



Antroponimi, Penamaan Obat Generik Bermerek dan Konteks Linguistik

Ana Atikah¹, Ahmad Khoiril Anam², Chadis³, Yogi Purnama^{4✉}

Universitas Indraprasta PGRI, Indonesia^{1,2,3,4}

e-mail : anaatikah02@gmail.com¹, ahmadkhoirilanam41@gmail.com², ignasiuschadis@gmail.com³,
yogipurnama03@gmail.com⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penamaan obat generik bermerek di pabrik-pabrik obat yang berada di Bekasi, Indonesia, dengan fokus pada antroponimi sebagai simbol yang mencerminkan identitas dan nilai-nilai perusahaan. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data langsung melalui teknik wawancara yang direkam dan ditranskrip, serta melakukan analisis isi untuk mengorganisasi informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penamaan obat didominasi oleh nama-nama yang berkaitan dengan penemu dan pembuat (80 temuan), diikuti oleh penamaan berdasarkan bahan (59 temuan) dan pemendekan (53 temuan). Temuan ini menunjukkan bahwa nama-nama obat bukan hanya berfungsi sebagai identifikasi produk, tetapi juga merefleksikan norma dan nilai-nilai yang dipegang oleh perusahaan, memberikan wawasan mendalam mengenai proses penamaan dalam industri farmasi lokal. Implikasi pedagogis dari penelitian ini adalah bahwa pemahaman antroponimi dapat menjadi materi pembelajaran yang berharga dalam Bahasa Indonesia, mendorong siswa untuk memahami interaksi antara bahasa dan identitas kultural. Kontribusi teoretis penelitian ini memperkaya kajian antropolinguistik dengan menghubungkan proses penamaan produk dengan nilai-nilai sosial dan kultural yang lebih luas.

Kata Kunci: Antroponimi, penamaan, obat generik bermerek, Bekasi

Abstract

This study aims to analyze the naming of branded generic medicines in pharmaceutical factories located in Bekasi, Indonesia, focusing on anthroponymy as a symbol reflecting the identity and values of the companies. Employing a qualitative descriptive approach, the research collected data directly through recorded and transcribed interviews, as well as applying content analysis to organize information. The results indicate that medicine names are predominantly associated with inventors and manufacturers (80 findings), followed by names based on ingredients (59 findings) and abbreviations (53 findings). These findings demonstrate that medicine names serve not only as product identifiers but also reflect the norms and values upheld by the companies themselves, providing deeper insights into the naming processes within the local pharmaceutical industry. The pedagogical implications of this study suggest that understanding anthroponymy can serve as valuable learning material in Indonesian language education, encouraging students to comprehend the interaction between language and cultural identity. The theoretical contribution of this research enriches the field of anthropolinguistics by linking product naming processes to broader social and cultural values.

Keywords: Anthroponymy, naming, branded generic drugs, Bekasi

PENDAHULUAN

Antropolinguistik adalah disiplin ilmu yang menarik, yang mempelajari keterkaitan antara bahasa dan kebudayaan, serta bagaimana bahasa berfungsi dalam konteks sosial, politik, dan ekonomi Masyarakat (Siswanto et al., 2024). Dalam kajian ini, kita tidak hanya melihat bahasa sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai cermin dari nilai-nilai dan cara pandang masyarakat terhadap dunia di sekitarnya. Setiap elemen kebudayaan, mulai dari tradisi hingga produk, memiliki nama atau istilah tertentu yang berfungsi tidak hanya sebagai label, tetapi juga sebagai alat untuk mendokumentasikan dan menginventarisasi kebudayaan yang bersangkutan (Herawati et al., 2025). Hal ini diungkapkan oleh (Patris, 2023) dan (Nisaul Zahra et al., 2024), yang menekankan pentingnya nama-nama tersebut sebagai referensi dalam berbagai buku dan penelitian yang berkaitan dengan kebudayaan. Setiap nama membawa makna yang dalam, mencerminkan nilai-nilai dan cara pandang masyarakat terhadap dunia di sekitar mereka.

Salah satu contoh yang menarik dalam konteks ini adalah nama-nama obat yang sering kali mencerminkan budaya dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat. Di Indonesia, banyak produk obat yang menggunakan nama-nama yang diambil dari bahasa daerah atau istilah yang memiliki makna khusus dalam konteks budaya lokal. Misalnya, obat herbal yang dikenal dengan nama "Jamu Kunci Pepet" tidak hanya merujuk pada bahan-bahan yang terkandung di dalamnya, tetapi juga mencerminkan tradisi pengobatan yang telah ada sejak lama dalam budaya Jawa. Dalam konteks ini, nama "Jamu Kunci Pepet" mengisyaratkan bahwa obat tersebut bukan hanya berfungsi sebagai pengobatan, tetapi juga sebagai bagian dari warisan budaya yang dihormati dan dipertahankan oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa nama produk obat tidak hanya sekedar identitas, tetapi juga merupakan representasi dari nilai-nilai budaya yang mendalam.

Lebih jauh lagi, onomastika sebagai cabang ilmu yang lebih fokus dalam kajian antropolinguistik, membahas asal-usul nama diri yang dikenal sebagai antroponimi. Menurut (Sartika & Sudaryanto, 2024) dan (Diana, 2022), antroponimi berfungsi sebagai alat dan penanda dalam penyelidikan sosial. Nama seseorang tidak hanya sekedar label, tetapi juga mencerminkan latar belakang keluarga, etnis, dan bahkan harapan orang tua terhadap anaknya. Misalnya, di beberapa budaya, nama yang diberikan kepada seorang anak dapat mencerminkan harapan orang tua untuk masa depan anak tersebut. Nama "Aulia," yang berarti "yang beruntung" dalam bahasa Arab, bukan hanya identitas, tetapi juga simbol aspirasi yang diharapkan dapat mengarahkan hidup anak ke arah yang lebih baik. Dengan demikian, nama memiliki kekuatan yang lebih dari sekedar fungsi linguistik; ia menjadi cerminan dari nilai-nilai dan harapan masyarakat.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa nama sebagai identitas sangat penting, karena mencerminkan makna dari individu atau objek tertentu. (Ucik & Ahya, 2020) menegaskan bahwa nama memiliki kekuatan simbolis yang dapat mempengaruhi persepsi orang lain terhadap individu atau objek tersebut. Di dunia bisnis, pemilihan nama produk yang tepat dapat menjadi faktor penentu kesuksesan suatu produk di pasaran. Nama yang unik dan mudah diingat dapat menarik perhatian konsumen dan menciptakan citra positif bagi produk tersebut. Sebagai contoh, produk obat yang diberi nama "Herba Sehat" tidak hanya menggambarkan manfaat kesehatan yang ditawarkan, tetapi juga memberikan kesan alami dan ramah lingkungan, yang semakin diminati oleh konsumen saat ini. Nama ini berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif, menciptakan kesan bahwa produk tersebut tidak hanya bermanfaat bagi kesehatan, tetapi juga sesuai dengan tren gaya hidup sehat yang sedang berkembang.

Ketika kita melihat lebih dalam, kita dapat menyimpulkan bahwa antropolinguistik, melalui kajian onomastika dan antroponimi, memberikan wawasan yang mendalam tentang hubungan antara bahasa dan kebudayaan (Prasetyo et al., 2020). Pemberian nama dalam konteks kebudayaan bukanlah sekedar proses linguistik, tetapi juga merupakan refleksi dari nilai-nilai, harapan, dan aspirasi masyarakat. Nama-nama tersebut berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan individu dengan identitas sosial mereka, serta sebagai alat untuk mendokumentasikan dan menginventarisasi kebudayaan yang ada. Penting untuk menyadari bahwa bahasa dan nama memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk identitas individu dan masyarakat.

Melalui kajian antropolinguistik, kita dapat lebih memahami bagaimana bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai cerminan dari kebudayaan yang kaya dan beragam.

Pemberian nama pada elemen yang dijelaskan memerlukan usaha untuk mentransfer bahasa lisan ke dalam bentuk tulisan atau simbol (Kosasih et al., 2023). Proses penamaan tidak terlepas dari karakteristik atau elemen yang berkaitan dengan latar belakang pemberi nama, instansi, atau identitas kepemilikan. Nama-nama pada obat generik bermerek dirancang dengan strategi tertentu. Pemilihan nama produk tidak sembarangan; nama tersebut harus sesuai dengan identitas perusahaan atau pabrik yang meluncurkannya. Selain itu, nama tersebut harus mudah diingat, mudah dicari, dapat dipahami, dan juga bisa unik. Nama sebagai simbol dan atribut perusahaan merupakan ekspresi dan interpretasi dari nilai-nilai serta norma yang dijunjung oleh perusahaan.

Contohnya, pabrik obat PT Sanbe yang memproduksi obat generik bermerek Sanmol, di mana penamaannya diambil dari nama pabrik dan bahan yang terkandung di dalamnya, yakni Paracetamol. Nama ini menunjukkan bagaimana perusahaan tidak hanya ingin memperkenalkan produk, tetapi juga ingin mengaitkan produk tersebut dengan kualitas dan kepercayaan yang telah dibangun selama bertahun-tahun. Dalam hal ini, nama bukan hanya sekadar identitas, tetapi juga merupakan bagian dari strategi pemasaran yang lebih luas. Nama Sanmol tidak hanya mengindikasikan jenis obat, tetapi juga menciptakan rasa keakraban dan kepercayaan di kalangan konsumen yang telah mengenal merek tersebut.

Antroponimi pada nama-nama obat generik bermerek berfungsi untuk mengidentifikasi asal-usul nama obat tersebut yang diberikan oleh pabrik di Bekasi. Nama obat generik bermerek sering kali menciptakan sugesti di masyarakat mengenai kesesuaian obat tersebut dengan penyakit yang diderita (Anisa et al., 2024). Banyak masyarakat yang setelah mengonsumsi obat generik bermerek dengan nama yang sudah dikenal, cenderung akan mencari nama tersebut dan enggan mencoba nama lain. Hal ini menjadikan penelitian ini menarik, karena masih banyak masyarakat yang belum menyadari bahwa banyak obat generik bermerek yang memiliki kandungan dan dosis yang sama, tetapi berbeda dalam nama dagangnya. Fenomena ini menunjukkan bagaimana nama dapat membentuk persepsi dan perilaku konsumen, serta menciptakan loyalitas terhadap merek tertentu.

Berdasarkan pedoman umum penamaan obat, terdapat beberapa ketentuan yang harus diperhatikan dalam pemberian nama. Ketentuan tersebut mencakup bahwa nama dagang harus objektif dan tidak menyesatkan, tidak boleh menggunakan seluruhnya atau sebagian dari nama obat generik dan zat aktif yang tidak terkandung di dalamnya, serta tidak boleh menggunakan nama yang sama atau mirip dengan obat yang telah dibatalkan izin edarnya karena masalah keamanan, penyalahgunaan, dan pelanggaran lainnya. Ketentuan ini penting untuk memastikan bahwa nama obat tidak hanya mencerminkan kualitas produk, tetapi juga menjaga kepercayaan masyarakat terhadap industri farmasi.

Dalam kesimpulannya, antropolinguistik, melalui kajian onomastika dan antroponimi, memberikan wawasan yang mendalam tentang hubungan antara bahasa dan kebudayaan. Pemberian nama dalam konteks kebudayaan bukanlah sekadar proses linguistik, melainkan juga merupakan refleksi dari nilai-nilai, harapan, dan aspirasi masyarakat. Nama-nama tersebut berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan individu dengan identitas sosial mereka, serta sebagai alat untuk mendokumentasikan dan menginventarisasi kebudayaan yang ada. Melalui pemahaman yang lebih dalam tentang nama, kita dapat menghargai kekayaan budaya yang ada di sekitar kita dan menyadari bagaimana bahasa dan nama memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk identitas individu dan masyarakat. Penelitian lebih lanjut dalam bidang ini sangat penting untuk memperkaya pemahaman kita tentang hubungan antara bahasa, identitas, dan kebudayaan, serta untuk memastikan bahwa nilai-nilai budaya terus hidup dan berkembang di tengah perubahan zaman.

Dengan demikian, antropolinguistik tidak hanya berfungsi sebagai kajian akademis, tetapi juga sebagai alat untuk memahami dan menghargai keragaman budaya yang ada. Dalam dunia yang semakin terintegrasi dan homogen, pemahaman akan antropolinguistik menjadi semakin penting. Hal ini tidak hanya untuk melestarikan kebudayaan yang ada, tetapi juga untuk menciptakan ruang dialog yang lebih baik antarbudaya. Melalui nama-

nama yang kita gunakan, kita dapat menciptakan jembatan komunikasi antara berbagai latar belakang dan tradisi, sehingga memperkaya pengalaman hidup kita bersama. Sumber Data: Data diperoleh melalui pengamatan langsung di pabrik obat, literatur akademis, artikel, dan dokumen dari instansi pemerintah atau badan terkait. Penelitian ini akan mencakup minimal 5 hingga 7 pabrik obat generik di Indonesia, mengeksplorasi masing-masing strategi penamaan yang diterapkan. Kriteria Informa, Informan akan dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mereka yang bekerja di perusahaan farmasi (misalnya, manajer pemasaran, ahli farmasi) dan memiliki pengetahuan mendalam tentang penamaan produk. Data akan dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dan analisis dokumen, yang memungkinkan peneliti untuk mendapat wawasan yang menyeluruh dan mendalam. Analisis data dilakukan berdasarkan teori penamaan Abdul Chaer, yang menekankan pentingnya kontekstualisasi dan interpretasi nama dalam konteks budaya dan sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi langsung yang mengumpulkan data dari sumber asli terkait objek yang dianalisis. Pendekatan yang diterapkan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Sesuai dengan metodologi kualitatif yang menghasilkan data deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data baik berupa tulisan maupun lisan dari masyarakat yang menggunakan bahasa. Fokus utama dari penelitian ini adalah antroponimi dalam penamaan obat generik bermerek yang diproduksi oleh pabrik-pabrik farmasi di Bekasi. Objek yang diteliti berkenaan dengan penamaan obat, yang merujuk pada teori penamaan yang dipaparkan Abdul Chaer "Pengantar Semantik Bahasa Indonesia. (Nisaul Zahra et al., 2024). Teori ini meliputi aspek penamaan yang berdasarkan peniruan bunyi, penyebutan bagian, penyebutan sifat khas, penemunya, lokasi asal, bahan, kesamaan, pemendekan, serta penamaan yang baru. Untuk melaksanakan penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah pedoman wawancara. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dan pengumpul data, sementara pedoman wawancara berfungsi sebagai instrumen tambahan. Peneliti akan berinteraksi secara verbal dengan responden untuk menghimpun informasi dan data. Oleh karena itu, peneliti akan menyiapkan serangkaian pertanyaan untuk wawancara tersebut. Metode wawancara ini dinilai mampu mewakili populasi secara keseluruhan, sehingga mempermudah proses pengumpulan data. Teknik analisis isi diaplikasikan dalam penelitian ini, di mana data biasanya dikumpulkan melalui proses perekaman dan kemudian ditranskripsikan menjadi bentuk teks. Tahapan analisis isi dimulai dengan mencatat poin-poin penting dari wawancara dan mengumpulkan data dari berbagai pabrik obat di Bekasi, yang selanjutnya akan diteliti dan dikelompokkan ke dalam tabel berdasarkan kategori penamaan. Hasil analisis tersebut kemudian dapat dikelompokkan ke dalam tabel sesuai dengan kategori penamaan yang sudah ditentukan. Setiap narasumber yang dilibatkan dalam penelitian akan diminta persetujuannya sebelum dilakukan wawancara. Anonimitas Data, Data pribadi dari narasumber akan dijaga kerahasiaannya. Nama dan identitas informan akan disamarkan untuk melindungi privasi mereka.

Berdasarkan pedoman umum penamaan obat, terdapat beberapa ketentuan yang harus diperhatikan dalam pemberian nama. Ketentuan tersebut mencakup bahwa nama dagang harus objektif dan tidak menyesatkan, tidak boleh menggunakan seluruhnya atau sebagian dari nama obat generik dan zat aktif yang tidak terkandung di dalamnya, serta tidak boleh menggunakan nama yang sama atau mirip dengan obat yang telah dibatalkan izin edarnya karena masalah keamanan, penyalahgunaan, dan pelanggaran lainnya. Ketentuan ini penting untuk memastikan bahwa nama obat tidak hanya mencerminkan kualitas produk, tetapi juga menjaga kepercayaan masyarakat terhadap industri farmasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Data utama dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara dengan sejumlah pihak yang memiliki kompetensi atau keahlian dalam bidang produk farmasi, khususnya yang berkaitan dengan obat generik bermerek. Proses pengumpulan data ini dilakukan secara sistematis dengan mempertimbangkan keakuratan informasi yang sangat penting bagi penelitian ini. Peneliti berusaha memperoleh perspektif yang komprehensif

dari berbagai sumber, seperti ahli farmasi, manajer produksi, dan tenaga medis. Melalui wawancara tersebut, peneliti berharap untuk menggali lebih dalam dinamika industri farmasi, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh produsen obat generik bermerek.

Bekasi, sebagai salah satu pusat industri farmasi di Indonesia, menjadi lokasi penelitian yang relevan, di mana banyak pabrik beroperasi dengan izin resmi sebagai produsen obat. Dalam konteks ini, Bekasi bukan hanya sekadar lokasi geografis, tetapi juga merupakan simbol dari perkembangan industri farmasi yang pesat di Indonesia. Dengan berbagai pabrik yang tersebar di wilayah ini, Bekasi menyediakan lingkungan yang kaya untuk penelitian mengenai obat generik bermerek. Penelitian ini menggunakan teori penamaan yang dikemukakan oleh Abdul Chaer untuk menganalisis penamaan produk farmasi. Teori ini mencakup aspek-aspek yang memungkinkan untuk memahami pengaruh nama terhadap persepsi konsumen dan identitas produk.

Data yang diperoleh dari sepuluh pabrik obat termasuk analisis kategori penamaan yang disajikan dalam tabel rekapitulasi. Data menunjukkan bahwa penamaan berdasarkan penemu dan pembuat mendominasi dengan persentase 39,88%, diikuti oleh penamaan berdasarkan bahan (29,35%) dan pemendekan (26,37%). Namun, penamaan berdasarkan sifat khusus dan kategori baru memiliki persentase yang lebih rendah, 3,9% dan 0,5% masing-masing. Penyajian data dalam bentuk tabel sangat membantu pembaca dalam memahami hasil penelitian. Tabel ini tidak hanya menyajikan angka, tetapi juga memberi gambaran yang jelas tentang bagaimana penamaan produk dapat mencerminkan berbagai elemen penting dalam industri farmasi.

Perusahaan atau industri farmasi yang terlibat dalam produksi obat generik bermerek berkontribusi pada penggunaan obat yang berkualitas dalam setiap pelayanan kesehatan. Ini adalah aspek yang sangat penting, mengingat banyaknya pasien yang bergantung pada obat-obatan untuk mengelola kondisi kesehatan mereka. Dengan adanya obat generik bermerek, pasien memiliki akses ke pilihan yang lebih terjangkau tanpa mengorbankan kualitas. Sebagai contoh, pasien yang tidak mampu membeli obat bermerek yang mahal dapat memilih obat generik yang memiliki komponen aktif yang sama, sehingga tetap mendapatkan manfaat yang sama tanpa harus mengeluarkan biaya yang tinggi. Keberadaan obat generik ini sangat penting dalam konteks sistem kesehatan yang inklusif, di mana semua individu, terlepas dari status ekonomi mereka, dapat memperoleh perawatan yang diperlukan.

Selain itu, obat generik bermerek yang diproduksi tidak hanya berpotensi meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat, tetapi juga menjadi identitas bagi perusahaan yang memproduksinya. Dalam industri yang sangat kompetitif ini, branding menjadi salah satu strategi yang penting. Nama merek yang kuat dapat membantu perusahaan membedakan produk mereka di pasar yang jenuh. Misalnya, sebuah perusahaan yang memproduksi obat generik untuk hipertensi dapat memilih nama merek yang mencerminkan stabilitas dan kesehatan, sehingga menarik perhatian konsumen yang mencari solusi untuk masalah kesehatan mereka. Oleh karena itu, obat generik bermerek sering kali dinamai atau diberi merek dagang sesuai dengan kehendak dan preferensi produsen. Proses ini melibatkan riset pasar yang mendalam untuk memahami preferensi konsumen, serta analisis terhadap pesaing yang ada.

Dalam konteks ini, penting untuk mempertimbangkan bagaimana strategi penamaan dan branding dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa konsumen sering kali lebih cenderung memilih produk yang memiliki nama yang familiar atau mudah diingat. Hal ini menunjukkan bahwa produsen obat generik bermerek tidak hanya harus fokus pada kualitas produk, tetapi juga pada cara mereka memasarkan produk tersebut. Dengan demikian, kolaborasi antara tim produksi, pemasaran, dan riset pasar menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi standar kualitas, tetapi juga diterima dengan baik oleh konsumen. Dalam hal ini, penggunaan data dan analisis pasar dapat membantu perusahaan untuk merumuskan strategi yang lebih efektif dan efisien dalam memasarkan produk mereka.

Melihat dari perspektif yang lebih luas, keberadaan obat generik bermerek juga memiliki implikasi bagi kebijakan kesehatan masyarakat. Pemerintah dan lembaga kesehatan perlu mendukung industri farmasi lokal

untuk memastikan bahwa masyarakat memiliki akses yang lebih baik terhadap obat-obatan yang berkualitas. Ini bisa dilakukan melalui program subsidi, pelatihan untuk produsen kecil, atau insentif bagi perusahaan yang berkomitmen untuk memproduksi obat generik bermerek dengan kualitas tinggi. Dengan demikian, tidak hanya kesehatan individu yang akan meningkat, tetapi juga kesehatan masyarakat secara keseluruhan. Kebijakan yang mendukung industri farmasi lokal tidak hanya akan meningkatkan daya saing produk dalam negeri, tetapi juga mendorong inovasi dan pengembangan produk yang lebih baik.

Dalam kesimpulannya, penelitian ini menunjukkan bahwa penamaan produk farmasi, khususnya obat generik bermerek, adalah aspek yang kompleks dan multifaset. Dari proses pengumpulan data yang sistematis hingga analisis mendalam mengenai pengaruh nama terhadap persepsi konsumen, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang dinamika industri farmasi di Indonesia. Dengan mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk kualitas produk, strategi pemasaran, dan dukungan kebijakan, kita dapat memahami bagaimana obat generik bermerek berkontribusi pada kesehatan masyarakat dan industri farmasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting bagi semua pemangku kepentingan untuk bekerja sama dalam menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan aksesibilitas obat yang berkualitas bagi semua lapisan masyarakat.

Tabel 1. Rekapitulasi Antroponimi Nama Obat Generik Bermerek di Bekasi

No.	Jenis-jenis Antroponimi atau Penamaan	Jumlah Temuan	Persentase
1	Peniruan bunyi	0	0%
2	Penyebutan bagian	0	0%
3	Penyebutan sifat khusus	8	3,9%
4	Penemu dan pembuat	80	39,88%
5	Tempat asal	0	0%
6	Bahan	59	29,35%
7	Keserupaan	0	0%
8	Pemendekan	53	26,37%
9	Penamaan baru	1	0,5%
Total		201	100%

Berdasarkan teori penamaan Chaer (2021, pp. 44-52), bentuk nama diri juga berasal dari peniruan bunyi, penyebutan bagian, penyebutan sifat khusus, penemu dan pembuat, tempat asal, bahan, kerupaan, pemendekan, dan penamaan baru. Mengacu pada tabel di atas, peneliti dapat memperoleh informasi antroponimi atau asal-usul nama diri dari obat generik bermerek pada pabrik obat di Bekasi. Penamaan yang berasal dari peniruan bunyi dan penyebutan bagian tidak ditemukan, penamaan berdasarkan penyebutan sifat khusus diperoleh data sebanyak 8, penamaan berdasarkan penemu dan pembuat sebanyak 80 data, berdasarkan tempat asal tidak ditemukan, berdasarkan bahan ditemukan sebanyak 59 data, berdasarkan keserupaan tidak ditemukan, penamaan berdasarkan pemendekan diperoleh data sebanyak 53 data, dan penamaan baru ditemukan data sebanyak 1 temuan.

1. *Peniruan Bunyi*

Temuan dalam penelitian ini tidak ada yang menunjukkan bahwa penamaan memakai peniruan bunyi di dalamnya, nama-nama obat generik bermerek tersebut tidak dibentuk berdasarkan bunyi dari benda tersebut.

2. *Penyebutan Bagian*

Penamaan dalam bentuk penyebutan bagian dalam penelitian ini tidak ditemukan, konsep penamaan berdasarkan penyebutan bagian biasanya diambil dari ciri khas yang menonjol dari benda itu dan sudah diketahui secara umum.

3. *Penyebutan Sifat Khusus*

Beberapa nama obat generik bermerek yang termasuk ke dalam jenis penamaan berdasarkan penyebutan sifat khusus, seperti: *Neurosanbe* yang diambil dari kata *Neuro* yang berarti neurologis, jadi obat tersebut ditujukan untuk obat neurologis. Penamaan obat *Virpes* juga termasuk ke dalam penamaan berdasarkan penyebutan sifat khusus karena suku kata *Vir* yang berasal dari kata virus, jadi obat tersebut ditujukan untuk

mengobati virus. Selain itu, *Kolesdex* merupakan nama obat generik bermerek yang diambil berdasarkan penyebutan sifat khusus. Hal itu dapat dibuktikan dengan mencantumkan suku kata *Koles* yang berasal dari kata kolesterol, jadi obat tersebut ditujukan untuk mengobati kolesterol.

4. *Penemu dan Pembuat*

Penamaan berdasarkan penemu dan pembuat dari obat generik bermerek tersebut paling banyak digunakan untuk menunjukkan identitas pabrik obat. Contohnya: Penamaan obat generik bermerek *Sanmol* merupakan penamaan yang berasal dari nama penemu dan pembuatnya, hal itu terbukti dari suku kata *San* yang diambil dari nama pabrik pembuatnya yakni PT Sanbe. *Bersol* juga nama obat generik bermerek yang termasuk ke dalam penamaan berdasarkan penemu dan pembuat, hal itu dapat dibuktikan dengan adanya suku kata *Ber* yang berasal dari nama pabriknya yaitu PT Bernofarm. Pabrik lain yang memberikan nama obat generik bermerek dengan mencantumkan nama penemu dan pembuatnya yakni PT Dexa Medika, obat generik bermerek *Dexanta* termasuk ke dalam jenis penamaan berdasarkan nama penemu dan pembuat karena terdapat suku kata *Dexa* yang diambil dari unsur nama pabriknya. *Kalxetin* termasuk ke dalam penamaan berdasarkan nama penemu dan pembuat, hal tersebut ditunjukkan dengan adanya unsur nama pabrik yaitu PT Kalbe Farma dalam suku kata namanya yakni *Kal*. Penamaan obat generik bermerek *Ezefer* yang diproduksi oleh PT Ferron Pharmaceutical termasuk ke dalam jenis penamaan berdasarkan penemu dan pembuat karena mencantumkan unsur nama pabrik ke dalam nama obatnya yakni *Fer*. *Lapibal* juga menjadi salah satu nama obat generik bermerek yang termasuk ke dalam jenis penamaan berdasarkan penemu dan pembuat, suku kata *Lapi* dalam nama obatnya menggambarkan nama penemu dan pembuatnya yakni PT Lapi Laboratories. Pemberian nama pada obat generik bermerek *Scanaflam* juga diambil dari nama penemu dan pembuat dari obat tersebut yakni PT Tempo Scan Pacific, hal itu dapat dilihat dari suku kata *Scan* pada nama obat yang menggambarkan nama pabrik pembuatnya. Contoh lain dari penamaan berdasarkan penemu dan pembuat yakni *Lanpepsa*, suku kata *Lan* menunjukkan bahwa penemu dan pembuat obat tersebut yaitu PT Landson. *Ottoprim* termasuk ke dalam nama obat generik bermerek yang penamaannya termasuk jenis penamaan berdasarkan penemu dan pembuat, penyematan suku kata *Otto* pada nama obatnya menunjukkan bahwa obat generik bermerek tersebut diproduksi oleh PT Otto Pharmaceutical Industries sebagai penemu dan pembuat. Contoh berikutnya yakni *Intidrol*, penamaan obat *Intidrol* merupakan penamaan berdasarkan penemu dan pembuat karena menyematkan suku kata *In* yang diambil dari nama pabrik obatnya yakni PT Interbat.

5. *Tempat Asal*

Beberapa nama benda bisa ditelusuri berasal dari nama tempat asal dari benda tersebut, namun dalam penelitian ini tidak ditemukan nama obat generik bermerek yang diambil dari nama tempat asal. Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih dalam, terutama dalam konteks bagaimana nama-nama ini terbentuk dan apa yang mempengaruhi penamaan tersebut. Dalam dunia farmasi, penamaan obat memiliki makna yang lebih dari sekadar identitas; ia mencerminkan sejarah, budaya, dan bahkan aspek pemasaran.

6. *Bahan*

Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada sejumlah nama obat generik bermerek yang diambil dari nama bahan pokok benda itu atau bahan yang terkandung di dalamnya. Contohnya: *Amoxsan*, penamaan obat generik bermerek *Amoxsan* diambil dari nama bahan yang terkandung di dalamnya. Suku kata *Amox* yang disematkan merupakan kependekan dari bahan obat *Amoxicillin*. Nama obat selanjutnya yang diambil dari nama bahan obat di dalamnya yaitu *Mefinal*, suku kata *Mef* berasal dari nama bahan obat *Asam Mefenamat* yang disematkan dalam nama obat. *Benodex* merupakan nama obat generik bermerek selanjutnya yang termasuk ke dalam penamaan berdasarkan penemu dan pembuat karena menyematkan nama bahan dalam nama obatnya, hal itu dapat dilihat dari penggunaan suku kata *Dex* yang berasal dari nama bahan obat *Dexamethasone*. Pemberian nama obat generik bermerek *Rantın* termasuk ke dalam jenis penamaan berdasarkan bahan yang dikandungnya, suku kata *Ran* berasal dari nama bahan obat *Ranitidine*.

Contoh lainnya yaitu *Palofer*, penggunaan suku kata Palo diambil dari nama bahan obat yang terkandung di dalamnya yakni *Palonosterone*.

7. *Keserupaan*

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada penamaan obat yang diambil berdasarkan keserupaan, yang berarti bahwa nama-nama obat yang ada tidak mencerminkan kesamaan ciri atau karakteristik fisik dari obat tersebut. Penemuan ini sangat menarik karena menantang asumsi umum yang sering kali berlaku di masyarakat dan di kalangan profesional kesehatan bahwa nama obat dapat memberikan petunjuk mengenai fungsi atau efek dari obat tersebut..

8. *Pemendekan*

Beberapa nama obat generik bermerek yang diproduksi oleh pabrik obat di Bekasi berasal dari hasil pemendekan dari nama obat yang terkandung di dalamnya. Contohnya: Obat generik bermerek *Erysanbe* termasuk ke dalam jenis penamaan berdasarkan pemendekan, hal itu dapat dibuktikan dengan adanya suku kata *Ery* dari kata *Erythromycin* yang bergabung dengan suku kata *Sanbe*. Pemberian nama pada obat generik bermerek *Bersol* termasuk ke dalam jenis penamaan berdasarkan pemendekan, hal itu dapat dilihat dari adanya pemendekan suku kata *Ber* dari nama pabrik PT Bernofarm dan suku kata *Sol* yang berasal dari kata *Clobetasol*. Contoh lainnya yakni *Favikal*, penamaan obat generik bermerek tersebut berasal dari hasil pemendekan antara *Favipiravir* dan nama pabrik PT Kalbe Farma.

9. *Penamaan Baru*

Penamaan baru biasanya diberikan untuk menggantikan kata atau istilah lama yang sudah ada. Penamaan baru pada obat generik bermerek disebabkan karena adanya kesamaan dengan pabrik lain dan untuk mencegah plagiarisme antara satu pabrik dengan pabrik lainnya. Contoh obat generik bermerek yang termasuk ke dalam penamaan baru yakni *Divask*, nama tersebut diberikan tanpa adanya pemendekan, unsur bahan, maupun nama penemu dan pembuat.

Jenis antroponimi atau asal-usul penamaan obat menunjukkan bahwa penamaan yang paling umum adalah yang didasarkan pada penemu dan pembuat obat generik bermerek, dengan persentase mencapai 39,88%, yang diwakili oleh warna biru tua. Selanjutnya, penamaan yang berdasarkan pada bahan aktif obat menyumbang 29,35% dan ditandai dengan warna oranye. Penamaan yang dilakukan melalui pemendekan tercatat sebanyak 26,37%, yang ditandai dengan warna abu-abu. Sementara itu, penamaan berdasarkan penyebutan sifat khusus hanya mencakup 3,9% dan diwakili oleh warna kuning. Terakhir, kategori penamaan baru mencatat persentase terendah, yakni 0,5%, yang digambarkan dengan warna biru muda. Jika semua kategori tersebut dijumlahkan, totalnya mencapai 100%.

Dari penelitian yang telah dilakukan mengenai antroponimi dalam penamaan obat generik bermerek di Bekasi, terdapat sejumlah implikasi yang signifikan terhadap pembelajaran bahasa, terbagi dalam beberapa aspek berikut:

1. **Peningkatan Kosakata dan Pemahaman Istilah Medis**

Penelitian ini menunjukkan bahwa banyak nama obat generik bermerek diambil dari kata-kata yang memiliki makna khusus, baik dalam bidang medis maupun dalam konteks sosial. Hal ini dapat menjadi sumber pengayaan kosakata bagi pembelajar bahasa, terutama dalam memahami istilah medis dan farmasi. Pendidik dapat memanfaatkan informasi ini untuk mengajarkan istilah-istilah terkait kesehatan dan pengobatan, serta memperkenalkan siswa kepada pentingnya pemilihan kata dalam konteks tertentu.

2. **Memahami Hubungan Antara Nama dan Identitas**

Studi ini menegaskan bahwa nama tidak sekadar simbol, tetapi juga mencerminkan identitas pembuat, bahan, dan fungsi obat tersebut. Implementasi pembelajaran bisa diarahkan untuk menganalisis dan memahami bagaimana nama-nama ini mempengaruhi persepsi masyarakat. Diskusi interaktif di kelas tentang nama-nama obat dan asumsinya dalam konteks diagnosa penyakit dapat memicu kesadaran siswa tentang hubungan antara bahasa, nama, dan identitas.

3. Keterampilan Analitis dalam Memahami Konteks Sosial

Melalui pendekatan antroponimi yang mengkaji bagaimana nama dipilih berdasarkan latar belakang budaya dan karakteristik tertentu, siswa dapat belajar untuk menganalisis konteks sosial dan budaya di balik pemilihan nama. Ini akan membantu mereka mengembangkan keterampilan berpikir kritis, terutama dalam memahami nilai-nilai dan norma yang terkandung dalam sebuah nama. Siswa juga dapat dilatih untuk menghubungkan antroponimi dengan fenomena sosial yang lebih luas, seperti pemasaran produk dan pengaruh budaya dalam penamaan.

4. Perkembangan Keterampilan Berkomunikasi

Kesadaran akan makna yang terkandung dalam nama, beserta cara penggunaan dan penyebarannya dalam bahasa sehari-hari, dapat meningkatkan keterampilan komunikasi siswa. Siswa dapat didorong untuk lebih terbuka dalam berkomunikasi tentang pengalaman mereka dengan obat-obatan berdasarkan nama dagang, serta mengeksplorasi perbedaan antara obat generik dan bermerek. Ini menciptakan ruang untuk diskusi yang konstruktif dan membangun kemampuan berbicara di hadapan umum.

5. Edukasi Tentang Praktik Penamaan yang Etis

Temuan dalam penelitian mengenai aturan-aturan yang harus diperhatikan dalam penamaan obat juga dapat menjadi pelajaran berharga bagi siswa. Mereka dapat dididik tentang etika dalam bahasa, terutama dalam konteks industri farmasi. Pembelajaran tentang bagaimana nama dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan keputusan kesehatan dapat memperluas pemahaman siswa tentang tanggung jawab sosial dalam penggunaan bahasa.

6. Pengalan Budaya dan Nilai-nilai Lokal

Siswa juga berkesempatan untuk mengenal nilai-nilai yang dipegang oleh masyarakat lokal melalui studi antroponimi. Dengan mempertimbangkan konteks nama obat dalam budaya Bekasi, misalnya, siswa akan memahami bagaimana jenis penamaan mencerminkan norma dan praktik budaya setempat. Ini dapat digunakan sebagai dasar untuk pembelajaran interdisipliner yang menghubungkan bahasa, budaya, dan identitas.

Implikasi pembelajaran bahasa dari penelitian tentang antroponimi nama obat generik bermerek di Bekasi menunjukkan pentingnya pemahaman yang lebih mendalam tentang bahasa dalam konteks sosial dan budaya. Hal ini menekankan kebutuhan untuk merancang kurikulum yang tidak hanya fokus pada aspek linguistik, tetapi juga mempertimbangkan interaksi antara bahasa dan identitas budaya. Dengan cara ini, siswa dapat menjadi tidak hanya lebih fasih dalam bahasa, tetapi juga lebih peka terhadap nuansa dan kompleksitas budaya yang selalu ada dalam penggunaan bahasa sehari-hari.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan kajian antropolinguistik dengan mengeksplorasi dinamika penamaan obat generik bermerek di Bekasi. Hasil temuan menunjukkan bahwa penamaan tidak hanya berfungsi sebagai identitas semata, tetapi juga menciptakan jembatan antara bahasa, budaya, dan nilai-nilai sosial yang kental dalam masyarakat. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini juga memperjelas bagaimana praktik penamaan dalam industri farmasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk etika dan relevansi nama dengan produk, yang pada gilirannya membentuk persepsi konsumen.

Selain itu, relevansi penelitian ini bagi pembelajaran Bahasa Indonesia berbasis konteks sosial-budaya sangat penting. Dengan memahami praktik penamaan yang kompleks, siswa dapat lebih menghargai bahasa dan budaya yang ada, serta terdorong untuk mengembangkan kemampuan analisis kritis terkait dinamika sosial budaya di sekitar mereka.

Sebagai rekomendasi untuk penelitian lanjutan, disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai pengaruh globalisasi terhadap praktik penamaan di bidang farmasi, serta memperluas kajian pada aspek-aspek lain yang mungkin mempengaruhi penamaan di berbagai konteks budaya. Pendekatan multidisiplin dapat

membuka wawasan baru dan memperkaya pemahaman kita tentang hubungan antara bahasa, identitas, dan budaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini. Terutama kepada responden yang telah meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman tentang penamaan obat generik bermerek di Bekasi. Kami juga berterima kasih kepada para ahli dan peneliti di bidang antropolinguistik dan antroponimi yang memberikan panduan. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam memahami hubungan antara bahasa, budaya, dan identitas masyarakat. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, A., Rufaida, A., Pattipeilohy, N., & Yusuf, H. (2024). *Analisis Hukum terhadap Penyelesaian Sengketa Medis dalam Kasus Penggunaan Obat Generik*. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(9), 4781–4800. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/1360>
- Chaer, A. (2021). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Diana, A. (2022). *Onomastika dalam Cerita Rakyat Daerah Jambi Berjudul “Sebakul.”* *Peelitra*, 5(1), 46–57.
- Herawati, R., Jayanti, M. D., Agustin, Y., & Anam, A. K. (2025). *Toponimi Nama-Nama Kelurahan di Kota Bekasi (Kajian Antropolinguistik)*. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 13(3), 187–205. <https://doi.org/10.31000/lgrm.v13i3.12657>
- Kosasih, D., Hendrayana, D., Firdaus, W., Nurhuda, A., Kosasih, D., Hendrayana, D., Firdaus, W., Nurhuda, A., No, J. S., Sukasari, K., Bandung, K., Barat, J., Gatot, J., No, S., Rw, R. T., & Selatan, K. J. (2023). *Naming System of Ciptagelar Indigenous Communities Universitas Pendidikan Indonesia Badan Riset dan Inovasi Nasional Pendahuluan Manusia , Baik Secara Langsung Maupun Tidak, Bahkan Seringkali Tanpa Disadarinya (untuk Tetap Dapat Melangsungkan Kehidupan. Ranah Jurnal Kajian Bahasa*, 12(1), 101–112.
- Nisaul Zahra, Yuni Sonia, Saida Adilla, Riski Ainaul Mardiyah, & Dinda Amelia. (2024). *Semantik dalam Bahasa Indonesia. Morfologi: Jurnal Ilmu Pendidikan, Bahasa, Sastra dan Budaya*, 2(6), 156–164. <https://doi.org/10.61132/morfologi.v2i6.1163>
- Patris, P. K. (2023). *Karakteristik Nama Diri Masyarakat Tana Al Kabupaten Sikka Berdasarkan Perspektif Linguistik Kebudayaan. Ide Bahasa*, 5(1), 91–102. <https://doi.org/10.37296/idebahasa.v5i1.114>
- Prasetyo, M. A., Tamara, A., Hindarto, S., & Zakiyah, M. (2020). *Tradisi Larangan Adat pada Cerita Rakyat Desa Golan dan Mirah: Tinjauan Antropolinguistik. Jurnal Ilmiah Kebudayaan Sintesis*, 14(2), 138–147. (www.ijrrjournal.com)
- Sartika, S., & Sudaryanto, S. (2024). *Onomastika pada Nama Jasa Makanan. Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 13(1), 69. <https://doi.org/10.31000/lgrm.v13i1.11036>
- Siswanto, S., Sukatman, S., Taufiq, A., & Murti, F. N. (2024). *Toponimi Sumenep Madura dalam Perspektif Tradisi Lisan. Panggung*, 34(4), 467–481. <https://doi.org/10.26742/panggung.v34i4.3183>
- Ucik, N., & Ahya, A. S. (2020). *Kajian Antropolinguistik Tradisi Bersih Desa di Desa Kandungan Kabupaten Kediri. Sastranesia: Jurnal Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(4), 36. <https://doi.org/10.32682/sastranesia.v8i4.1771>