

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

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 4 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 mengkalkulasikan 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 Covid-19 merupakan musibah pandemik yang sangat

berpengaruh dalam 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 Covid-19 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.

Kajian metafora semakin mendapatkan posisi penting karena tumbuhnya kesadaran bahwa bahasa bukan hanya sekedar cerminan realitas, melainkan juga pembentuk realitas. Metafora adalah sebuah fenomena kebahasaan yang berlaku dalam tataran semantik. Dalam kajian linguistik, semantik merupakan cabang dari ilmu linguistik yang mempelajari tentang makna.

Metafora terkait dengan relasi antara satu kata dengan kata lain dalam membentuk sebuah makna. Metafora dipandang sebagai bentuk bahasa yang khas, dan bisa juga aneh karena relasi kata dalam metafora melampaui batas relasi bahasa secara literal yang telah disepakati bersama dalam komunikasi keseharian. Metafora ditandai dengan penggantian ciri relasi, asosiasi, konseptualisasi, dan analogi dalam penataan hubungannya.

Metafora selama ini dikaitkan dengan pengkajian bahasa puisi dan bahasa sastra yang digunakan oleh penulis. Hubungan antar kata bersifat sugestif, tanpa kata-kata yang menunjukkan perbandingan secara jelas. Penggunaan metafora tidak terbatas dalam bahasa sastra, melainkan juga dalam bahasa keseharian bahkan dalam penulisan media surat kabar.

Metafora berjasa dalam penciptaan istilah-istilah baru dalam wacana Covid-19, seperti memutus mata rantai penyebaran Covid-19, menghidupkan kewirausahaan sosial, meningkat tajam, zona merah dan sebagainya. Kata-kata tersebut pada mulanya bekerja secara analogis. Menghentikan penyebaran Covid-19 dianalogikan dengan memutus mata rantai penyebaran Covid-19, mengembalikan kewirausahaan sosial dianalogikan membangkitkan

kewirausahaan sosial, bertambah banyak dianalogikan dengan meningkat tajam, dan daerah atau wilayah berbahaya dianalogikan dengan zona merah.

Pesatnya perkembangan teknologi global juga memicu penyebaran informasi yang sangat cepat. Informasi disebarakan melalui banyak media, sebagai contoh media massa dan media cetak. Bahasa yang digunakan pun beragam-  
ragam. Media massa, khususnya surat kabar sebagai salah satu media penyebaran bahasa, memuat berbagai informasi aktual yang sedang terjadi di kalangan masyarakat dan terbit secara periodik. Setiap surat kabar mempunyai cara penulisan dan pemilihan bahasa yang berbeda dalam berita yang ditulisnya, keragaman cara penyampaian dan bahasa tiap surat kabar tersebut yang menjadikan unik dan menarik untuk diteliti lebih lanjut. Surat kabar yang dimaksud ialah berupa Koran.

Koran mempunyai dua fungsi, fungsi utama dan fungsi sekunder (Effendy, 1993: 47). Fungsi utama dari surat kabar adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang apa yang ada di sekelilingnya baik di dalam maupun luar negeri, sebagai media penyampaian opini masyarakat tentang apa yang sedang terjadi dan sebagai media untuk jual beli dan promosi dengan cara pemasangan iklan dan media pencarian kerja melalui rubrik lowongan pekerjaan. Fungsi sekunder dari surat kabar ada beberapa macam, seperti menjadi wadah promosi atau mengkampanyekan proyek-proyek yang bersifat sekali dalam waktu tertentu, misalnya para calon wakil rakyat yang berkampanye menggunakan media massa salah satunya koran (Effendy, 1993: 245).

Di dalam menulis sebuah berita biasanya jurnalis menggunakan bahasa kiasan atau yang lebih umum sering disebut gaya bahasa atau majas untuk membuat tulisannya lebih menarik untuk dibaca. Gaya bahasa adalah bahasa indah yang dipergunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta membandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan atau hal lain yang lebih umum (Tarigan, 1985: 5). Banyak gaya bahasa khususnya majas yang digunakan penulis atau wartawan di dalam surat kabar. Gaya bahasa sebagai bagian dari sarana penulisan kreatif, termasuk salah satu aspek kajian yang cukup bermanfaat dan menarik untuk ditelaah. Salah satu gaya bahasa yang digunakan dalam surat kabar (Koran) ialah gaya bahasa metafora.

Kerap juga sependapat dengan Pradopo (2005:40) yang menyatakan bahwa metafora itu mempersamakan dua hal yang sesungguhnya tidak sama tanpa mempergunakan kata pembanding yaitu seperti, bak, bagai, bagaikan dan sebagainya.

Telah ada beberapa skripsi yang membahas metafora, tetapi belum ada penelitian yang membahas metafora dalam wacana Covid-19 di media massa online. Tinjauan pustaka penelitian ini mengambil dari beberapa skripsi, yaitu sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Renatha Putri pada tahun 2019 yang menganalisis metafora dengan judul “Metafora Teks Berita Politik Pilpres 2019 Di Kompas.Com”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan metafora pada bidang politik khususnya pemilihan presiden 2019 yang terdapat pada laman Kompas.Com meliputi: Jenis-jenis metafora, makna metafora dan pemetaan

konseptual metafora dalam teks berita tersebut. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Parlaungan Ritonga pada tahun 2018 yang menganalisis metafora dengan judul “Metafora Korupsi dalam Bahasa Indonesia (Kajian Semantik)”. Penelitian ini mendeskripsikan kategorisasi semantis dan pemetaan konseptual pada metafora korupsi dalam bahasa Indonesia.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Bella Tarawiguna pada tahun 2018 yang menganalisis metafora dengan judul “Metafora dalam Pantun Padaupacara Perkawinan Masyarakat Melayu Batubara”. Penelitian ini membahas dan mengkaji bahasa tentang metafora yang ada di dalam pantun perkawinan masyarakat Melayu Batubara serta makna idiomatikal dan makna peribahasa yang terdapat di dalamnya. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Gunawan pada tahun 2017 yang menganalisis metafora dengan judul “Metafora Dalam Tanggapan Wacana Panyandra Upacara Panggih Manten Etnis Jawa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis-jenis metafora yang terdapat dalam Panyandra Upacara Panggih Manten Etnis Jawa. Serta makna yang terkandung pada metafora tersebut

Penelitian selanjutnya adalah yang dilakukan oleh Dian Dini pada tahun 2017 yang menganalisis metafora dengan judul “Struktur Metafora pada Syair Putri Hijau”. Penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah bagaimana keberadaan sebuah struktur, jenis makna dan makna yang terkandung dalam sebuah syair, agar mempermudah pembaca dalam memahami syair tersebut. Selanjutnya Penelitian yang dilakukan oleh Efriwaty Saragih pada tahun 2016 yang menganalisis metafora dengan judul “Metafora Dalam Teks Cerita Pendek Dalam

Buku Pelajaran Bahasa Indonesia Kelas X SMA : Kajian Linguistik Fungsional Sistemik. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi metafora leksikal, mendeskripsikan bagaimana realisasi metafora leksikal, dan mendeskripsikan alasan mengapa ada metafora leksikal yang dominan dalam teks cerita pendek.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. Munculnya metafora baru dalam wacana Covid-19 di media massa online dan tidak banyak diketahui oleh masyarakat umum.
2. Penggunaan bahasa dalam wacana Covid-19 di media massa sulit dipahami oleh beberapa kalangan masyarakat.
3. Dalam wacana Covid-19 di media massa *kompas.com* dan *detik.com* banyak mengandung jenis metafora.
4. Terdapat penyimpangan makna metafora dalam wacana Covid-19 dalam berita *Kompas.com* dan *detik.com*.
5. Adanya perubahan fungsi dan makna kata dalam teks wacana Covid-19 di media massa online.

### **C. Batasan Masalah**

Masalah yang dikaji berdasarkan identifikasi masalah, perlu dikaji dengan pertimbangan jumlah sampel yang digunakan dalam desain menulis. Penelitian ini dibatasi ruang lingkupnya dan difokuskan pada rubrik berita di media massa

khususnya perkembangan kasus Covid-19. Adapun masalah yang dikaji adalah sebagai berikut.

1. Jenis metafora yang terdapat pada wacana Covid-19 di media massa online kompas.com dan detik.com.
2. Jenis makna metafora yang terdapat dalam wacana Covid-19 di media massa online kompas.com dan detik.com.
3. Fungsi dari metafora yang terdapat dalam wacana Covid-19 di media massa online kompas.com dan detik.com.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apa saja jenis metafora yang terdapat pada wacana Covid-19 di media massa ?
2. Bagaimana pemetaan konseptual metafora dalam wacana Covid-19 dalam media massa ?
3. Apa saja makna metafora dalam wacana Covid-19 di media massa ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan jenis metafora dalam wacana Covid-19 dalam berita Kompas.com dan detik.com.

2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan makna setiap metafora dalam wacana Covid-19 dalam berita Kompas.com dan detik.com.
3. Untuk menjelaskan metafora yang terbentuk dari wacana wacana Covid-19 dalam berita Kompas.com dan detik.com.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, 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.