

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Pokok Bahasan

Metafor sebagai salah satu kajian dalam ilmu linguistik telah dikaji dan ditelaah oleh para ahli linguistik sejak masa Yunani kuno sehingga menghasilkan konsep yang beraneka ragam mengenai metafor, dimulai dari Aristoteles hingga Shakespeare, Richards, Black, Searle, Cohen dan yang lainnya. Kajian metafor yang mereka lakukan umumnya memiliki pola perbandingan antara dua hal, seperti Shakespeare, misalnya, yang membandingkan *Juliet* dengan *the Sun* dalam *Juliet is the Sun*, untuk menunjukkan kualitas kecantikan *Juliet* yang memancar bagaikan *the sun* (matahari). (Ortony, 1993: 26)

I.A. Richards (1936) dan Max Black (1962,1977) menyatakan bahwa metafor adalah hal perbandingan yang di dalamnya terdapat penelahaan dalam kesamaan ataupun kemiripan antara suatu objek dengan objek lain yang dijadikan pembandingannya. Dalam *Juliet is the Sun*, misalnya, *Juliet* dibandingkan dengan *the sun* untuk dicari kesamaan di antara keduanya. Richards dan Black juga menyatakan bahwa metafor memiliki persamaan dengan majas *simile*, seperti terdapat dalam *Reading that essay was like wading through mud*. Akan tetapi, mereka menyatakan bahwa metafor tidak seperti *simile* yang langsung dapat dikenali dengan ciri khas kehadiran kata-kata tertentu, seperti *like*, *as...as* ataupun *as if*. Mereka menyatakan bahwa metafor lebih mengedepankan masalah kesamaan atau kemiripan antara suatu hal dan hal yang lain, serta terdapat pemindahan atau transfer konsep antara suatu hal dan hal lain. Dalam contoh *Juliet is the sun*, sejumlah sifat *the sun*, seperti kemampuannya untuk menyinari dan menerangi,

ditransfer dan diterapkan kepada *Juliet* untuk menggambarkan kecantikannya yang bersinar layaknya matahari. I. A Richards (1936) menamakan konsep transfer tersebut dengan istilah *target* dan *source*. *Target* merupakan konsep yang akan dijadikan bahan perbandingan dengan konsep lain, atau yang disebut juga dengan *Source*. Dalam contoh *Juliet is the sun*, Juliet merupakan *target* yang dianalogikan dengan *the sun (source)* untuk menghasilkan sebuah metafor. *Target* dan *source* acapkali disebut juga dengan *Tenor* dan *Vehicle*. *Tenor* merupakan benda/hal yang akan menjadi sebuah metafor dengan bantuan “kendaraan” yang membawanya, yakni *vehicle*. Contoh: *Life is a Stage*. Dalam contoh tersebut, *life* menjadi sebuah metafor setelah dihadirkan bersama dengan *a stage* yang membawa makna metaforis di dalam *life*. (Ortony, 1993: 65)

Terdapat pula pandangan klasik dalam metafor yang diungkapkan oleh Aristoteles. Aristoteles (1400 BC) pada intinya menganggap metafor sebagai bahasa yang “luar biasa” dan dekoratif serta berbeda dengan bahasa keseharian yang sederhana. Ia menyatakan bahwa metafor merupakan majas retorika yang hanya digunakan dalam kesempatan tertentu untuk memberikan efek tertentu, seperti dalam suatu pementasan drama, misalnya. Ia menggambarkan metafor sebagai bahasa yang berbeda dari bahasa biasa, dan bahwa dibutuhkan interpretasi khusus serta persepsi yang sama antara penutur dan mitra tutur untuk mengerti sebuah metafor. (Ortony, 1993: 74)

Searle (2000) menyatakan bahwa metafor dapat diformulasikan dengan *S is P*. *S* dalam hal ini adalah domain sumber untuk kemudian disandingkan dengan *P* sebagai perbandingan. Akan tetapi, Searle menegaskan bahwa *S is P* harus diinterpretasikan maknanya secara pragmatis menjadi *S is R*. Dalam hal ini, *R* merupakan interpretasi mitra tutur terhadap makna dari *P* yang bergantung pada penutur. Oleh karena itu, konsep

Searle mengenai metafor memiliki landasan pragmatis. Makna metafor dilihat dalam konteks interaksi bahasa. Sebagai contoh: *He is a snake* dapat diartikan sebagai *He is a very wicked person* atau *He is very cunning* tergantung dari cara mitra tutur dalam menginterpretasikannya. (Ortony, 1993: 127)

Seorang pakar linguistik lain, Cohen (1979), menganggap bahwa metafor merupakan bagian dari kajian semantik. Ia berpendapat bahwa saat membandingkan suatu objek dengan objek lain, terdapat beberapa fitur dari objek tersebut yang tak dapat diterapkan secara keseluruhan. Contoh: Dalam *Sally is a dragon*, misalnya, terdapat beberapa fitur dalam *a dragon* (naga) yang tak dapat diterapkan dalam *Sally*, seperti kemampuan naga untuk mengeluarkan api. Hal tersebut tidak dapat dilakukan oleh *Sally*, karena secara logis tidak berterima. (Ungerer & Schmid, 1996: 146)

George Lakoff dan Mark Johnson (2003) sebagai pakar metafor menyatakan bahwa metafor merupakan hal yang dekat dengan kehidupan manusia dan merupakan bagian dari kognisi, sehingga disebut dengan metafor kognitif. Mereka berpendapat bahwa metafor bukanlah semata-mata bahasa kiasan yang jarang dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, namun merupakan tindakan, perilaku dan hal yang ada di sekitar kita serta bersifat metaforis. Contoh: dalam judul surat kabar yang kita baca setiap hari terdapat judul artikel *Mc Hammer is goin' down low*. Judul artikel tersebut dapat dianalisis dari segi metafor kognitif. Makna metaforis dari *McHammer is goin' down low* terdapat dalam kata *down*. Kata tersebut dalam kehidupan sehari-hari cenderung berasosiasi negatif, karena identik dengan kegagalan ataupun kebangkrutan, seperti yang dialami oleh McHammer. Interpretasi tersebut secara kognitif diperoleh dari kata *down*, karena dalam kehidupan sehari-hari kata-kata tersebut identik dengan hal-hal yang tidak

menyenangkan, seperti jatuh ke bawah dan menyebabkan sakit. (Lakoff & Johnson, 2003:4)

Konsep metafor kognitif, yang didasarkan pada anggapan bahwa metafor dekat dengan kehidupan sehari-hari ini, membuat saya tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai hal ini dalam tesis saya. Saya menggunakan sejumlah majalah gosip sebagai korpus data, karena saya menemukan bahwa judul artikel majalah gosip menceritakan atau memberitakan hal yang dekat dengan kehidupan sehari-hari serta mengandung metafor kognitif di dalamnya. Hal ini menunjukkan bahwa metafor tidak hanya terbatas pada karya sastra, tetapi terdapat pula dalam keseharian hidup manusia.

Secara lebih terperinci, saya menggunakan sejumlah majalah gosip Amerika seperti *In Touch Weekly*, *US Weekly*, *New Weekly* sebagai korpus data. Semua majalah tersebut merupakan majalah hiburan terkemuka di Amerika yang berisi gosip-gosip terbaru dan terhangat dari dunia keartisan di Hollywood, Amerika. Kesemua majalah tersebut dikenal dengan gaya bahasa mereka yang bombastis dengan menggunakan kata-kata yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut ditujukan untuk memudahkan pembaca mengerti isi majalah tersebut dan menarik perhatian pembaca untuk membeli majalah tersebut di tengah persaingan yang semakin ketat.

Saya membatasi penelitian saya untuk tidak berfokus pada teori perbandingan yang dikemukakan di atas dengan beberapa alasan. Alasan pertama ialah bahwa teori perbandingan menganggap metafor lebih bersifat kiasan dan puitis. Hal ini berbeda dengan pendapat yang beranggapan bahwa metafor tidak hanya dijumpai dalam karya sastra, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, dalam teori perbandingan, interpretasi terhadap *vehicle* cenderung bersifat arbitrer dan bergantung pada

pengetahuan serta pemahaman mitra tutur. Tiap penutur memiliki interpretasi yang berbeda. Apabila penutur tidak mengetahui wujud naga, kemungkinan besar metafor *Sally is a dragon* tidak akan dapat dimengerti. Selain itu, teori perbandingan kerap kali tidak mengindahkan realitas. Meskipun tidak ada naga dalam realita, metafor *Sally is a dragon* masih diterima dan dianggap sebagai sebuah metafor. (Ortony, 1993: 83)

Secara menyeluruh, saya berpendapat bahwa dengan hanya berfokus pada perbandingan antara dua objek, data yang terkumpul untuk penelitian ini tidak akan mencukupi. Saya hanya dapat berkonsentrasi pada dua hal atau objek semata, sedangkan dalam kehidupan keseharian, tuturan yang dihasilkan tidak selalu berkonstruksi *S is P* seperti yang diformulasikan oleh Searle. Oleh karena alasan tersebut, saya memfokuskan penelitian ini pada teori metafor yang bersifat kognitif yang memiliki cakupan luas, bahkan untuk konstruksi kalimat atau tuturan sederhana sekalipun, seperti *Get up!* dapat dijumpai metafor di dalamnya. (Lakoff & Johnson, 2003:5)

Secara lebih spesifik, landasan teori yang saya manfaatkan dalam penelitian ini adalah teori *Cognitive Metaphor* (metafor kognitif) yang diungkapkan oleh George Lakoff dan Mark Johnson (2003). Mereka memaparkan jenis-jenis metafor kognitif, antara lain metafor ontologis, yang memiliki sub-konsep metafor entitas, metafor kontainer, personifikasi dan metonimi. Metafor ontologis pada intinya menganggap benda abstrak sebagai benda konkrit yang dapat dijadikan acuan, dihitung, ditempatkan dan sebagainya, seperti *It takes a lot of patience to deal with you*. Dalam contoh tersebut nomina abstrak *patience* diperlakukan layaknya nomina konkrit yang dapat dihitung, seperti terdapat dalam penggalan frasa nomina *a lot of patience*. (Lakoff & Johnson, 2003: 45)

Selain metafor ontologis, metafor jenis lain yang juga diterapkan dalam penelitian ini adalah *Orientational Metaphor* (metafor orientasional), yang bersumber dari pengalaman orientasi fisik manusia dalam kehidupan sehari-hari, seperti orientasi arah atas (*UP*) yang memiliki konotasi positif, karena arah tersebut sulit diraih oleh manusia. Sebaliknya, arah bawah (*DOWN*) memiliki konotasi negatif karena identik dengan kejatuhan, kegagalan dan sebagainya, sehingga menghasilkan kalimat *He's feeling down*, misalnya, yang mengandung makna negatif di dalamnya. (Lakoff & Johnson, 20003:58)

Guna memperdalam dan memaksimalkan analisis saya mengenai metafor, saya juga mengaplikasikan teori Rudi Keller (1998) mengenai metafor sebagai tanda bahasa. Penerapan teori metafor dari segi semiotis dipandang perlu untuk mengetahui asal mula munculnya sebuah metafor sebagai tanda bahasa. Pembentukan metafor tersebut melibatkan tiga tanda bahasa, yakni simptom sebagai tanda bahasa yang paling sederhana hingga berubah menjadi ikon, dan akhirnya diterima sebagai simbol saat dihadirkan dalam bentuk kata-kata dalam judul artikel.

Saya juga menyertakan penerapan teori metafor dalam tataran wacana, karena salah satu tujuan saya menganalisis metafor dalam tesis ini adalah mengkaji peranan isi artikel terhadap formulasi judul artikel yang mengandung metafor kognitif di dalamnya. Oleh karena alasan tersebut, saya mengkaji pula kata-kata, kalimat dan ujaran tertentu dalam isi artikel yang memberikan sumbangan terhadap pembentukan judul artikel yang mengandung metafor kognitif.

## **1.2 Hipotesis**

Berdasarkan latar pokok bahasan di atas, hipotesis yang melatar belakangi penelitian saya adalah sebagai berikut:

Proses metaforis muncul pada awalnya sebagai tanda bahasa yang membantu manusia untuk memahami sesuatu yang abstrak menjadi lebih konkrit, sehingga metafor bukan hanya membandingkan dua objek yang memiliki kemiripan, melainkan terkait dengan kognisi dalam bahasa.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah proses metaforis terjadi dalam judul artikel majalah gosip ditinjau dari segi metafor sebagai tanda bahasa?
2. Bagaimanakah tanda bahasa metaforis dalam judul artikel direpresentasikan dalam bentuk metafor kognitif?
3. Jenis metafor kognitif apakah yang terdapat dalam judul artikel?
4. Bagaimanakah peranan isi artikel terhadap pembentukan judul artikel?
5. Kata, kalimat atau ujaran apakah dalam isi artikel yang berperan penting dalam formulasi judul artikel yang mengandung metafor kognitif di dalamnya?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tesis ini bertujuan untuk mencari jawaban dari rumusan masalah antara lain:

1. Memaparkan proses munculnya metafor dalam judul artikel majalah gosip sebagai tanda bahasa.

2. Menjelaskan bagaimana tanda bahasa metaforis tersebut direpresentasikan secara metafor kognitif.
3. Memerikan jenis metafor kognitif yang terdapat dalam judul artikel.
4. Menjabarkan kaitan antara judul artikel yang mengandung metafor kognitif dan isi artikel
5. Memaparkan peranan kata, kalimat ataupun ujaran tertentu dalam formulasi judul artikel yang mengandung metafor kognitif.

### **1.5 Sumber Data**

Telaah mengenai metafor kognitif ini menggunakan sejumlah majalah gosip terbitan Amerika seperti *In Touch Weekly*, *New Weekly* dan *US Weekly* sebagai korpus data, karena judul artikel dalam majalah tersebut menggunakan bahasa keseharian yang mengandung metafor kognitif di dalamnya. Secara lebih spesifik, saya menyeleksi dua puluh judul artikel metaforis dari ketiga majalah tersebut edisi bulan Januari, September, Oktober dan November 2007.

Artikel-artikel yang dipakai sebagai korpus data tersebut dipilih secara acak dengan mencari judul artikel yang mengandung metafor kognitif di dalamnya. Judul-judul yang telah dipilih tersebut kemudian dikaitkan dengan isi artikel untuk mengetahui latar belakang diformulasikannya judul artikel yang mengandung metafor kognitif di dalamnya.

## **1.6. Cakupan Penelitian**

Kajian mengenai metafor kognitif difokuskan pada metafor yang terdapat dalam artikel majalah gosip *In Touch Weekly*, *New Weekly* dan *US Weekly*. Penelitian ini mencakup bidang semiotik, karena di dalamnya mengkaji munculnya sebuah metafor sebagai sebuah tanda. Penelitian ini juga merupakan penelitian semantis, karena menganalisis metafor dengan pendekatan semantik kognitif. Pengkajian metafor dalam tesis ini juga mencakup tataran wacana karena di dalamnya mengkaji peranan isi artikel sehubungan pembentukan suatu judul artikel.

## **1.7 Kemaknawian Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan untuk memperlihatkan bahwa metafor tidak semata-mata merupakan bahasa kiasan yang jarang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, namun dapat dijumpai dalam bahasa sehari-hari, sehingga dapat menggugah para peneliti untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai hal ini. Di samping itu, penelitian ini memberi sumbangan kepada penelitian metafor dengan pendekatan kognitif, khususnya yang diterapkan dalam judul artikel majalah gosip.

## **1.8 Sistematika Penyajian**

Tesis ini terdiri dari lima bab. Bab 1 memuat latar pokok bahasan, hipotesis, rumusan masalah, tujuan penelitian, sumber data, cakupan penelitian dan kemaknawian penelitian serta sistematika penyajian. Bab 2 merupakan paparan tinjauan pustaka yang berisi pemaparan sejumlah kajian metafor, sejarah metafor, peranan metafor dalam berbagai tataran linguistik dan sejumlah kritik terhadap kajian metafor serta penelitian

terdahulu yang pernah dilakukan tentang metafor. Bab 3 merupakan kerangka teori yang melandasi dan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dalam tesis ini.

Bab 4 berisi analisis data. Pada tahap pertama, saya menganalisis proses terjadinya metafor sebagai tanda bahasa dalam judul artikel, kemudian mengaitkannya dengan teori metafor kognitif dan selanjutnya mengidentifikasi jenis metafor kognitif yang terdapat dalam judul artikel tersebut. Pada tahap berikutnya, saya mengaitkan judul artikel tersebut dengan isi artikel serta mencari kata-kata, kalimat ataupun ujaran yang berperan utama dalam memformulasikan judul artikel yang mengandung metafor kognitif. Sebagai penutup, Bab 5 memuat kesimpulan hasil analisis dan temuan yang diperoleh setelah menganalisis metafor kognitif yang terdapat dalam judul artikel dan peranan isi artikel dalam pembentukannya.