-English. Subsequently, a mixture of Malay-English and Sundanese-Indonesian occupy the same position.

Keywords: naming, body care cosmetic products, elements, structures