

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Realitas keseharian manusia tidak bisa dilepaskan dari cengkraman bahasa. Tidak berlebihan kiranya sebagaimana dinyatakan (S.C Dik dan J.G Kooij, 1994:3), bahwa tak ada manusia tanpa bahasa serta diujung lain tidak akan mewujudkan bahasa tanpa kehadiran insan manusia. Bahasa juga diterapkan pada sarana-sarana komunikasi manusia.

Betapa tidak sebagai contoh, ketika seseorang menggambarkan kembali mengenai realitas yang ditemuinya dalam kehidupannya sehari-hari ia tidak bisa berpaling dari pemanfaatan bahasa. Demikian juga ketika menyusun pemahaman mengenai realitas pun memanfaatkan "jasa baik" bahasa. Bahasa menjadi "tulang punggung" manusia dalam memaknai lingkungan sekitarnya.

Dalan pandangan (Halliday, 1998:24), bahasa mempunyai tiga fungsi yaitu ideasional, interpersonal, dan tekstual. Pada konteks ideasional merujuk pada kekuatan makna penutur sebagai pengamat. Melalui perantaraan bahasa, seorang penutur berusaha mengkodekan pengalaman kultural dan individunya sebagai anggota dari suatu budaya tertentu. Sebagai fungsi respresentasi, bahasa digunakan untuk mengkodekan pengalaman manusia tentang dunia serta digunakan untuk menggambarkan realitas yang ada dikehidupan sehari-hari. Sementara itu ranah penggarapan dan penyikapan realitas simbolik dalam kesadaran batin sendiri terkait dengan aspek interpersonal.

Tak hanya terkait dengan pengalaman penutur secara individual, bahasa juga terkait dengan kehidupan sosial budaya, Bahasa menurut (Halliday, 1998:24), mewujudkan sebagai suatu sistem semiotika sosial (social semiotic) sebagai suatu sistem sosial semiotik, bahasa tidak berwujud sebagai kalimat an sich, namun sebagai teks ataupun wacana. Sebagai wacana, makna sistem kebahasaan turut diwarnai oleh ciri interpersonal¹ dan konteks penggunaannya.

Dengan demikian kajian atas teks tidak bisa dilakukan secara impersonal ataupun formalistis jika kita menganggap teks sebagai wacana yang keberadaannya terkait dengan ciri interpersonal dan konteks penggunaan. Sebab menurut Hudson (dalam Aminuddin, 2002:25) *"..Most language is contained within culture"*. Dengan kata lain, konstruksi bahasa dalam sebuah teks atau wacana merupakan hasil kreativitas penuturnya. Wujud kreativitas itu bisa mengukir diri dalam pemilihan kata, pemilihan kalimat ataupun gaya retorik tertentu seperti bentuk-bentuk metaforis.

Teks yang berwujud berita dapat ditemui dalam media massa cetak dan juga media online. Dalam media massa cetak misalnya surat kabar atau majalah, dan sebagainya. Namun seiring berkembangnya zaman setiap media surat kabar juga memiliki situs onlinenya sendiri. Media sebagai suatu sistem komunikasi manusia telah kian penting di zaman sekarang ini. Dimana, meminjam istilah Wright Mills-pengalaman primer telah digantikan oleh komunikasi sekunder seperti media elektronik (Rivers,dkk : 2003:67) sehingga berita yang mereka cetak juga mereka pampang di media online. Contoh : TribunNews.Com, Kompas.Com, dll.

Bahasa teks dalam jurnalistik merupakan kekhasan tertentu yang digunakan oleh media massa cetak maupun online untuk menyampaikan informasi yang bertujuan memudahkan penyampaian berita yang komunikatif dan menarik. Penyampaian berita yang menarik ditandai dengan penggunaan bahasa yang singkat, padat dan jelas. Bahasa yang menarik menjadi daya tarik tersendiri bagi pembaca untuk mengetahui lebih dalam teks berita. Berita membutuhkan penggunaan kata yang mampu memberikan penguatan pesan dan kesan. (Effendy 2008:66), menyatakan bahwa bahasa jurnalistik tidak hanya bersifat menyampaikan informasi kepada pembaca, tetapi juga mempengaruhi pembaca. Untuk membuat judul atau teks lebih menarik, salah satu usaha wartawan dalam menulis berita dengan memanfaatkan metafora.

Adanya metafora yang terbentuk dalam teks melibatkan kognisi manusia yang menentukan metafora yang dihasilkan. Ketika penutur menyampaikan suatu konsep melalui konsep lain, penutur tersebut mengetahui bahwa yang terkandung dalam kedua konsep tersebut saling berkorelasi. Dengan memahami korelasi yang terbentuk, kognisi penutur dalam memandang sebuah konsep (sebagai ranah sasaran) melalui konsep lain (ranah sumber) dapat diketahui. Lebih tepatnya, metafora bekerja melalui proses penggantian satu realitas ke realitas yang lain.

Teks pada media massa seperti media online, yang memanfaatkan metafora berguna untuk menolong pembaca dalam menjabarkan ataupun menjelaskan sesuatu hal. Metafora menjadi semacam “peta pemandu” yang dapat dimanfaatkan pembaca untuk lebih memahami maksud yang terkandung dalam tulisan. Dengan demikian metafora menurut (Berger : 2010:115), mengandung

implikasi atau dengan kata lain “perintah tersembunyi” yang terkandung di dalamnya walaupun kita tidak menyadarinya.

Bahkan seperti dinyatakan (Lakoff dan Mark Johnson, 1980 :98), metafora merupakan bagian dari sistem kognisi kita sebagai manusia. Metafora merupakan modus manusia dalam berfikir dan bertindak. Contoh mengenai *“time is money”* alias waktu adalah uang. Dalam konteks kebudayaan, waktu adalah uang berpengaruh terhadap banyak hal : menghitung lamanya biaya parkir, ataupun mengkalulasikan upah lembur. Misal sebagai ungkapan “Saya tidak punya banyak waktu hari ini untuk kita mengobrol lebih lama”. Demikian metafora bukanlah sekedar kata-kata manis tanpa makna. Metafora membentuk apa yang kita lakukan.

Media massa mempunyai kemampuan untuk menciptakan pencitraan baik positif maupun negatif. (Lakoff dan Johnson 2003:3), menyatakan bahwa metafora dapat menembus kehidupan sehari-hari tidak hanya lewat bahasa, tetapi juga dalam pikiran dan tindakan. Penggunaan kata yang bersifat metaforis dapat memudahkan pemahaman terhadap suatu kalimat atau pernyataan. Kemudahan dalam pemahaman tersebut karena adanya perbandingan dua hal atau lebih yang bersifat implisit yang tercipta dari gaya bahasa yang digunakan.

Berdasarkan pendapat tersebut, fenomena politik sebagai bagian dari aktivitas masyarakat yang tercermin dalam penggunaan bahasa di media massa online menjadi daya tarik tersendiri untuk diteliti lebih dalam. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk menemukan bentuk lingual

penggunaan metafora, jenis-jenis metafora, dan konseptualisasi metafora politik yang diamati melalui penggunaan metafora dalam media massa cetak.

Metafora tidak hanya berfungsi untuk memperindah bahasa yang digunakan untuk mengungkapkan gagasan, tetapi juga menunjukkan cara berpikir seseorang (kognitif) sehingga dikatakan metafora memiliki peran kognitif yang sering disebut sebagai metafora konseptual yang dirumuskan sebagai sebuah proses kognitif yang memungkinkan seseorang membicarakan sebuah konsep sebagai ranah sasaran yang biasanya bersifat abstrak melalui konsep lain sebagai ranah sumber yang biasanya lebih konkret (Lakoff dan Johnson, 1980).

Metafora konseptual terdiri dari tiga bagian penting, yaitu ranah sasaran (target domain), ranah sumber (source domain), dan pemetaan antara kedua ranah tersebut (mapping) (Kövecses, 2010: 17). Hubungan dari ketiga elemen metafora konseptual ini dapat dilihat secara lebih konkret melalui contoh ungkapan metaforis yang disampaikan oleh Aristotle berikut ini: *'the roots of education are bitter, but the fruit is sweet'*. Dalam ungkapan metaforis ini, dapat diketahui bahwa kata *education* 'pendidikan' berperan sebagai ranah sasaran, sedangkan *roots* (akar) dan *fruit* (buah) berperan sebagai ranah sumber. Dengan demikian, pendidikan dianggap seperti tanaman yang dapat menghasilkan buah.

Demikian juga halnya dalam bidang politik, dimana salah satu teks berita media massa yang sedang hangat-hangatnya diperbincangkan baik media cetak dan online adalah berita tentang pemilihan presiden (pilpres) 2019. Hal ini tentunya memerlukan komunikasi publik yang berfungsi sebagai media komunikasi nonlisan (tertulis) kepada masyarakat. Dengan mengusung tema-tema

pilpres 2019 khususnya di Indonesia, media massa, baik cetak maupun elektronik ramai menyoroti pemberitaan yang berkaitan dengan peristiwa tersebut. Dalam media online, berbagai pemberitaan tentang politik pun sering dijadikan berita yang paling utama dan di *update* hampir setiap sekali sejam selama Pilpres masih berlangsung. Pilpres sampai saat ini menjadi *tranding topic* pada berbagai kalangan. Dan pada media cetak, baik media cetak nasional ataupun daerah/kota dan judul utama dalam majalah politik.

Penelitian terdahulu tentang metafora politik telah banyak dilakukan antara lain Vestermark (2007), Wulansari (2014), Siregar 2004, dan Subangun 2008.

Vestermark (2007) melakukan penelitian tentang metafora politik dengan judul “*Metaphor in Politics: A Study of the Metaphorical Personification of America in Political Discourse*”. Dalam penelitian tersebut, Vestermark melakukan penelitian tentang metafora, khususnya personifikasi yang digunakan pada pidato pertama pelantikan presiden Amerika Ronald Reagan, George HW Bush, Bill Clinton, dan George W Bush. Fokus dalam penelitian tersebut adalah penggunaan metafora oleh presiden Amerika, penafsiran penggunaan metafora, dan pesan yang sampai pada penerima sebagai pendengar. Hasil analisis dalam penelitian tersebut menunjukkan metafora konseptual yang terbentuk adalah *the world as a community, nation as a person, nation with human attributes, and nation acting as human*. Metafora digunakan untuk menyoroti isu-isu yang ada saat itu. Pidato politik yang dilakukan oleh presiden tidak hanya membahas masalah politik itu sendiri, tapi membahas isu-isu yang sedang ada saat itu

sehingga orang/masyarakatnya menyadari visi politik dan masalah-masalah yang ada. Selain itu, presiden sering menggunakan metafora untuk mengaktifkan emosi pendengar (masyarakat Amerika). Dalam menggunakan metafora, presiden dapat menggunakan urutan kata yang sama, tetapi maknanya berbeda bergantung pada tujuan pembicara. Selain itu, hasil analisis penelitian tersebut mengungkapkan pentingnya menafsirkan metafora sesuai dengan konteks karena dalam beberapa kasus, bahasa memiliki makna literal dan kadang-kadang memiliki makna metaforis. Selain itu, tujuan presiden dalam menggunakan metafora secara sekilas memiliki tujuan yang sama karena kesamaan kata-kata yang dipilih, tetapi jika ditelusuri lebih dalam dan dibandingkan, tujuan penggunaan metafora tersebut tidaklah sama.

Selanjutnya Wulansari pada 2014 melakukan penelitian tentang metafora yang terdapat dalam naskah pidato Nelson Mandela. Tesis yang berjudul “Pemetaan Metafora dalam Naskah Pidato Nelson Mandela” ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat 13 ranah sumber dan 12 ranah sasaran dalam pidato Nelson Mandela. Selain itu terdapat 64 ranah sumber yang paling dominan dalam pidato tersebut adalah ranah sumber bangunan dan konstruksi, sedangkan ranah sasaran terdiri dari 58 metafora dengan ranah yang paling dominan adalah ranah sasaran peristiwa dan aksi. Selain itu konsep metafora yang mendominasi dalam pidato tersebut adalah konsep *life is a worthy object* dan *progress is motion forward*.

Siregar (2004) dalam makalahnya yang berjudul “Metafora Kekuasaan dan Metafora Melalui Kekuasaan: Melacak Perubahan Kemasyarakatan Melalui

Perilaku Bahasa”, melakukan studi tentang metafora dalam media pers cetak. Dalam penelitian tersebut, Siregar berusaha melacak perubahan kemasyarakatan melalui penggunaan metafora. Dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat struktur metafora dapat ditemukan yaitu metafora kekuasaan dan metafora melalui kekuasaan. Metafora kekuasaan digunakan untuk mengkonseptualisasikan sejumlah konsep kekuasaan yang cenderung abstrak seperti negara, pemerintahan, kepemimpinan, relasi kekuasaan (demokrasi), reformasi, hukum, politik, ekonomi, dan negara. Metafora kekuasaan dan metafora melalui kekuasaan diantaranya adalah pembentukan konsep disintegrasi bangsa, penegakan hukum, transparansi, dan akuntabilitas.

(Subangun dan Mulyani, 2008:78) dalam artikelnya yang berjudul “Analisis Metafora pada Ragam Jurnalistik (Studi Wacana Berita Surat Kabar Jawa Pos)” mengkaji tentang metafora yang digunakan pada wacana berita di Surat Kabar Jawa Pos. Hasil dari penelitian tersebut mencakup empat hal, yaitu 1) metafora pada wacana berita surat kabar Jawa Pos dikelompokkan menjadi metafora nominatif, metafora komplementatif, metafora predikatif, dan metafora kalimat; 2) jenis tuturan metafora dikategorikan menjadi empat jenis, yaitu metafora antropomorfik, metafora binatang, metafora relasi abstrak-konkret (RAK), dan metafora sinestetik; 3) kesimpulan tentang kemiripan wahana dan tenor bahwa metafora diciptakan berdasarkan kemiripan antara referen sesuatu yang diperbandingkan (tenor) dengan referen sesuatu yang digunakan sebagai pembanding (wahana) dan hubungan kemiripannya dikelompokkan menjadi kemiripan objektif (bentuk) dan kemiripan emotif (*perceptual/cultural*).

(Syifa, 2012:34) melakukan penelitian dengan judul “Keberagaman Makna Metafora dalam Surat Kabar Kedaulatan Rakyat” yang tujuannya untuk menghindari kesalahpahaman pada pembaca. Dalam penelitian tersebut hanya dijelaskan perbedaan makna pada beberapa kata saja, yaitu kata *jamu*, *menggerus*, *kecebong*, *ilustrasi*, dan *abu*. Hasil analisisnya menjelaskan bahwa: 1) adanya perbedaan makna yang terjadi pada sebuah kata dalam suatu kalimat yang digunakan dalam surat kabar dengan kata dalam kalimat lain yang biasa dijumpai dalam kehidupan sehari-hari bergantung pada konteks kata dalam kalimat itu sendiri; 2) keberagaman makna tersebut terjadi karena adanya perluasan jika terdapat dua kata yang digunakan dalam kalimat dibandingkan dalam konteks yang berbeda; dan 3) keberagaman makna tersebut dipengaruhi oleh faktor lingkungan dari pengguna bahasa atau penutur.

Terdapat dua hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Pertama, objek penelitian yang dalam penelitian ini difokuskan pada wacana politik yang mengacu pada peristiwa politik menjelang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2019 di Indonesia. Kedua, objek penelitian dalam penelitian ini adalah penggunaan metafora dalam media online Kompas.Com (edisi Juli-Desember 2018)

Dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat struktur metafora dapat ditemukenali yaitu metafora kekuasaan dan metafora melalui kekuasaan. Metafora kekuasaan digunakan untuk mengkonseptualisasikan sejumlah konsep kekuasaan yang cenderung abstrak seperti negara, pemerintahan, kepemimpinan, relasi kekuasaan (demokrasi), reformasi, hukum, politik, ekonomi, dan negara.

Metafora kekuasaan dan metafora melalui kekuasaan diantaranya adalah pembentukan konsep disintegrasi bangsa, penegakan hukum, transparansi, dan akuntabilitas.

Menurut (Kurnia, 2008:92) menegaskan bahwa penggunaan metafora pada wacana jurnalistik lebih banyak ditemukan pada jenis tulisan *feature* daripada jenis tulisan straight news. Tidak seperti jenis tulisan straight news yang mengutamakan urgensi waktu, jenis tulisan *feature* bersifat tak lekang oleh waktu. Laporan hasil reportasenya disajikan dalam sebuah hasil reportase yang lebih mendalam (*depth reporting*) daripada berita straight news. *Feature* kemudian berkembang menjadi New Journalism sejak tahun 1950an di Amerika. Pada tahun 1980an, *feature* berkembang menjadi jurnalisme sastra dan didiskusikan secara meluas oleh para wartawan. Mereka memiliki minat khusus untuk mengembangkan hasil reportase yang tak berjarak dengan pembaca. Hal tersebut dilakukan dengan mengikuti kehendak masyarakat saat itu dan menggali sisi kemanusiaannya untuk menampilkan realitas seutuhnya.

Salah satu contoh media massa yang menggunakan jenis *feature* pada laporan hasil reportasenya adalah teks berita Kompas. Penggunaan metafora pada pemilihan presiden 2019 yang ramai menyoroti pemberitaan berkaitan dengan pilpres 2019. Dalam media massa cetak, berbagai pemberitaan tentang politik pun sering dijadikan berita utama pada surat kabar-surat kabar nasional dan judul utama dalam majalah politik. Misalnya pada laman Kompas.com edisi Juli 2018 sampai Desember 2018.

Salah satu wacana politik penggunaan ekspresi metaforis yang ditemukan pada laman Kompas.com edisi Juli sampai Desember 2018 adalah penggunaan istilah menyebrang dan pagaripada contoh ranah semantis yang terdapat penyimpangan makna. Kwik Kian Gie Dikabarkan Menyeberang, Koalisi Jokowi Tak Pagari Kadernya (Kompas.com, edisi 17 September 2018). Mengapa kata menyebrang dikelompokkan menjadi metafora karena merujuk pada arti dari kata metafora itu sendiri, Menyebrang itu adalah kata kerja, berarti berpindah tempat/haluan atau berpindah arah dan sudah pasti tempat/arah berbeda posisi. Jadi, arti menyebrang pada kalimat tersebut adalah berpindah haluan, seharusnya kader koalisi Jokowi memilih Jokowi, Kwik Kian Gie yang juga berada di partai koalisi Jokowi justru memilih dan berpindah pada Prabowo. Jadi, kata menyebrang adalah ekspresi metaforis. Dan mengapa kata pagar dikelompokkan menjadi metafora karena merujuk pada arti dari kata pagar itu sendiri. Pagar adalah benda yang digunakan untuk mengelilingi/menyekat pekarangan rumah, berfungsi sebagai pembatas antara rumah satu dengan rumah yang lainnya, bisa juga sebagai pelindung agar rumah lebih aman, dll. Jadi, arti pagar pada kalimat teks berita diatas yang dimaksud mengistilahkan Jokowi kurang kuat dalam melindungi dan membatasi kadernya agar tetap berpihak dengannya. Jadi, kata pagar disini adalah ekspresi metaforis.

Masih banyak tentunya istilah lain yang ditemukan dalam laman Kompas.com mengenai Pilpres 2019. Bertitik tolak dari latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis metafora politik dalam wacana pemilihan presiden 2019.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ;

1. Terdapat wacana politik pada laman Kompas.com edisi Juli-Desember 2018 tentang pemilihan presiden 2019 yang mengandung unsur dan jenis metafora
2. Terdapat pengelompokan ranah semantis metafora dalam wacana politik pada laman Kompas.com edisi Juli-Desember 2018
3. Terdapat penyimpangan makna metafora dalam wacana politik Pilpres 2019 dalam laman Kompas.com edisi Juli-Desember 2018

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada wacana politik yang bernuansa jelang pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden 2019. Pusat perhatian dalam penelitian ini adalah penggunaan ungkapan atau ekspresi metaforis yang digunakan teks berita laman Kompas.com edisi Juli-Desember 2018 untuk mendeskripsikan jenis dan bentuk metafora dan mendeskripsikan makna teks yang mengandung metafora tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan sebelumnya, rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apa saja jenis metafora dalam wacana politik yang ditemukan di laman Kompas.com edisi Juli-Desember 2018
2. Apa saja makna metafora dalam wacana politik yang ditemukan di laman Kompas.com edisi Juli-Desember 2018
3. Bagaimana pemetaan konseptual metafora yang terbentuk dari wacana politik pilpres 2019 dalam laman Kompas.com edisi Juli-Desember 2018?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan utama penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan jenis metafora dalam wacana politik laman Kompas.com edisi Juli-Desember 2018
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan makna setiap metafora dalam wacana politik laman Kompas.com edisi Juli-Desember 2018
3. Untuk mengetahui metafora yang terbentuk dari wacana politik laman Kompas.com edisi Juli-Desember 2018

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

(1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sarana mengaplikasikan dan mendukung teori-teori yang disajikan dalam studi linguistik, khususnya di bidang semantik dan dalam bidang gaya bahasa maupun studi makna. Dengan

adanya penelitian ini semoga dapat memacu untuk diadakannya penelitian yang lebih mendalam bagi penelitian selanjutnya.

(2) Manfaat Praktis

Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan referensi kepada pembaca mengenai jenis metafora dan makna ungkapan metaforis yang ada dalam kajian semantik, serta dapat memberikan motivasi untuk melakukan penelitian mengenai metafora dengan obyek yang berbeda.

