
BASINDO: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya

Volume 10 Nomor 1, 2026

Journal homepage:

<http://journal2.um.ac.id/index.php/basindo>



ANALISIS MAKNA SEMANTIK PADA PENAMAAN MENU DI MIE GACOAN PASCA-SERTIFIKASI HALAL

Maulinda Nurul Hasanah*, Nisrina Faradiva Az Zahra, Novita Fitri Astuti, Firlanda Azzahro, Laeli Badriyah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Jl. Pandawa, Dusun IV, Pucangan, Kec. Kartasura, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 14-06-2025

Accepted: 07-06-2026

Published: 02-07-2026

Keyword: *naming, semantic study, meaning, Mie Gacoan*

Kata kunci: *penamaan, kajian semantik, makna, Mie Gacoan*

ABSTRACT

The development of the times and progress have had a significant impact, one of which is on the food business, namely Mie Gacoan. This study aims to uncover the background of the naming and the meaning contained in the names of unique menus offered by Mie Gacoan, especially after the name change to obtain MUI halal certification. This study uses a qualitative descriptive method with data collection techniques through literature studies, observations, and direct recording of the official Mie Gacoan menu list. Data analysis was carried out using Chaer's semantic approach. The results of this study indicate that 12 data were found, namely 7 associative meanings, 3 denotative meanings, and 2 connotative meanings.

Perkembangan zaman dan kemajuan memberikan dampak signifikan salah satunya pada bisnis makanan yakni Mie Gacoan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap latar belakang penamaan serta makna yang terkandung dalam nama-nama menu unik yang ditawarkan oleh Mie Gacoan, khususnya pasca-perubahan penamaan guna memperoleh sertifikat halal MUI. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi, dan pencatatan langsung terhadap daftar menu resmi Mie Gacoan. Analisis data dilakukan dengan pendekatan semantik milik Chaer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ditemukan data sebanyak 12 data yang diteliti yaitu terdapat 7 makna asosiatif, 3 makna denotatif, serta 2 makna konotatif.

* Penulis korespondensi.

Alamat E-mail: ulinnuhqa2204@gmail.com (Maulinda Nurul Hasanah)

ISSN: 2579-3799 (*Online*) - BASINDO: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya
is licensed under Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

PENDAHULUAN

Bahasa memegang peran vital dalam kehidupan manusia karena seluruh aktivitas kehidupan berkaitan erat dengan penggunaannya. Bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi sarana dalam menjalin interaksi sosial, kedekatan emosional, dan menciptakan kesepahaman dalam masyarakat (Ningrum & Tazqiyah, 2024). Menurut Chaer (2012) bahasa merupakan suatu lambang bunyi bersifat arbitrer yang digunakan oleh kelompok sosial berfungsi sebagai alat komunikasi, bekerja sama, dan mengidentifikasi segala sesuatu bentuk kehidupan. Melalui bahasa, manusia tidak hanya menyampaikan maksud dan perasaan, tetapi juga membentuk realitas sosial, mengkonstruksi identitas, serta mempertahankan nilai-nilai dan norma dalam kehidupan bermasyarakat (Peter dan Simatupang, 2022). Lebih lanjut, bahasa dalam proses berkomunikasi mempunyai peran untuk menyampaikan makna, baik makna yang tersirat maupun makna yang tersurat (Yanda & Ramadhanti, 2021). Oleh karena itu, adanya pemahaman terhadap bahasa tidak hanya terbatas pada aspek linguistik semata, melainkan juga mencakup aspek sosial, budaya, dan psikologis yang melingkupinya. Dengan kata lain, bahasa tidak sekadar menjadi medium komunikasi, tapi juga menjadi sarana strategis dalam membangun citra dan identitas.

Dalam industri kuliner, bahasa berperan penting dalam penamaan menu, karena penamaan tidak hanya berfungsi sebagai penanda suatu produk, melainkan juga sebagai representasi makna, identitas budaya, serta alat strategi pemasaran (Nuari, 2020). Pilihan kata yang digunakan dalam nama menu dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap rasa, kualitas, hingga eksklusivitas produk. Selain itu, penamaan menu juga kerap merefleksikan nilai sosial, identitas lokal, hingga segmentasi pemasaran yang dituju (Kusumastuti, 2022). Dalam proses penamaan suatu makanan, seringkali disisipkan berbagai unsur yang merepresentasikan identitas tertentu. Misalnya, ada yang mencantumkan nama daerah asal makanan tersebut, nama pencipta atau penjualnya, bahkan jenis bahan utama yang digunakan. Selain itu, masih banyak pendekatan lain yang digunakan untuk memberi makna khas pada nama makanan, sesuai dengan tujuan komunikasi dan strategi pemasaran yang ingin dicapai. Bahkan, penggunaan unsur humor, plesetan, atau ambiguitas makna dalam penamaan menu juga menjadi cara efektif untuk menarik perhatian dan menciptakan kedekatan emosional dengan konsumen. Dengan demikian, penamaan menu dalam industri kuliner tidak sekadar aktivitas linguistik biasa, melainkan menjadi bagian penting dalam membangun citra produk, menciptakan

pengalaman konsumen, dan memperkuat identitas merek di tengah pasar yang semakin kompetitif.

Pada era sekarang, persaingan pasar terus berkembang sehingga seorang pebisnis dituntut untuk menciptakan inovasi guna menarik minat konsumen. Salah satu kuliner yang cukup diminati oleh masyarakat Indonesia adalah mi. Olahan kuliner yang terbuat dari adonan tepung ini memang banyak diminati oleh segala kalangan baik anak kecil, remaja, bahkan orang tua (Kurnianingsih & Achsa, 2022). Saat ini mulai banyak sekali merek mi yang ditawarkan di sektor kuliner Indonesia dengan ciri khas yang unik, baik itu cita rasa, teknik pengolahan, teknik penyajian, dan lain sebagainya. Hal tersebut dilakukan untuk memikat para konsumen supaya tertarik untuk mengonsumsi produk yang ditawarkan (Rachma, 2023). Dalam konteks ini, strategi penamaan menu menjadi bagian penting dalam menarik perhatian konsumen sekaligus membangun loyalitas merek.

Mie Gacoan merupakan salah satu produk kuliner yang menyajikan mi sebagai menu utamanya dan telah dikenal luas di Indonesia. Banyak sekali konsumen yang tergiur dengan cita rasa, harga murah, dan segala sistem marketing yang digunakan oleh perusahaan. Mie Gacoan yang ternyata sampai saat ini tidak pernah sepi dengan pembeli, menawarkan pengalaman menyantap mi yang modern dan lezat serta diimbangi dengan harga yang ramah di kantong (Salsabila & Maskur, 2022). Reputasi positif Mie Gacoan tercermin dari pertumbuhannya yang pesat dan apresiasi tinggi dari pasar yang dilayaninya (Sholikhah & Hadita, 2023). Hal tersebut dapat dibuktikan dari banyaknya konsumen yang mencapai puluhan ribu di setiap bulannya, menandakan bahwa produk ini dikenal sebagai destinasi kuliner yang menjadi pilihan banyak orang. Selain itu, makanan dengan cita rasa pedas kini memang tengah menjadi salah satu tren kuliner yang digemari di Indonesia, terutama di kalangan remaja. Tingginya minat masyarakat terhadap makanan pedas mendorong pelaku industri kuliner terutama Mie Gacoan untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan selera pasar.

Pada awalnya, Mie Gacoan sempat mengalami kendala dalam memperoleh sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hal ini terjadi karena penamaan menu yang dianggap tidak sesuai dengan ketentuan. Sebagai bentuk respons, pihak Mie Gacoan memutuskan untuk mengganti nama-nama menu yang awalnya menggunakan nama unsur mistis seperti nama hantu menjadi nama-nama permainan tradisional Indonesia. Setelah mengubah nama tersebut, pada tanggal 22 Juni 2023 Mie Gacoan berhasil mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa nama menjadi

salah satu faktor keberhasilan suatu produk. Pada dasarnya, nama merupakan suatu label setiap makhluk, benda, peristiwa, aktivitas, dan segala peristiwa yang ada. Keunikan nama suatu produk memiliki ciri khas yang dapat membuat seseorang merasa bahwa produk tersebut memiliki makna tersendiri yang membedakannya dengan produk lain. Fenomena perubahan nama menu Mie Gacoan ini menjadi contoh nyata adanya hubungan langsung antara penamaan produk, penerimaan sosial, dan keberhasilan strategi pemasaran.

Sejalan dengan urgensi tersebut, maka dibutuhkan pemahaman teoritis yang kuat untuk menganalisis makna-makna yang terkandung dalam penamaan menu, salah satunya melalui pendekatan semantik. Istilah semantik dalam bahasa Indonesia diadopsi dari bahasa Inggris *semantics*, yang mengacu pada bidang ilmu yang mempelajari makna dalam bahasa. Secara etimologis, kata ini berakar dari bahasa Yunani, yaitu *sema* yang merupakan bentuk kata benda dan berarti 'tanda' atau 'lambang'. Adapun bentuk kata kerjanya adalah *semaino*, yang berarti 'menandai' atau 'melambangkan'. Dalam konteks linguistik, tanda atau lambang yang dimaksud merujuk pada tanda-tanda linguistik, seperti kata, frasa, atau kalimat, yang digunakan untuk merepresentasikan objek, gagasan, atau konsep tertentu. Oleh karena itu, istilah semantik kemudian disepakati sebagai sebutan bagi cabang ilmu linguistik yang secara khusus mengkaji hubungan antara tanda-tanda linguistik dengan makna atau hal-hal yang ditandainya (Chaer, 2012).

Dalam ranah linguistik, semantik memiliki peranan penting karena menjadi dasar pemahaman terhadap sistem makna yang terkandung dalam bahasa. Semantik tidak hanya mempelajari arti kata secara leksikal, tetapi juga bagaimana makna tersebut berkembang sesuai konteks dan penggunaan. Hal ini dapat bersifat literal, emosional, kultural, maupun asosiasi tertentu yang menyertai suatu bentuk linguistik. Aminuddin (2008) menegaskan bahwa semantik berupaya menjelaskan bagaimana satuan-satuan bahasa memiliki hubungan makna yang logis dan sistematis dalam konteks penggunaannya. Semantik tidak hanya menyoroti hubungan antara kata dan benda yang dirujuk, melainkan juga mencakup aspek kognitif dan sosial yang membentuk makna dalam praktik komunikasi. Sementara itu, Tadris (2021) menyatakan bahwa semantik mengkaji makna secara lebih luas, mencakup makna denotatif sebagai arti yang bersifat objektif, referensial sebagai hubungan antara bentuk dan acuan di dunia nyata, serta asosiatif yang dipengaruhi oleh pengalaman dan perasaan penutur.

Simatupang dan Setyawati (2023) mengembangkan pemahaman makna melalui model segitiga makna Ogden-Richards, yang menjelaskan bahwa hubungan antara simbol

(kata), referen (benda nyata), dan pemikiran atau konsep sangat menentukan interpretasi suatu makna. Oleh karena itu, studi semantik tidak hanya berfokus pada makna kamusiah, melainkan juga pada mekanisme kognitif, afektif, dan sosial budaya yang membentuk makna dalam kehidupan berbahasa. Chaer (2012) membagi jenis makna menjadi beberapa kelompok. Berdasarkan bentuknya, dibedakan antara makna leksikal atau makna yang melekat pada kata secara mandiri dan makna gramatikal, yakni makna yang muncul karena proses tata bahasa. Berdasarkan keberadaan referen, dibedakan antara makna referensial dan nonreferensial. Berdasarkan nilai rasa, terdapat makna denotatif sebagai makna netral yang objektif, serta makna konotatif yang bersifat subjektif karena dipengaruhi emosi atau asosiasi tertentu. Berdasarkan cakupan makna, dibedakan antara makna umum dan makna khusus atau istilah. Selain itu, dikenal pula makna lain seperti makna asosiatif, kolokatif, reflektif, dan idiomatik yang dipahami melalui hubungan asosiasi atau penggunaannya dalam ujaran sehari-hari (Chaer, 2012). Leech (dalam Chaer, 2012) juga menawarkan klasifikasi makna yang dibagi menjadi tujuh jenis, yakni makna konseptual, makna konotatif, makna stilistika, makna afektif, makna reflektif, makna kolokatif, dan makna tematik.

Sejalan dengan beragamnya pendekatan dan teori dalam penelitian ini, maka penting untuk mengaitkannya dengan studi-studi sebelumnya. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yaitu yang pertama, penelitian yang dilakukan oleh Setiowati dkk. (2022) berjudul “Penamaan pada Nama Unik Makanan di Kota Samarinda: Kajian Semantik” membahas mengenai dasar penamaan dan jenis makna pada nama-nama makanan unik di Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dasar penamaan makanan didasarkan pada ciri khas, keserupaan, dan pemendekan. Jenis makna yang ditemukan mencakup makna denotatif, konotatif, gramatikal, dan asosiatif. Kedua, penelitian oleh Maulana dan Saputri (2024) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Strategi Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mie Gacoan Karawang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel strategi pemasaran, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan Mie Gacoan tidak hanya bertumpu pada cita rasa makanan, tetapi juga pada strategi komunikasi dan pemasaran yang dilakukan secara efektif. Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Monadia dkk. (2023) berjudul “Jenis Makna pada Penamaan Menu Makanan Unik di Kafe dan Warung Kota Lhokseumawe (Kajian Semantik)”. Penelitian ini mengkaji 40 nama menu dari 20 kafe dan

warung yang dikumpulkan antara 5 Mei hingga 15 Juni 2023. Hasil analisis menunjukkan bahwa jenis-jenis makna yang ditemukan dalam penamaan menu terdiri atas makna denotatif (19 data), makna konotatif (8 data), makna asosiatif (10 data), dan makna gramatikal (2 data).

Ketiga penelitian di atas memberikan gambaran bahwa penamaan makanan tidak hanya bertujuan memberi identitas pada suatu produk, tetapi juga memuat makna-makna tertentu yang merepresentasikan pesan, strategi pemasaran, serta nilai-nilai budaya. Relevansi penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada kesamaan objek analisis, yaitu penamaan menu makanan, serta pendekatan semantik yang digunakan. Penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti strategi pemasaran, kualitas layanan, atau penamaan makanan secara umum di berbagai daerah, namun belum ada yang fokus pada keterkaitan antara makna penamaan, konteks budaya, dan strategi pemasaran dalam produk Mie Gacoan. Sedangkan kajian sebelumnya mengenai semantik di ranah kuliner umumnya fokus pada analisis bahasa promosi atau makna nama produk, namun belum banyak yang mengaitkan perubahan penamaan menu dengan faktor sertifikasi halal dan strategi *branding*. Hal ini menjadi celah penelitian yang penting, karena menunjukkan keterkaitan antara regulasi, kreativitas bahasa, dan respons pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jenis-jenis makna dalam penamaan menu di Mie Gacoan menggunakan pendekatan semantik. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi cakupan jenis makna yang dianalisis dengan mempertimbangkan relevansi dan karakteristik data yang ditemukan. Dari berbagai jenis makna yang dikemukakan oleh para ahli, hanya tiga yang digunakan, yaitu (a) makna denotatif, (b) makna konotatif, dan (c) makna asosiatif. Pembatasan ini bertujuan untuk mempertajam fokus kajian dan menyesuaikan dengan jenis data yang tidak seluruhnya dapat mencerminkan kategori makna secara lengkap. Pemilihan ketiga jenis makna tersebut dinilai paling representatif untuk mengungkap strategi penamaan dan efek makna yang ditimbulkan dalam konteks pemasaran kuliner yang khas dan kreatif.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan mengidentifikasi dan mendeskripsikan makna semantik pada penamaan menu Mie Gacoan setelah memperoleh sertifikasi halal. Data penelitian berupa nama-nama menu yang tercantum pada daftar menu resmi Mie Gacoan pasca-sertifikasi halal. Fokus penelitian

diarahkan untuk memahami fenomena bahasa yang muncul dalam penamaan menu serta keterkaitannya dengan citra merek dan daya tarik konsumen setelah status halal diperoleh.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, kajian pustaka digunakan untuk memperoleh teori semantik yang relevan sebagai landasan analisis. Kedua, observasi langsung dilakukan di beberapa gerai Mie Gacoan untuk mendokumentasikan daftar menu terkini. Ketiga, teknik rekam dan catat digunakan untuk merekam data secara sistematis sehingga meminimalkan kehilangan informasi penting. Kombinasi ketiga teknik ini dipilih untuk memastikan data yang diperoleh bersifat aktual, valid, dan sesuai dengan kondisi terkini (Haryanto, 2021; Lestari, 2022).

Analisis data menggunakan model analisis interaktif yang mencakup tiga tahap utama. Tahap pertama, reduksi data, dilakukan dengan memilah dan mengelompokkan nama-nama menu berdasarkan jenis makna semantik, yaitu denotatif, konotatif, dan asosiatif. Tahap kedua, penyajian data, dilakukan dengan menyusun tabel, kategori, dan uraian naratif yang memvisualisasikan hubungan antar data. Tahap ketiga, penarikan kesimpulan, digunakan untuk menginterpretasikan makna semantik secara mendalam sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas terkait pengaruh sertifikasi halal terhadap penamaan menu (Miles dkk., 2014; Nugroho, 2020).

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi data. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil analisis dari ketiga jenis makna semantik yang telah diidentifikasi, kemudian memeriksa konsistensi temuan antar kategori makna. Hasil perbandingan tersebut dicocokkan dengan konteks bahasa dan strategi pemasaran yang digunakan oleh Mie Gacoan. Langkah ini bertujuan memastikan setiap interpretasi makna memiliki dasar analisis yang kuat, mengurangi potensi bias subjektif peneliti, dan meningkatkan kredibilitas data (Suryani, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan analisis data, ditemukan sebanyak 12 nama menu makanan unik di Mie Gacoan yang menjadi objek kajian dalam penelitian ini. Nama-nama tersebut merupakan hasil rebranding pasca-sertifikasi halal dan mencerminkan penerapan berbagai jenis makna dalam perspektif semantik.

No.	Nama Makanan	Keterangan	Jenis Makna
1.	Mie Suit	Mie dengan rasa gurih dan tidak pedas	Asosiatif

2.	Mie Hompimpa	Mie dengan tingkat level 1,2,3,4,6,8 dan dengan rasa gurih pedas lezat	Asosiatif
3.	Mie Gacoan	Mie dengan rasa manis dan spicy, level 0-8	Asosiatif
4.	Es Teklek	Versi mini dari Gobak Sodor dengan rasa yang segar, kental manis bikin hidup jadi tambah berwarna	Asosiatif
5.	Es Gobak Sodor	Es favorite dengan isian natta de coco, jelly bubble, jelly mie irisan strawberry dan belimbing	Asosiatif
6.	Es Petak Umpet	Es dengan rasa yang segar, isinya jelly bubble, irisan strawberry dan jeruk nipis	Asosiatif
7.	Es Sluku Bathok	Es dengan perpaduan susu segar dan mocca bikin hari semangat	Asosiatif
8.	Udang Rambutan	Bentuk bulat berduri seperti rambutan	Konotatif
9.	Udang Keju	Bentuk lonjong dengan kejutan keju didalamnya	Denotatif
10.	Lumpia Udang	Bahan dari udang cincang dan sayur segar dibungkus dengan kulit lumpia tipis	Konotatif
11.	Siomay Ayam	Bahan dari ayam cincang dengan kulit pangsit tipis dan dikukus hingga matang sempurna	Denotatif
12.	Pangsit Goreng	Bahan seperti siomay ayam hanya berbeda dari bentuknya	Denotatif

Tabel 1. Data Nama Menu Mie Gacoan

Pembahasan

Bagian pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bentuk dan karakteristik dari jenis-jenis makna dalam penamaan menu di *Mie Gacoan* pasca memperoleh sertifikasi halal. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan 12 data penamaan menu makanan dan minuman di Mie Gacoan yang dianalisis menggunakan tiga

kategori makna, yaitu makna denotatif, konotatif, dan asosiatif. Dari keseluruhan data, terdapat 7 menu yang mengandung makna asosiatif, 3 menu dengan makna denotatif, dan 2 menu dengan makna konotatif.

Makna asosiatif merupakan jenis makna yang paling dominan. Menu dengan makna ini antara lain *Mie Suit*, *Mie Hompimpa*, *Mie Gacoan*, *Es Teklek*, *Es Gobak Sodor*, *Es Petak Umpet*, dan *Es Sluku Bathok*. Seluruh nama tersebut diambil dari permainan tradisional Indonesia atau unsur budaya lokal, yang membangkitkan kenangan masa kecil dan menciptakan kedekatan emosional dengan konsumen. Makna denotatif ditemukan pada menu *Udang Keju*, *Siomay Ayam*, dan *Pangsit Goreng*. Penamaan pada kategori ini menggambarkan secara langsung bahan utama atau metode pengolahan, misalnya *Pangsit Goreng* yang mengacu pada pangsit berisi daging cincang yang dimasak dengan cara digoreng. Makna konotatif terdapat pada menu *Udang Rambutan* dan *Lumpia Udang*. Kedua nama ini memunculkan asosiasi bentuk atau sensasi tertentu, seperti *Udang Rambutan* yang bentuknya menyerupai buah rambutan dengan balutan kulit renyah menyerupai duri. Adapun uraian dari masing-masing data disajikan sebagai berikut.

Jenis-Jenis Makna dalam Penamaan Menu di Mie Gacoan

Pemberian nama pada menu makanan dan minuman merupakan suatu bagian penting yang perlu pertimbangan khusus dari pemilik usaha kuliner atau pelaku usaha dibidang kuliner. Nama-nama makanan yang dipilih mempresentasikan karakter makanan dan minuman yang akan dijual. Beberapa nama dapat memberikan pesan yang berbeda dari berbagai pihak. Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini ditemukan bahwa nama makanan dan minuman diambil dari nama-nama *dolanan* atau nama permainan tradisional di Indonesia, dan dapat digolongkan dalam beberapa jenis makna yaitu, denotatif, konotatif, dan asosiatif.

Makna Asosiatif

Menurut Leech (dalam Nurjanah, 2023) makna asosiatif adalah makna yang dimiliki oleh sebuah leksem atau kata bertalian leksem itu dengan keadaan di luar bahasa. Makna asosiatif merupakan makna yang memiliki keterkaitan dengan adanya perubahan makna sebab adanya persamaan sifat pada suatu kata (Rofikoh dkk., 2023). Dari 12 data yang dianalisis, terdapat 7 temuan data yang termasuk makna asosiatif yaitu, mie Suit, mie Hompimpa, mie gacoan, es Teklek, es Gobak Sodor, es Petak umpet, es sluku batok. Adapun penamaan menu-menu yang termasuk kedalam makna asosiatif sebagai berikut.

Mie Suit terdiri dari kata /Mie/ dan juga /suit/ berdasarkan kata-kata pembentuknya frasa tersebut, masing-masingnya bermakna sebagai berikut: 1) kata /Mi/ berarti bahan baku yang berasal dari tepung terigu, bentuknya seperti tali, biasanya dimasak dengan cara digoreng atau direbus. 2) kata /suit/ berarti cara mengundi untuk dua orang dengan cara mengadu jari untuk menentukan siapa yang menang. Pemilihan nama menu tersebut memunculkan makna asosiatif karena memang penamaan menu tidak memiliki kaitan dengan suatu konsep bahasa. Namun, pada laman web resmi pihak *Mie Gacoan* terdapat makna asosiatif yang muncul di *Mie Suit* yaitu dikenal sebagai mi dengan rasa gurih yang disajikan dengan bumbu racikan rahasia yang super nikmat, ditambah taburan ayam yang dicincang dan pangsit goreng yang juga berisikan daging ayam yang dicincang.

Mie Hompimpa terdiri dari kata /Mie/ dan juga /Hompimpa/ berdasarkan kata-kata pembentuknya frasa tersebut, masing-masingnya bermakna sebagai berikut: 1) kata /Mi/ berarti bahan baku yang berasal dari tepung terigu, bentuknya seperti tali, biasanya dimasak dengan cara digoreng atau direbus. 2) kata /Hompimpa/ berarti cara mengundi untuk tiga orang atau lebih guna menentukan siapa yang menang dengan menggunakan telapak tangan. Pemilihan nama menu tersebut juga memunculkan makna asosiatif karena memang penamaan menu tidak memiliki keterkaitan dengan suatu konsep bahasa. Namun, pada laman web resmi pihak *Mie Gacoan* terdapat makna asosiatif yang muncul di *Mie Hompimpa* yaitu dikenal sebagai mi dengan pedas asin yang dapat membuat mulut meledak yang tentunya terdapat taburan ayam yang dicincang dan pangsit goreng yang juga berisikan daging ayam yang dicincang.

Mie Gacoan terdiri dari kata /Mie/ dan juga /Gacoan/ berdasarkan kata-kata pembentuknya frasa tersebut, masing-masingnya bermakna sebagai berikut: 1) Kata /Mi/ berarti bahan baku yang berasal dari tepung terigu, bentuknya seperti tali, biasanya dimasak dengan cara digoreng atau direbus. 2) Kata /Gacoan/ berarti taruhan, kekasih, pacar. Namun dalam bahasa Jawa, Gacoan berasal dari kata “Gaco” yang berarti jagoan atau dapat diandalkan. Jika dikaitkan dengan makna konseptual *Mie Gacoan* diartikan sebagai mi yang menjadi jagoan atau dapat diandalkan sebagai mi yang dicari oleh konsumen untuk melepas rasa lapar yang dirasakan. Pemilihan nama menu tersebut juga memunculkan makna asosiatif meskipun sebenarnya juga terdapat keterkaitan dari penamaan tersebut. Makna asosiatif yang muncul pada menu *Mie Gacoan* yaitu dikenal sebagai mi dengan cita rasa sensasi pedas manis yang lezat, yang tentunya terdapat taburan ayam yang dicincang dan pangsit goreng yang juga berisikan daging ayam yang dicincang. Menu ini menjadi salah

satu menu paling digemari oleh konsumennya yang sekaligus menjadi nama utama dari nama restoran tersebut.

Es Gobak Sodor terdiri dari dua frasa yaitu /Es/ dan juga /Gobak Sodor/, berdasarkan kata-kata pembentuknya frasa tersebut, masing-masingnya bermakna sebagai berikut: 1) Es berarti air yang membeku atau air yang membatu. 2) Gobak Sodor berarti permainan anak-anak yang terdiri atas dua kelompok, satu kelompok sebagai penjaga benteng, dan kelompok yang lain berusaha menembus benteng lawan. Secara makna konseptual, Apabila dikaitkan kedua frasa tersebut tidak memiliki keterkaitan dalam konsep bahasa. Pemilihan nama menu tersebut juga memunculkan makna asosiatif bagi para pendengar dan penikmatnya. Makna asosiatif yang muncul pada menu Es Gobak Sodor yaitu segelas minuman yang berisi es dengan buah-buahan, rumput laut ditambah dengan cincau versi premium serta ditambah dengan susu putih yang menghasilkan rasa manis dan membuat mulut *Smooth*. Atau menu yang rame dengan isi berlapis, dan memiliki jumlah porsi banyak dalam takaran sebuah es pada umumnya. Lebih menonjolkan lokalitas (permainan tradisional Nusantara).

Es Petak Umpet terdiri dari tiga frasa yaitu /Es/, /petak/ dan juga /umpet/, berdasarkan kata-kata pembentuknya frasa tersebut, masing-masingnya bermakna sebagai berikut: 1) Es berarti air yang membeku atau air yang membatu. 2) Petak berarti bagian ruang yang bersekat. 3) Umpet berarti sembunyi. Apabila petak umpet digabung memiliki makna sebagai permainan dengan cara sembunyi-sembunyian yang nantinya ada salah satu yang harus mencari temannya yang sedang bersembunyi. Pemilihan nama menu tersebut tentunya juga memunculkan makna asosiatif bagi para pendengar dan penikmatnya. Makna asosiatif yang muncul pada menu Es Petak Umpet yaitu segelas minuman dengan rasa tropical segar dan sedikit asam yang memiliki isian yaitu *jelly bubble*, stroberi, dan juga jeruk nipis.

Es Teklek terdiri dari dua frasa yaitu /Es/ dan juga /Teklek/, berdasarkan kata-kata pembentuknya frasa tersebut, masing-masingnya bermakna sebagai berikut: 1) Es berarti air yang membeku atau air yang membatu. 2) Teklek berarti lapik atau alas kaki yang dibuat dari kayu bertali yang biasanya terbuat dari karet tempat memasukkan seluruh jari kaki. Secara makna konseptual, Apabila dikaitkan kedua frasa tersebut juga tidak memiliki keterkaitan dalam konsep bahasa. Pemilihan nama menu tersebut tentunya juga memunculkan makna asosiatif bagi para pendengar dan penikmatnya. Makna asosiatif yang muncul pada menu Es Teklek yaitu segelas minuman segar yang juga berisi dengan buah-

buahan ditambah dengan cincau, memiliki rasa manis karena tambahan susu putih. Es teklek memang hampir sama dengan es Gobak Sodor tetapi hal yang membedakan keduanya yaitu dari isian es Gobak Sodor yang lebih banyak jenisnya.

Es Sluku Bathok terdiri dari dua frasa yaitu /Es/ dan juga /Sluku Bathok /, berdasarkan kata-kata pembentuknya frasa tersebut, masing-masingnya bermakna sebagai berikut: 1) Es berarti air yang membeku atau air yang membatu. 2) Sluku Bathok diartikan sebagai salah satu lagu tembang dolanan anak-anak berbahasa Jawa yang diciptakan oleh Sunan Kalijaga sebagai media dakwah menyebarkan syariat agama Islam. Secara makna konseptual, Apabila dikaitkan kedua frasa tersebut juga tidak memiliki keterkaitan dalam konsep bahasa yang membentuk makna suatu kuliner. Pemilihan nama menu tersebut tentunya juga memunculkan makna asosiatif bagi para pendengar dan penikmatnya. Makna asosiatif yang muncul pada menu Es Sluku Bathok yang berbeda dengan menu-menu sebelumnya. Es Sluku Bathok dapat diartikan sebagai segelas minuman yang memiliki perpaduan antara susu dan juga sirup moka *creamy*.

Makna asosiatif dalam penamaan ini tidak berdiri sendiri, tetapi juga bagian dari strategi pemasaran yang efektif. Mie Gacoan memanfaatkan nilai-nilai budaya lokal dan nostalgia sebagai alat untuk memperkuat keterikatan emosional dengan konsumen. Penamaan seperti ini menciptakan pengalaman makan yang lebih dari sekadar rasa, tetapi juga menciptakan cerita, memori, dan identitas.

Makna Denotatif

Menurut Pateda (2010) menjelaskan bahwa makna denotatif adalah makna kelompok kata berdasarkan hubungan lugas antara satuan bahasa dengan tepat. Hubungan tersebut mengenai hal-hal pokok secara tepat. Makna konotatif merupakan makna yang disebabkan karena adanya asosiasi perasaan masyarakat pemakai bahasa terhadap kelompok kata terhadap kata yang didengar, diucapkan dan digunakan (Austen, 2021). Telah ditemukan 3 dari 12 data yang mengandung makna denotatif. Adapun beberapa nama menu di *Mie Gacoan* yang tergolong unik dan memunculkan makna denotatif sebagai berikut.

Pangsit Goreng terdiri dari dua frasa yaitu /pangsit/ dan /goreng/. Dari segi semantik terdapat pemahaman makna pada kata-kata tersebut secara terpisah yang kemudian digabungkan dalam konteks bahasa. Adapun arti dari kedua frasa yang membentuk gabungan kata Pangsit Goreng yaitu 1) Pangsit memiliki arti makanan yang terbuat dari tepung dan daging cincang, digoreng atau direbus. 2) Goreng memiliki arti

memasak dengan minyak. Dari segi semantik, gabungan kedua frasa tersebut membentuk makna literal atau konvensional yang membentuk makna denotatif. Secara denotatif, Pangsit Goreng merupakan makanan yang terbuat dari pangsit, diisi dengan bahan campuran yang mengandung daging cincang, yang dimasak dengan cara digoreng. Tidak ada makna tambahan yang bersifat kiasan atau simbolik. Oleh karena itu, *Pangsit Goreng* termasuk makna denotatif karena arti yang ditangkap pembaca atau pendengar sama persis dengan objek yang dimaksud.

Siomay jika dianalisis dari segi semantik melibatkan pemahaman makna kata itu sendiri dengan konteks bahasa. Adapun arti frasa /siomay/ dalam KBBI yaitu memiliki arti makanan tradisional Tionghoa, terbuat dari ikan, ayam, atau udang yang dihaluskan bersama tepung sagu dan putih telur, dilapisi kulit pangsit, direkatkan dan dibentuk kemudian dikukus. Sedangkan dalam laman web resmi *Mie Gacoan*, Siomay memiliki pemahaman arti bahwa dimsum kukus isi ayam dicampur dengan sedikit udang dibungkus dengan kulit siomay. Dari kedua pandangan makna tersebut terdapat keterkaitan makna pada kata Siomay yang membentuk makna denotatif dan merujuk pada makna literal pada kata Siomay itu sendiri karena tidak ada penyimpangan makna.

Udang Keju terdiri dari dua frasa yaitu /udang/ dan /keju/. Dari segi semantik terdapat pemahaman makna pada kata-kata tersebut secara terpisah yang kemudian digabungkan dalam konteks bahasa. Adapun arti dari kedua frasa yang membentuk gabungan kata Udang keju yaitu 1) Udang memiliki arti krustasea yang memiliki panjang mencapai 25 cm untuk beberapa jenis, memiliki antena panjang, kaki ramping, dan perut berotot pipih, hidup di segala habitat, dan tersebar di seluruh dunia. 2) keju memiliki arti bahan makanan yang terbuat dari sari susu melalui proses peragian yang dikeraskan atau dikentalkan. Dalam gabungan frasa tersebut membentuk makna denotasi dan sesuai dengan gabungan literal kedua kata yakni hidangan yang mengandung udang dan keju serta tidak ada makna kias atau metafora didalamnya.. wujud menu udang keju yang disediakan oleh pihak *Mie Gacoan* dapat didefinisikan sebagai adonan daging yang juga dicampuri sedikit udang yang didalamnya berisi potongan keju yang lumer jika dimakan.

Makna Konotatif

Makna konotatif sifatnya lebih profesional serta operasional berbeda dengan makna denotasi. Makna konotatif bisa terbentuk apabila jika kata tersebut mengandung nilai rasa baik itu bersifat positif maupun negatif. Jika tidak ada nilai rasa maka kata tersebut tidak memiliki tanda konotasi. telah ditemukan 2 dari 12 data yang mengandung makna

konotatif. Adapun dibawah beberapa nama menu-menu di *Mie Gacoan* yang tergolong unik dan memunculkan makna konotatif sebagai berikut.

Lumpia Udang terdiri dari dua frasa yaitu /lumpia/ dan /udang/. Dari segi semantik terdapat pemahaman makna pada kata-kata tersebut secara terpisah yang kemudian digabungkan dalam konteks bahasa. Adapun arti dari kedua frasa yang membentuk gabungan kata Udang Rambutan yaitu 1) Lumpia memiliki arti makanan yang dibuat dari adonan tepung dan telur yang didadar, diisi daging, rebung dan sebagainya dan digulung. 2) Udang memiliki arti krustasea yang memiliki panjang mencapai 25 cm untuk beberapa jenis, memiliki antena panjang, kaki ramping, dan perut berotot pipih, hidup di segala habitat, dan tersebar di seluruh dunia. Dalam menu Mi Gacoan menu lumpia udang memiliki bentuk penyajian yang unik sehingga menambah daya tarik visual. Bentuk kreatif ini menimbulkan asosiasi tertentu yang membuat nama *Lumpia Udang* tidak hanya sekadar menyebut isi, tetapi juga memunculkan rasa ketertarikan konsumen.

Dalam gabungan frasa lumpia dan udang membentuk makna konotasi karena wujud lumpia udang rambutan yang disediakan oleh pihak *Mie Gacoan* dapat didefinisikan sebagai adonan daging yang juga dicampuri sedikit udang, yang dibalut dengan kulit lumpia.

Udang Rambutan terdiri dari dua frasa yaitu /udang/ dan /rambutan/. Dari segi semantik terdapat pemahaman makna pada kata-kata tersebut secara terpisah yang kemudian digabungkan dalam konteks bahasa. Adapun arti dari kedua frasa yang membentuk gabungan kata Udang Rambutan yaitu 1) Udang memiliki arti krustasea yang memiliki panjang mencapai 25 cm untuk beberapa jenis, memiliki antena panjang, kaki ramping, dan perut berotot pipih, hidup di segala habitat, dan tersebar di seluruh dunia. 2) Rambutan memiliki arti pohon yang tinggi, memiliki buah berwarna hijau jika masih muda, dan kalau sudah matang berwarna kuning atau merah, isinya putih dan rasanya manis. Dalam gabungan frasa tersebut membentuk makna konotasi karena wujud menu udang rambutan yang disediakan oleh pihak *Mie Gacoan* dapat didefinisikan sebagai adonan daging yang juga dicampuri sedikit udang, yang dibalut dengan sural naga atau pangsit layaknya buah rambutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa ditemukan beberapa jenis makna yang muncul pada nama menu-menu unik di *Mie Gacoan* yaitu makna asosiatif, denotatif dan konotatif. Dari 12 data , ditemukan 7 nama menu yang memiliki makna

asosiatif, 3 menu yang mengandung makna denotatif dan juga 2 menu yang mengandung makna konotatif. Makna asosiatif ditemukan sebagai makna paling dominan yaitu pada menu *Mie Suit*, *Mie Hompimpa*, *Mie Gacoan*, *Es Gobak Sodor*, *Es Petak Umpet*, *Es Teklek*, dan *Es Sluku Bathok* yang mengandung nilai nostalgia, budaya lokal, dan emosional mendalam. kemudian Makna denotatif muncul pada menu yang secara literal menggambarkan bahan dan cara pengolahannya, seperti *Pangsit Goreng*, *Siomay*, dan *Udang Keju*. Makna konotatif ditemukan pada menu seperti *Udang Rambutan* dan *Lumpia Udang* yang menimbulkan asosiasi rasa atau bentuk tertentu.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi penamaan menu Mie Gacoan tidak hanya mengandung nilai linguistik dan kultural, tetapi juga berperan dalam membangun citra positif dan memperkuat identitas merek. Perubahan penamaan menu pasca-sertifikasi halal MUI menjadi langkah strategis untuk memastikan kesesuaian dengan prinsip halal, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, khususnya konsumen Muslim. Dengan perpaduan antara kualitas rasa, keberlanjutan bisnis, dan kreativitas bahasa, Mie Gacoan mampu mempertahankan posisinya sebagai salah satu brand kuliner yang digemari, sekaligus menjadi inspirasi bagi pelaku usaha lain. Hal ini menegaskan bahwa penamaan produk bukan sekadar label, melainkan salah satu faktor kunci keberhasilan dalam persaingan industri kuliner. Dengan demikian, perlunya kesadaran seseorang untuk mengetahui bahwa penamaan suatu produk menjadi salah satu faktor kuat dalam keberhasilan bisnis.

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah agar pelaku usaha kuliner lebih memperhatikan aspek semantik dalam penamaan produk karena hal tersebut terbukti mampu memberikan dampak psikologis dan emosional kepada konsumen. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas jenis makna yang dianalisis atau mengkaji lebih lanjut pengaruh penamaan terhadap keputusan konsumen menggunakan pendekatan sosiolinguistik atau psikologi konsumen untuk memperkaya wawasan interdisipliner dalam kajian bahasa dan bisnis.

DAFTAR RUJUKAN

- Aminuddin. (2008). *Semantik (pengantar studi tentang makna)*. Malang: Sinar Baru Algesindo.
- Chaer, A. (2012). *Linguistik umum*. Rineka Cipta.
- Chaer, A. (2015). *Semantik bahasa Indonesia*. Rineka Cipta.
- Haryanto, A. (2021). Analisis penamaan produk kuliner berbasis kearifan lokal. *Jurnal Bahasa dan Budaya*, 9(2), 134–145.

- Kurnianingsih, & Achsa, A. (2022). Analisis citra merek, promosi, dan minat beli konsumen (studi kasus : Mie Gacoan Magelang). *Ecoeducation: Economics & Education Journal*, 4(2), 181–206.
- Kusumastuti, A. D. (2022). Strategi peningkatan penjualan produk melalui pendekatan *Unique Selling Point* dalam menunjang eksistensi bisnis HNI HPAL. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi dan Manajemen)*, 15(1), 31.
- Lestari, D. (2022). Kajian semantik dalam penamaan merek makanan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Bahasa*, 8(1), 55–66.
- Maulana, R., & Saputri, M. E. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan strategi pemasaran terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Karawang. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(1), 304.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Monadia, Syahriandi, & Maulidawati. (2023). Jenis makna pada penamaan menu makanan unik di kafe dan warung kota Lhokseumawe (kajian semantik). *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 4(2), 167–176.
- Ningrum, A. C., & Tazqiyah, I. (2024). Peran bahasa dalam komunikasi lintas budaya: memahami nilai dan tradisi yang berbeda. *Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 4(2), 146–167.
- Nuari, P. F. (2020). Penamaan menu makanan di Bali. *Belajar Bahasa: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(1), 73–90.
- Nugroho, F. (2020). Analisis makna konotatif pada penamaan menu makanan. *Jurnal Sastra dan Bahasa*, 5(3), 212–223.
- Nurjanah, E. (2023). Kajian semantik penamaan makanan khas di D.I. Yogyakarta. *Narasi: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pengajarannya*, 1(1), 1–11.
- Peter, R., & Simatupang, M. S. (2022). Keberagaman bahasa dan budaya sebagai kekayaan bangsa Indonesia. *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Budaya*, 9(1), 96–105.
- Rachma, E. P. I. (2023). Analisis makna penamaan makanan Madura: kajian semantik. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial (Jupendis)*, 1(2), 213–223.
- Rofikoh, F. A., Kinanti, K. P., & Sangaji, H. A. (2023). Penamaan dan makna asosiatif kuliner spesifik mie area Malang Raya. *Basastra*, 12(2), 186.
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan (studi pada pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 156–167.
- Setiowati, I., Rijal, S., & Purwanti. (2022). Penamaan pada nama unik makanan di Kota Samarinda: kajian semantik. *Ilmu Budaya, Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 6(2), 705–718.
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708.
- Simatupang, Z., & Setyawati, R. (2023). Pendekatan semantik dalam kajian linguistik modern. *Jurnal linguistik dan Sastra Terapan*, 12(2), 123–135.
- Suryani, D. (2021). Triangulasi dalam penelitian kualitatif: konsep dan penerapannya. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial*, 8(2), 145–156.
- Tadris, H. (2021). Makna dalam perspektif semantik bahasa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Metalingua*, 6(1), 45–55.
- Yanda, D. P., & Ramadhanti, D. (2021). Bahasa perempuan dalam novel *Bidadari Bermata Bening* karya Habiburrahman El-Shirazy. *BASINDO: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya*, 5(1), 13–25.