

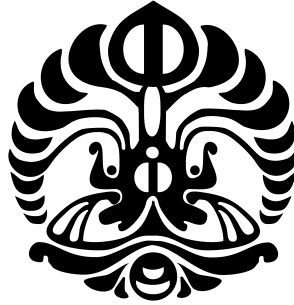
UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS SEMANTIS METAFORA DALAM ARTIKEL
EKONOMI MAJALAH *DER SPIEGEL***

SKRIPSI

**SRI ASTUTI
0806356603**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA
PROGRAM STUDI JERMAN
DEPOK
JUNI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS SEMANTIS METAFORA DALAM ARTIKEL
EKONOMI MAJALAH *DER SPIEGEL***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Humaniora**

**SRI ASTUTI
0806356603**

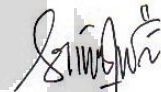
**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA
PROGRAM STUDI JERMAN
DEPOK
JUNI 2012**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa miniskripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Jakarta, 18 Juni 2012



Sri Astuti.

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama: Sri Astuti

NPM: 0806356603

Tanda tangan: 

Tanggal: 18 Juni 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :
nama : Sri Astuti
NPM : 0806356603
Program Studi : Jerman
Judul : Analisis Semantis Metafora dalam Artikel Ekonomi
Majalah *Der Spiegel*

ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Program Studi Jerman, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. phil. Setiawati Darmojuwono, M.A.

Penguji : M. Sally H. L. Pattinasarany, M.A.

Penguji : Raden Muhammad Arie A. A., M.A.

(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 18 Juni 2012

oleh

Dekan
Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya
Universitas Indonesia



Dr. Bambang Wibawarta

NIP. 19651023 199003 1 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Humaniora Jurusan Sastra Jerman pada Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) H. Sukarta dan Hj. Almi, selaku orang tua saya yang telah memberikan semangat, dukungan, dan doa tanpa henti, cinta, kasih-sayang, dan pengertian kepada saya dalam rangka menyusun skripsi ini.
- (2) Dr. phil. Setiawati Darmodjuwono, M.A., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini di tengah-tengah kesibukan beliau membimbing S2 dan S3, serta telah meminjamkan buku-buku untuk teori dalam skripsi saya ini.
- (3) M. Sally H. L. Pattinasarany, M.A., selaku koordinator jurusan Sastra Jerman sekaligus pembimbing akademis saya selama saya menjadi mahasiswa Sastra Jerman FIB UI yang bersedia menjadi pembaca skripsi saya dan sabar dalam memberikan masukan untuk skripsi saya.
- (4) Muhammad Arie Andiko Ajie, M.A., selaku pembaca skripsi saya yang telah menyemangati dan memberi banyak masukan untuk kesempurnaan skripsi saya.
- (5) Dosen-dosen Sastra Jerman FIB UI.
- (6) Adik-adik saya tercinta, Noto dan Dede, serta kakak dan kakak ipar tercinta: H. Sudi dan Hj. Dian beserta Nabil. Terima kasih karena kalian telah mewarnai hari-hari saya dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.
- (7) Keluarga besar H. Bukari Rano (alm): Ibu Hj. Hemi, Mbak Yanti, Mas Muja, Titi Junaeni, Naila, atas dukungan, semangat, dan doa untuk kelancaran saya dalam menyusun skripsi ini.

- (8) Sahabat-sahabat kost ‘Cumlaude’: Monica, Riana, Herlia, Citra, dan Widya. Bersama kalian, air mata sedih berubah menjadi air mata haru dan bahagia. Sahabat-sahabat yang selalu mengingatkan dalam kebaikan.
- (9) Sahabat-sahabat selama 4 tahun di FIB UI: Anita Nisa’i, Muniefatul, Elistya. Senang sama-sama, susah pun tetap bersama. *You all are the good listeners. Liebe euch!*
- (10) Teman-teman seperjuangan yang tak henti saling menyemangati, mendukung, dan mendoakan yang terbaik untuk semuanya: Suhita, Ira Indah, Dearesti, Desyana, Veronica, Nazila, Jumiaturun (Ami), Puti, Ratu, Shadika, Sekar, Tari, Gareth, Tiya, Dira, dan Kak Meta.
- (11) Teman-teman 2008 yang sudah lulus lebih dulu yang selalu menyemangati, khususnya Yanda, Antye, Nathania V., Tara, Is Han, Ferika, Melvy, Resa dll.
- (12) Anak-anak Sastra Jerman angkatan 2008 dan junior-junior tersayang.
- (13) Mahasiswa Keluarga Cirebon (Makabon), khususnya angkatan 2008, Owi, Iyan, Gita, Lukman, Mas Shoim, Kak Maman, Kak Resky, Mbak Ade, dll.
- (14) Anak-anak 2008 Smansa Cirebon, khususnya Nia Sri, Iqbal Fauzi, Fery, dll.
- (15) Kuniah, S. Pd, sepupu yang paling dekat dengan saya sekaligus guru terbaik saya.
- (16) Emilia Maglione, selaku pengajar kelas bahasa Italia yang berhasil membuat ulasan senyum di tengah-tengah tekanan dalam penyusunan skripsi ini.
- (17) Petugas Perpustakaan Goethe
- (18) Akim Enomoto, selaku teman *foreigner* saya yang selalu mau direpotkan dengan pertanyaan-pertanyaan saya terkait korpus data skripsi saya.
- (19) Teman-teman di 536 Bike Community, *you guys always made my weekend!*
- (20) Terakhir, yang paling istimewa dan segalanya untuk hidup saya: Bana, *my beloved husband*. Terima kasih atas doa, cinta, kasih sayang, pengertian, kesabaran, dukungan, dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. *Iyyaka mawaddati yaa habibii... du bist mein alles auf der Welt, Schatz!*

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Astuti
NPM : 0806356603
Program Studi : Jerman
Departemen : Linguistik
Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:


Analisis Semantis Metafora dalam Artikel Ekonomi Majalah *Der Spiegel*

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada tanggal : 18 Juni 2012

Yang menyatakan:


(Sri Astuti)

ABSTRAK

Sri Astuti. 2012., **Analisis Semantis Metafora dalam Artikel Ekonomi Majalah *Der Spiegel***. Program Studi Jerman, Universitas Indonesia. Pembimbing: Dr. phil. Setiawati Darmojuwono, M.A.

Penelitian ini membahas jenis-jenis metafora yang lazim digunakan untuk berita ekonomi dalam artikel ekonomi dalam majalah *Der Spiegel* dengan rentang waktu 2011-2012. Tujuan penelitian ini untuk menunjukkan jenis-jenis metafora menurut konsep Johnson dan Lakoff, jenis-jenis metafora dilihat dari aspek produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz, serta ranah sumbernya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis metafora yang lazim digunakan dalam artikel ekonomi adalah jenis metafora struktural, sedangkan jika dilihat dari aspek produktivitas dan kestabilan metafora, adalah metafora leksikal. Ranah sumber yang umum dipakai adalah ranah sumber peperangan.

Kata kunci: Metafora, Ranah Sasaran, Ranah Sumber.

ABSTRACT

Sri Astuti. 2012., **The Semantic Analysis of Metaphor in the Article of Economy in the *Der Spiegel* Magazine.** German Department, University of Indonesia. Supervisor: Dr. phil. Setiawati Darmojuwono, M.A.

This essay discusses metaphor that are commonly used in the article of economy of *Der Spiegel* magazine between 2011-2012. The aim of this research is to show the varieties of metaphors in economy article according to the metaphor's concept of Johnson and Lakoff and from the aspect of its productivity and stability according to Kurz, and also the domain source of those metaphors. This research is qualitative and library research. The result of the research shows that metaphor that is commonly used in the article of economy is the structural metaphor; while according to productivity and stability is the lexical metaphor. The source domain that is commonly used is the war domain.

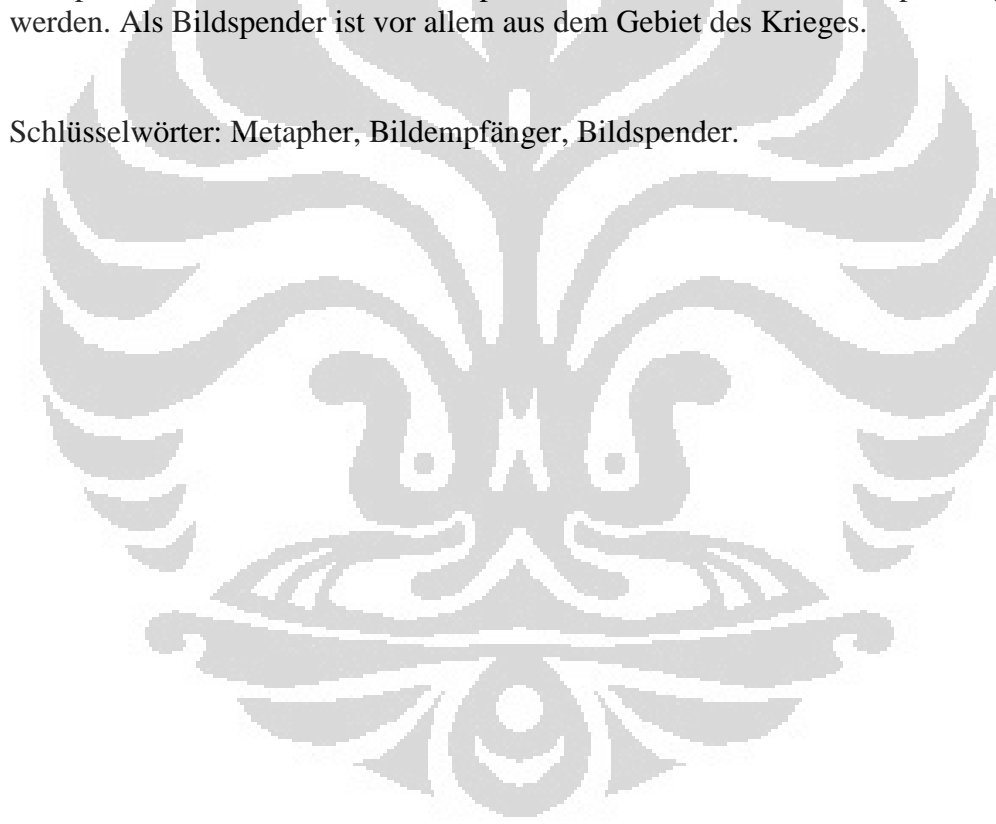
Key words: Metaphor, Source Target, Source Domain.

ABSTRAKT

Sri Astuti. 2012., **Metaphorische Analyse der wirtschaftlichen Artikel in der Zeitschrift *Der Spiegel***. Deutsche Sprach- und Literaturwissenschaft der Kulturwissenschaftlichen Fakultät, Universitas Indonesia. Betreuerin: Dr. Phil. Setiawati Darmojuwono, M.A.

Die Forschung beschäftigt sich mit der Analyse der Metapher in der wirtschaftlichen Artikel der Zeitschrift *Der Spiegel* im Zeitraum von 2011 bis 2012. Als theoretische Grundlagen wurden die Theorien der Metapher von Johnson und Lakoff, und Kurz verwendet. Die Forschung war eine qualitative Forschung. Die Ergebnisse der Forschung zeigen uns, dass nach der semantischen Form in erster Linie strukturelle Metapher und die meistens Metaphern sind lexikalisierte Metaphern gefunden werden. Als Bildspender ist vor allem aus dem Gebiet des Krieges.

Schlüsselwörter: Metapher, Bildempfänger, Bildspender.



DAFTAR ISI

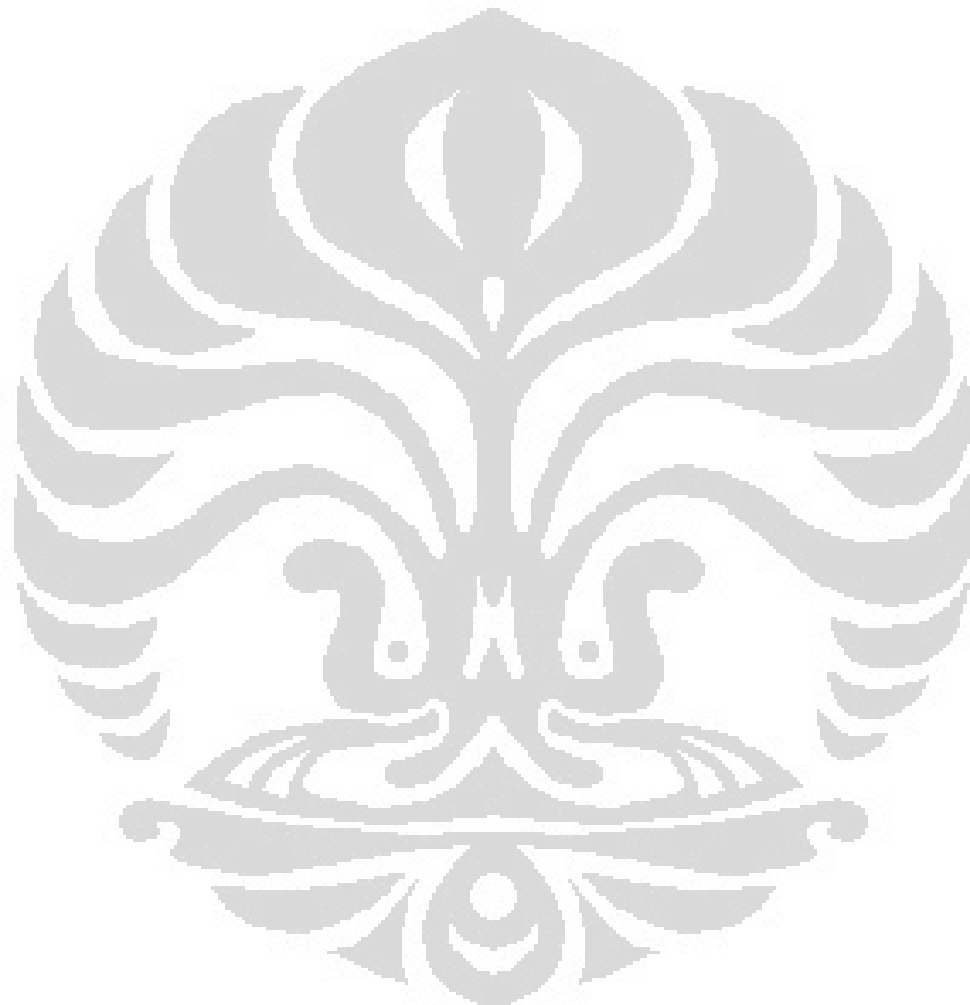
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
ABSTRAKT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penulisan	4
1.4 Sumber Data	4
1.5 Cakupan Penelitian	5
1.6 Metode Penelitian	5
1.7 Prosedur Kerja	6
BAB II KERANGKA TEORI	7
2.1. Ciri-ciri Ragam Bahasa Jurnalistik	7
2.2. Metafora dan Idiom	8
2.3. Pengertian Metafora	10
2.4. Jenis-jenis Metafora Berdasarkan Bentuk dan Isinya	11
2.4.1. Metafora Struktural	13
2.4.2. Metafora Orientasional	13
2.4.3. Metafora Ontologis	14
2.5. Jenis-jenis Metafora Berdasarkan Produktivitas dan Kestabilan Metafora .	15
2.5.1. Metafora Kreatif	15
2.5.2. Metafora Konvensional	15
2.5.3. Metafora Leksikal	15
2.6. Analisis Metafora	16
BAB III ANALISIS DATA	18
3.1. Artikel I “Die Überflieger”	18
3.2. Artikel II “Windige Spekulation”	24
3.3. Artikel III “Schwellen Angst”	27
3.4. Artikel IV “Arabische Nächte billig wie selten”	28
3.5. Artikel V “Duell der Boykotteure”	31
3.6. Artikel VI “Wir sitzen so oder so in der Falle”	33
3.7. Artikel VII “Auf schmalem Grat”	35

3.8.	Artikel VIII “Marios Mobile”	38
3.9.	Artikel IX “Kassensturz auf Schwäbisch”	39

BAB IV KESIMPULAN	43
--------------------------------	-----------

DAFTAR PUSTAKA	48
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya atau khususnya gaya bahasa dikenal dalam retorika dengan istilah *style*. Kata *style* diturunkan dari kata Latin *stilus*, yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Keahlian menggunakan alat ini akan mempengaruhi jelas atau tidaknya tulisan pada lempengan lilin tersebut. Seiring perjalanan waktu akan perkembangan keindahan tulisan itu, *style* pun berubah menjadi kemampuan dan keahlian untuk menulis atau menggunakan kata-kata yang indah (Keraf, 1984: 112).

Karena perkembangan itu, *style* atau gaya bahasa menjadi masalah atau bagian dari pilihan kata yang menentukan tepat atau tidaknya pemakaian kata itu untuk situasi tertentu. Oleh karena itu, persoalan gaya bahasa sudah mencakup semua tataran kebahasaan seperti pilihan kata secara individual, frasa, klausa, dan kalimat, bahkan meliputi pula sebuah wacana secara keseluruhan. Atas hal tersebut, maka tidak aneh jika sering kali kita temui bahwa nada yang tersirat dari sebuah wacana, yang dipersoalkan adalah gaya bahasanya. Menurut Keraf:

“Jangkauan gaya bahasa sebenarnya sangat luas, tidak hanya mencakup unsur-unsur kalimat yang mengandung corak-corak tertentu, seperti yang umum terdapat dalam retorika-retorika klasik” (Keraf, 1984: 112).

Dengan adanya keberadaan gaya bahasa yang ternyata menjadi persoalan juga dalam sebuah wacana, peran gaya bahasa dalam dunia jurnalistik juga patut diperhatikan. Wacana yang baik tentu akan membantu kita memahami isi teks dengan mudah, serta membuat bahan bacaan menjadi mengalir ketika dibaca. Keadaan ini dipengaruhi oleh pemilihan kata yang tepat untuk menggambarkan peristiwa yang sedang terjadi. Bahkan, menurut Moeliono:

“Kehadiran sebuah majas dalam sebuah tulisan dapat mengimbau pembaca dengan mudah karena melalui majas, makna kata lebih konkret daripada yang harfiah atau denotasi kata” (Moeliono, 1989: 175).

Menurut saya, dalam media cetak, keberadaan gaya bahasa harus diperhatikan juga karena kata-kata yang dipilih untuk menjelaskan sesuatu harus tepat sasaran. Dengan menggunakan gaya bahasa yang tepat, akan terlahir juga hasil bacaan yang baik. Dengan begitu, citra ragam bahasa jurnalistik yang biasanya terkesan serius akan lebih melunak jika dipadukan dengan kehadiran gaya bahasa. Seperti yang dikatakan oleh Santana:

"Bahasa koran, dari sejak awal abad ke-20, berupaya terus mengkodifikasikan segala kejadian yang telah dapat ditentukan, diungkapkan secara obyektif, diukur, dan diberi nama. Tak henti membuat metafor berbagai peristiwa seperti kejadian kebakaran, tabrakan, kerusuhan, dan pernyataan tokoh-tokoh publik." (Santana, 2005: 153).

Dari sekian banyak gaya bahasa yang ada, saya tertarik untuk membahas metafora dalam laras jurnalistik pada bidang ekonomi. Dalam bahasa Jerman, ekonomi disebut *Wirtschaft*. Metafora erat kaitannya dengan ungkapan-ungkapan kita sehari-hari. Moeliono berpendapat bahwa, "Jika metafora masuk ke dalam sebuah karangan, alurnya akan menjadi lebih hidup." (Moeliono, 1989: 175).

Sebagian orang berpendapat bahwa metafora hanya ada di dalam puisi-puisi. Bahkan, pada masa kini, Chesterton lebih jauh mengemukakan bahwa, "Semua metafora adalah puisi." (Ullmann (diadaptasi oleh Sumarsono), 2007: 265). Dengan adanya citra yang terlahir begitu di tengah masyarakat, saya ingin menunjukkan bahwa gaya bahasa, khususnya gaya bahasa kiasan, yakni metafora, juga kerap hadir dalam ranah jurnalistik untuk menciptakan sebuah tulisan yang mudah dipahami melalui sebuah perbandingan.

Metafora merupakan bagian dari gaya bahasa kiasan. Gaya bahasa kiasan itu sendiri meliputi *persamaan atau simile, metafora, alegori, parabel, dan fabel, personifikasi, alusi, eponim, epitet, sinekdok, metonimia, antonomasia, hipalase, ironi, sinisme, dan sarkasme, satire, inuendo, antifrasis, pun atau paranomasia* (Keraf, 1984: 140-145). Dari sekian banyak gaya bahasa kiasan tersebut, saya membahas lebih spesifik metafora yang termasuk dalam majas perbandingan.

Majas perbandingan terbagi menjadi *perumpamaan, kiasan* atau *metafor*, dan *penginsanan*. Metafora mempunyai dua pengertian, yakni metafora dalam arti sempit (*narrow sense*) dan dalam arti luas (*broad sense*). Metafora dalam arti sempit didefinisikan sebagai suatu bentuk gaya bahasa kias atau majas yang

implisit, tanpa menggunakan kata *seperti, bagaikan, ibarat, umpama, bak, dan laksana*. Contohnya: sumber ilmu, buah hati, ibu pertiwi (Moeliono, 1989: 175). Metafora dalam arti luas (*broad sense*) merupakan segala jenis perluasan semantis bentuk kias, seperti alegori, sinekdok, metonimi, simile, dan personifikasi (Nöth, 1995: 128).

Menurut Lakoff dan Johnson, untuk sebagian orang, metafora adalah alat imajinasi puitis dan tulisan kiasan retorik yang dianggap lebih istimewa. Padahal, metafora itu sendiri dapat ditemukan dengan mudah dalam kehidupan kita sehari-hari, tidak hanya dalam berbahasa, namun juga dalam berpikir dan bertindak (Lakoff & Johnson, 1980: 3).

Cara kita berpikir dan bertindak pada dasarnya bersifat metaforis. Dalam kehidupan kita sehari-hari, secara sadar atau tidak, melalui cara berpikir dan bertindak kita, sudah dipengaruhi oleh metafora secara alamiah. Hal ini diungkapkan oleh Johnson dan Lakoff:

Our ordinary conceptual system, in terms of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature. (Johnson & Lakoff, 1980: 3)

Begitu juga dengan teks-teks lain, pun dalam dunia media cetak, menurut saya, metafora pun akan kerap hadir dan menghidupkan isi wacana, apa pun yang sedang dibicarakan. Menurut Aristoteles:

“Hal terbesar selama ini adalah menguasai metafora. Metafora sendiri tidak dapat dipisahkan oleh yang lain; ia merupakan tanda kejeniusan.” (Ullmann (diadaptasi oleh Sumarsono), 2007: 265).

Atas pernyataan Aristoteles itu, maka tidak aneh jika metafora sudah menembus pada kehidupan kita sehari-hari. Dari kesekian banyak metafora dalam kehidupan kita sehari-hari itu, ada metafora yang sudah menempel pada kosakata keseharian sehingga disebut sebagai metafora yang mati atau *dead metaphor* (Knowles & Moon, 2006: 6).

Berbicara mengenai konsep metafora untuk penelitian ini, saya menggunakan konsep metafora menurut Johnson dan Lakoff dalam buku “*Metaphors We Live By*” (1980). Johnson dan Lakoff membagi jenis metafora

menjadi tiga berdasarkan bentuk dan isinya, yaitu metafora struktural, metafora orientasional, dan metafora ontologis. Data dalam penelitian ini juga akan diklasifikasikan berdasarkan teori tersebut.

Dalam penelitian ini, saya menggunakan korpus data dari majalah mingguan Jerman *Der Spiegel* dalam rentang waktu 2011-2012 pada kolom *Wirtschaft*. Pilihan-pilihan edisinya yaitu edisi I tahun 2011, edisi II, III, dan IV tahun 2012.

1.2 Perumusan Masalah

Penelitian ini memusatkan perhatian pada jenis dan bentuk metafora dalam laras jurnalistik bidang ekonomi yang permasalahannya dapat dirinci sebagai berikut.

1. Apa saja jenis-jenis metafora yang muncul dalam artikel ekonomi dalam majalah *Der Spiegel* menurut konsep metafora Johnson dan Lakoff?
2. Bagaimanakah jenis metafora dalam majalah *Der Spiegel* dilihat dari aspek produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz?
3. Berasal dari manakah ranah sumber metafora yang banyak digunakan pada artikel ekonomi dalam majalah *Der Spiegel*?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan jenis-jenis metafora menurut konsep metafora Lakoff dan Johnson yang terdapat dalam majalah *Der Spiegel*.
2. Mendeskripsikan jenis-jenis metafora dalam artikel ekonomi pada majalah *Der Spiegel* dilihat dari aspek produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz.
3. Mendeskripsikan ranah sumber metafora yang paling sering muncul dalam artikel ekonomi pada majalah *Der Spiegel*.

1.4 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah artikel-artikel ekonomi yang terdapat dalam kolom *Wirtschaft* dalam majalah mingguan Jerman, *Der*

Spiegel. Saya mengambil empat edisi awal antara tahun 2011-2012, yaitu edisi I yang terbit tanggal 3 Januari 2011, edisi II pada tanggal 9 Januari 2012, edisi III pada tanggal 16 Januari 2012, dan edisi IV pada tanggal 23 Januari 2012.

Jumlah korpus data untuk penelitian saya adalah 42 artikel ekonomi. Artikel-artikel ini diklasifikasikan berdasarkan kriteria subpokok bahasan, seperti *Luftfahrt*, *Energie*, *Schuldenkrise*, *Handel*, *Informationenschutz*, dan *Manager*. Dari keempatpuluhdua artikel tersebut, saya pilah-pilah lagi berdasarkan kriteria kekerapan kemunculan metafora dalam korpus data saya. Dari subpokok bahasan *Luftfahrt*, saya mengambil dua artikel, dari subpokok *Energie*, saya mengambil dua artikel, dari subpokok *Schuldenkrise*, saya mengambil dua artikel, dari subpokok *Handel*, *Informationenschutz*, dan *Manager*, saya mengambil masing-masing satu artikel. Jadi, total keseluruhan data saya berjumlah sembilan artikel.

1.5 Cakupan Penelitian

Objek yang diteliti dalam data saya adalah metafora laras jurnalistik bidang ekonomi pada majalah *Der Spiegel* edisi I tahun 2011, edisi II, III, dan IV tahun 2012. Penelitian ini dilakukan dari aspek semantis karena tinjauan dari aspek semantis dapat membantu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah disebutkan dalam butir 1.2. Perumusan masalah.

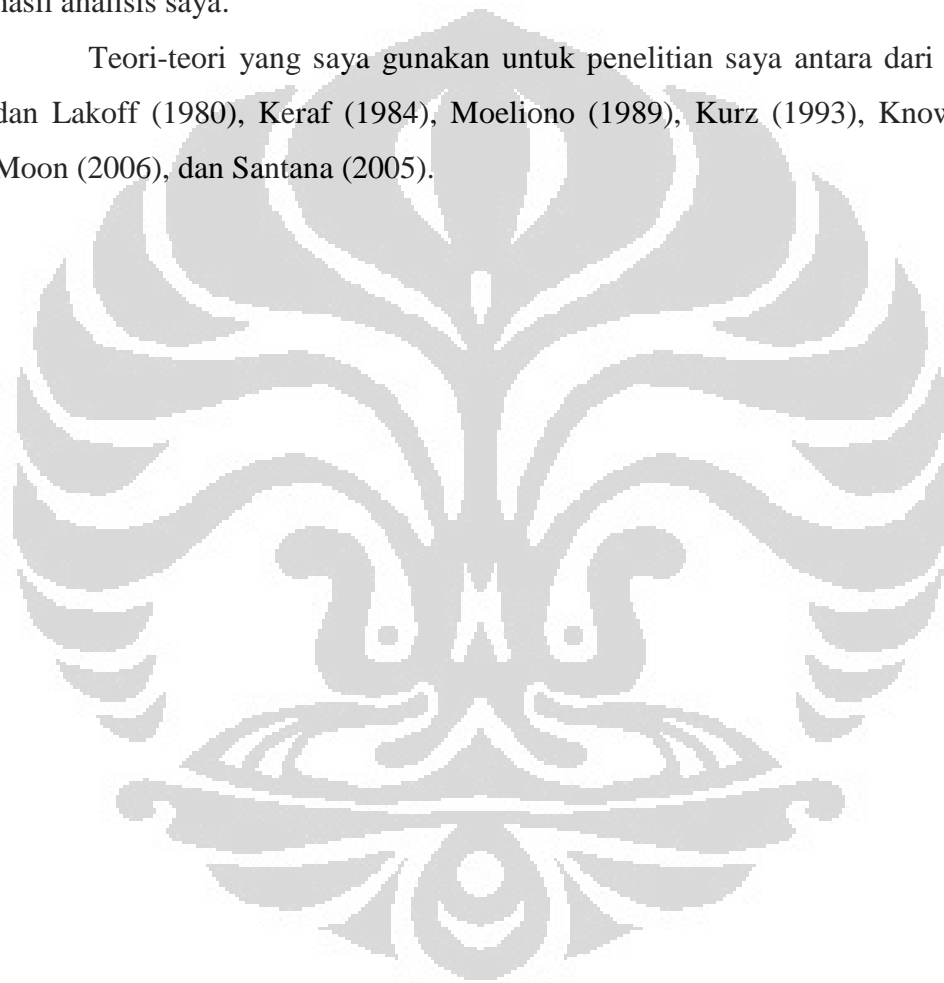
1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang saya gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik studi kepustakaan. Metode kualitatif saya gunakan untuk menganalisis bentuk dan jenis metafora yang terdapat di dalam artikel-artikel ekonomi, serta mencari tahu ranah sumber yang menjadi dasar metafora. Saya juga menggunakan metode deskriptif untuk menjelaskan pengertian dan jenis-jenis metafora sesuai dengan landasan teori yang saya gunakan dalam penelitian ini, terutama Johnson dan Lakoff (1980), Keraf (1984), Moeliono (1989), Kurz (1993), Knowles dan Moon (2006), dan Santana (2005).

1.7 **Prosedur Kerja**

Dalam penelitian ini, prosedur kerja yang saya lakukan sebagai berikut. Setelah memantapkan diri dengan memilih topik skripsi ini, saya mendalami teori-teori yang terkait dengan topik penelitian saya, kemudian saya mencari bahan-bahan yang terkait dengan topik skripsi saya ini. Lalu, saya mengumpulkan korpus data, mengklasifikasikan data berdasarkan teori yang saya gunakan, menganalisis data, kemudian menyimpulkan hasil penelitian saya berdasarkan hasil analisis saya.

Teori-teori yang saya gunakan untuk penelitian saya antara dari Johnson dan Lakoff (1980), Keraf (1984), Moeliono (1989), Kurz (1993), Knowles dan Moon (2006), dan Santana (2005).



BAB 2

KERANGKA TEORI

Dalam bab 2 ini, saya akan memaparkan teori-teori yang digunakan untuk menganalisis metafora dalam artikel ekonomi kolom *Wirtschaft* dari majalah mingguan *Der Spiegel* untuk rentang waktu antara tahun 2011-2012. Keempat edisi majalah tersebut antara lain edisi I tahun 2011, edisi II, III, dan IV tahun 2012. Teori-teori yang saya gunakan antara lain Johnson dan Lakoff (1980), Keraf (1984), Moeliono (1989), Kurz (1993), Knowles dan Moon (2006), dan Santana (2005).

2.1 Ciri-ciri Ragam Bahasa Jurnalistik

Menurut Wilmanns (Wilmanns & Schmitt, 2002: 2), *eine Fachsprache entsteht aus der Notwendigkeit, Gegenstand und Verfahrensweise einer bestimmten Disziplin klar und eindeutig zu erfassen*. Bahasa ilmiah itu muncul karena kepentingan untuk mengupas objek penelitian disiplin ilmu tertentu dengan jelas dan gamblang.

Ragam bahasa ilmiah berbeda dengan ragam bahasa jurnalistik. Ragam bahasa jurnalistik kadang membutuhkan gaya bahasa untuk memberikan pesan dan kesan tertentu. Upaya membuat jernih susunan kalimat itu bertujuan untuk membuat pesan yang ada di dalam berita mudah ditangkap, dimengerti, dan dipahami oleh pembaca (Dewabrata, 2004: 50).

Ragam bahasa jurnalistik yang digunakan oleh para wartawan sebenarnya berwujud seperti ragam bahasa lainnya, yaitu mengikuti aturan bahasa yang baku. Namun, ada ciri-ciri khas penulisan jurnalistik. Sifat tulisan jurnalistik sebagai media massa bersifat sederhana, jelas, dan langsung. Dengan demikian, bahasa jurnalistik itu harus ringkas, mudah dipahami, dan langsung menerangkan apa yang dimaksudkan (Kusumaningrat 2005: 164).

Dari buku "Kalimat Jurnalistik" (2004), ciri-ciri bahasa ragam jurnalistik antara lain dapat disampaikan dengan kalimat-kalimat yang mengalir lancar dari awal sampai akhir, menggunakan kata-kata populer (populis) yang akrab di masyarakat, susunan kalimatnya baik, dan menggunakan kata-kata yang tepat

untuk menggambarkan suasana atau isi pesan (contohnya adalah penggunaan gaya bahasa) (Dewabrata, 2004: 23).

2.2 Metafora dan Idiom

Idiom adalah ungkapan bahasa berupa gabungan kata yang maknanya sudah menyatu dan unsur-unsurnya tidak dapat dipisahkan ketika ditafsirkan. Untuk beberapa idiom yang diketahui maknanya dengan cara mencari arti dari elemen-elemen per katanya saja, tidak dapat membantu menginterpretasikan makna idiom yang dimaksud. Hal ini disebabkan oleh makna harfiah tidak ada kaitannya sama sekali dengan makna idiom. Idiom merupakan metafora yang membantu di mana rasa metaforanya sudah tidak ditampakkan lagi (Cruse, 2006: 83).

Sebagian idiom bersifat transparan dan sebagian lagi bersifat legap. Istilah 'legap' dalam KBBI adalah suram, tidak bercahaya, memberi kesan tidak rata, dan tidak tembus pandang (KBBI, 2008: 803). Idiom yang transparan adalah idiom yang maknanya dapat kita tangkap dengan mudah karena maksudnya dapat dimengerti dengan jelas dari metafora yang terkandung di dalamnya. Idiom yang bersifat legap adalah idiom yang keasliannya tidak jelas dan maknanya pun tidak mudah diterka dari kata-kata yang digunakannya (Knowles & Moon, 2006: 20).

Contoh idiom dalam bahasa Inggris adalah *kick the bucket* dan *rain cats and dogs* (Knowles & Moon, 2006: 20). Contoh idiom dalam bahasa Indonesia antara lain *membanting tulang* dan *bertekuk lutut*. Dalam bahasa Jerman, contoh idiom yaitu *vor den Kopf stoßen*.

Dalam konteks normal, makna idiom dapat dicari dengan mudah tanpa harus memikirkan kiasan yang terkandung di dalamnya. Idiom yang seperti ini disebut sebagai idiom transparan. Berikut adalah contoh idiom transparan.

The monthly payments cost an arm and a leg

Idiom *cost an arm and a leg* bermakna berharga tinggi. Idiom ini merupakan salah satu contoh idiom yang mudah dicari maknanya karena dapat diinterpretasi dari kata-kata yang digunakan. *An arm dan a leg* merupakan bagian

anggota tubuh kita dan anggota tubuh kita itu sangat berharga. Makna idiom ini mengacu pada fakta bahwa bagian anggota tubuh tidak dapat disetarakan dengan besarnya uang. Jadi, makna dari idiom *cost an arm and a leg* adalah berharga tinggi. *The monthly payments cost an arm and a leg* adalah pembayaran tagihan bulanan ini tinggi (Knowles & Moon, 2006: 20).

Di bawah ini adalah contoh idiom legap atau yang tidak mudah ditelaah maknanya hanya dengan cara menganalisis kata-kata yang dipilih (Knowles & Moon, 2006: 20).

Kick the bucket

Rain cats and dogs

Kick the bucket mempunyai makna kematian. Logikanya, merunut dari arti kata yang dipakai didapatkan makna harfiahnya yaitu menendang timba. Namun, makna yang dimaksud dari idiom tersebut bukanlah itu. Hal ini menguatkan pendapat Moeliono yang berbunyi:

“Tidak ada alasan logis mengapa idiom bentuknya harus demikian.” (Moeliono, 1989: 177)

Contoh kedua yaitu *rain cats and dogs*. Makna yang sebenarnya yaitu hujan lebat. Namun, bagaimana bisa hujan lebat diibaratkan dengan keberadaan kucing dan anjing. Idiom legap ini tidak dapat dicari maknanya hanya dengan melihat kata-kata yang dipakainya saja. Kita perlu mengetahui arti yang sebenarnya yang telah beredar dalam masyarakat (Knowles & Moon, 2006: 21).

Kata-kata yang dipakai untuk idiom itu biasanya tetap dan membatu. Idiom *rain cats and dogs* misalnya. Jika ada idiom lain yang serupa, contohnya *rain budgies and canaries*, lalu kita mencari makna idiom tersebut, maka kemungkinannya adalah kita mengartikan idiom tersebut secara harfiah dan berasumsi bahwa itu hanya untuk humor saja, atau jika mungkin, idiom tersebut baru saja dibakukan menjadi idiom baru yang resmi (Knowles & Moon, 2006: 21).

Hal yang perlu diingat dalam memaknai idiom adalah tidak semua idiom dapat dicari maknanya hanya dengan melihat kata-kata yang dipakai, namun harus

memperhatikan juga arti dari idiom tersebut yang telah dikenal oleh masyarakat. Jika tetap memaksakan diri untuk mengartikannya secara harfiah, yang mungkin terjadi adalah maknanya tidak tepat.

Berdasarkan teori-teori yang saya gunakan, idiom merupakan metafora yang sudah tidak terasa sebagai metafora lagi (metafora yang membeku/*frozen metaphor*). Oleh sebab itu, saya mengelompokkan idiom sebagai *dead metaphor* (metafora yang mati) karena sinonim dari *frozen metaphor* adalah *dead metaphor*. Menurut Knowles dan Moon (2006: 6), *dead metaphor* termasuk dalam jenis metafora leksikal.

2.3 Pengertian Metafora

Untuk menghidupkan sebuah karangan kita dapat menggunakan majas. Majas mampu mengimbuai indera pembaca karena lebih konkret daripada ungkapan harfiah atau denotasi kata. Majas menurut Moeliono dibagi menjadi tiga bagian, yaitu majas perbandingan, majas pertentangan, dan majas pertautan (Moeliono, 1989: 175).

Majas perbandingan terbagi menjadi *perumpamaan*, *kiasan* atau *metafor*, dan *penginsanan*. Metafora mempunyai dua pengertian, yakni metafora dalam arti sempit (*narrow sense*) dan dalam arti luas (*broad sense*). Metafora dalam arti sempit didefinisikan sebagai suatu bentuk gaya bahasa kias atau majas yang implisit, tanpa menggunakan kata *seperti*, *bagaikan*, *ibarat*, *umpama*, *bak*, dan *laksana*. Contohnya: sumber ilmu, buah hati, ibu pertiwi (Moeliono, 1989: 175). Metafora dalam arti luas (*broad sense*) merupakan segala jenis perluasan semantis bentuk kias, seperti alegori, sinekdok, metonimi, simile, dan personifikasi (Nöth, 1995: 128).

Menurut Gorys Keraf dalam bukunya yang berjudul “Diksi dan Gaya Bahasa” (1984), metafora adalah semacam analogi yang membandingkan dua hal secara langsung, tetapi dalam bentuk yang singkat, seperti *bunga bangsa*, *buaya darat*, *buah hati*, dan *cinder mata*. Metafora sebagai perbandingan langsung tidak menggunakan kata *seperti*, *bagaikan*, *bak*, dan *bagai* (Keraf, 1984: 139).

Pengertian metafora menurut Knowles dan Moon adalah penggunaan bahasa yang merujuk pada sesuatu lebih dari arti harfiah agar dapat terbentuk

suatu hubungan antara dua hal yang mempunyai kemiripan (Knowles & Moon, 2006: 3).

Selanjutnya menurut Knowles dan Moon, fungsi metafora dalam sebuah penulisan adalah sebagai alat untuk mengkomunikasikan emosi, evaluasi, dan penjelasan. Dengan adanya metafora, diharapkan tujuan mencari kata yang tepat untuk menggambarkan sesuatu lebih mendalam lagi dapat berhasil (Knowles & Moon, 2006: 4).

Metafora seharusnya sudah bukan hal baru lagi dalam kehidupan kita karena pada dasarnya selain berbahasa, cara bertindak dan berpikir kita sudah dipengaruhi oleh metafora secara alamiah (Johnson & Lakoff, 1980:3).

Hal ini diungkapkan oleh Johnson dan Lakoff selanjutnya melalui contoh kalimat *ARGUMENT IS WAR*. Menurut mereka, kalimat tersebut masuk ke dalam kehidupan kita melalui ekspresi-ekspresi yang diungkapkan sehari-hari. Dalam beradu argumen, katakanlah ada dua orang, tentu dari dua orang tersebut ada yang menang dan kalah. Hal ini diibaratkan sebuah perang, ada kubu yang menang dan kalah. Dalam sebuah perang pun dibutuhkan strategi dan rencana (Johnson & Lakoff, 1980: 4).

Contoh:

I've never *won* an argument with him.

(Saya tidak pernah memenangkan argumen dengannya)

If you use that *strategy*, he'll *wipe you out*.

(Jika kamu menggunakan strategi itu, dia akan melumpuhkanmu atau memusnahkanmu)

Ekspresi-ekspresi di atas tidak mengacu pada peperangan, melainkan hanya perbandingan antara argumen dengan peperangan, bahwa kalimat *ARGUMENT IS WAR* mengibaratkan kata-kata yang digunakan untuk berpendapat itu seperti dalam sebuah perang. Dengan kata lain, komponen-komponen dalam peperangan digunakan untuk menyatakan argumen.

Metafora yang ada dalam kalimat *ARGUMENT IS WAR* tersebut tidak terdengar puitis, penuh fantasi, atau retorik, akan tetapi menjelaskan konsep sebuah perang. Inilah konsep yang dikemukakan oleh Lakoff dan Johnson untuk membantu memahami pengertian metafora secara sederhana.

Inti metafora yang ingin mereka sampaikan adalah pemahaman dan pengalaman atas satu hal melalui hal lainnya. Contoh yang disebutkan di atas tadi adalah pemahaman sebuah adu argumen dengan membandingkannya dengan hal-hal sebuah perang.

Kita tidak dapat memungkiri bahwa pilihan kata yang digunakan dalam berperang, misalnya *attack a position* (menyerang), *strategy* (strategi), *win* (menang), *indefensible* (tidak dapat dipertahankan), digunakan juga dalam beradu argumen. Hal ini memperlihatkan bahwa konsep metafora itu sistematis yang nantinya akan mempengaruhi bahasa yang kita gunakan untuk berbicara.

Di bawah ini ada contoh konsep metaforis yang direfleksikan dalam bahasa Inggris (Johnson & Lakoff, 1980: 38)

Time is money.
You're *wasting* my time.
You don't *use* your time *profitably*.
I *lost* a lot of time when I got sick.
I've *invested* a lot of time in her.
You need to *budget* your time.

Dari contoh-contoh kalimat tersebut dapat diketahui bahwa secara alami, ungkapan-ungkapan kita sehari-hari dipengaruhi oleh konsep metaforis yang terbentuk secara alamiah di dalam benak kita. Secara tidak langsung, pengertian *time* sendiri dikaitkan begitu saja dengan *money*. Maka dari itu, tidak aneh bahwa di sekitar kita, perhitungan untuk membayar buruh, telepon, rekening listrik, dll., berdasarkan waktu yang nantinya akan dapat dihitung dengan besarnya uang.

Untuk memenuhi kebutuhan penelitian saya, saya menggunakan pengertian metafora dalam arti luas menurut Moeliono (1989). Metafora dalam arti luas adalah perluasan semantis bentuk kias, seperti alegori, sinekdok, metonimi, simile, dan personifikasi. Penelitian saya memfokuskan pada personifikasi.

2.4 Jenis-jenis Metafora Berdasarkan Bentuk dan Isinya

Berdasarkan teori Lakoff dan Johnson (1980: 14), jenis-jenis metafora dibagi menjadi tiga menurut bentuk dan isinya, antara lain metafora struktural,

metafora orientasional, dan metafora ontologis. Pada butir berikut dijelaskan secara rinci.

2.4.1 Metafora Struktural

Metafora struktural adalah konsep yang dibentuk secara metaforis melalui penggunaan konsep yang lain. Hal ini berkaitan dengan pengalaman dan pemahaman kita sehari-hari. Jenis metafora berdasar pada dua konsep, yaitu ranah sumber dan ranah sasaran. Ranah sumber menjelaskan asal-muasal metafora tersebut dibentuk, sedangkan ranah sasaran menjelaskan makna metafora yang diaplikasikan tersebut. Dalam contoh *ARGUMENT IS WAR*, ranah sumbernya adalah *WAR*, sementara ranah sasarannya adalah *ARGUMENT* (Knowles & Moon, 2006: 33).

2.4.2 Metafora Orientasional

Metafora orientasional adalah metafora yang berkaitan dengan ruang dan tempat yang dapat ditentukan melalui pengalaman fisik manusia, seperti naik-turun (*up-down*), dalam-luar (*in-out*), depan-belakang (*front-back*), dan lain-lain. Metafora ini diawali dengan kenyataan bahwa kita mempunyai tubuh yang dapat berfungsi dalam lingkungan fisik (Lakoff & Johnson, 1980: 14).

Jenis metafora ini tidak bersifat arbitrer atau manasuka, tetapi berdasarkan budaya yang berbeda satu sama lain. Dengan adanya budaya yang berbeda-beda, maka jenis metafora ini tidak dapat diterapkan secara universal. Pembentukan metafora dipengaruhi latar belakang budaya penuturnya.

Contoh:
Happy is up.

Kalimat 'happy is up' mengacu pada tuturan bahasa Inggris yang mengatakan, "I'm feeling up today." Kalimat tersebut menyiratkan bahwa penggunaan kata 'up' memberi kesan positif, yakni *happy* atau *health*. Sementara jika kita bubuhkan kata 'down', yang terdengar adalah hal negatif. Contoh kalimat: *my spirits sank* (semangatku menurun) (Johnson & Lakoff, 1980: 15).

2.4.3 Metafora Ontologis

Memahami pengalaman-pengalaman kita melalui objek atau substansi dapat mengambil aspek-aspek tertentu bagian dari pengalaman kita untuk dijadikan sebuah entitas yang mempunyai ciri-ciri tersendiri. Metafora ontologis dapat mengambil contoh dari pengalaman manusia sehari-hari yang meliputi kegiatan, ide, dan emosi (Johnson & Lakoff, 1980: 25).

Selama kita dapat mengidentifikasi pengalaman kita sebagai entitas atau substansi, kita dapat merujuknya pada sesuatu, mengkategorikannya, menggabungkannya, dan mengukurnya. Dalam metafora ontologis ini, mengambil dasar pengalaman pada metafora orientasional yang meliputi ruang dan tempat, dapat membantu memahami variasi dalam metafora ontologis.

Contoh:
Life has cheated me.

Kalimat tersebut menyiratkan bahwa *life* dapat melakukan kegiatan yang kerap dilakukan oleh manusia, yaitu 'cheat'. Hal ini memberi pengertian kepada kita bahwa metafora ontologis juga menaungi personifikasi. Dalam personifikasi, wujud *nonhuman* dapat melakukan kegiatan seperti yang dilakukan oleh manusia. Begitu yang diungkapkan oleh Lakoff dan Johnson dalam "Metaphors We Live By" (1980: 33):

"Ontological metaphors are those where the physical object is further specified as being a person. This allows us to comprehend a wide variety of experiences with non-human entities in terms of human motivations, characteristics, and activities".

Dalam metafora ontologis, sebuah objek dispesifikasikan lebih jauh seperti manusia. Hal ini memungkinkan kita untuk menerapkan pengalaman manusia pada entitas bukan manusia, dalam hal motivasi, karakteristik, dan aktivitas.

Di bawah ini terdapat contoh lain untuk metafora ontologis (Knowles & Moon, 2006: 7).

Contoh:
The wind began to **scream**, and we could see **the tops of the long leafed pine trees doing a mad dance** against the black sky.

Dalam contoh tersebut, sudah jelas dilihat bahwa wujud *nonhuman* dapat melakukan kegiatan *human*, seperti *scream* dan *dance*. Makna dari kalimat tersebut adalah cuaca buruk dengan angin kencang yang sebentar lagi akan hujan (keadaan sangat mendung ditandai dengan gambaran langit yang gelap).

2.5 Jenis-jenis Metafora Berdasarkan Produktivitas dan Kestabilan Metafora

Kurz (1993: 18-19) membagi tiga jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora. Ketiga jenis metafora itu antara lain:

2.5.1 Metafora Kreatif (*kreative Metapher*)

Metafora kreatif adalah metafora yang dapat dibentuk sendiri sesuka hati sesuai dengan penulisnya. Jenis metafora ini biasanya banyak ditemukan dalam penulisan cerita-cerita atau dongeng. Dalam hal itu, seorang penulis berkreasi sendiri membentuk metafora tersebut sesuai dengan kebutuhannya.

Jenis metafora ini sering diasosiasikan dengan bidang sastra (Knowles & Moon, 2006: 5).

Contoh:

Die Sonne grinst

2.5.2 Metafora Konvensional (*konvensionalisierte Metapher*)

Metafora konvensional adalah metafora yang umum kita jumpai dengan paduan kata 'wie' dan 'als ob'. Jenis metafora ini bukan jenis yang baru (Kurz, 1993: 19).

Contoh:

Mein Gedicht ist wie ein Messer.

2.5.3 Metafora Leksikal (*lexikalisierte Metapher*)

Makna metafora leksikal ini tidak bergantung pada konteks. Ia dapat dengan bebas dibentuk menjadi sebuah metafora dari susunan kata-katanya. Jenis metafora ini sudah kehilangan ciri metaforisnya karena sudah masuk ke dalam

kosakata sehari-hari (Kurz, 1993: 18). Contoh metafora leksikal antara lain *Motorhaube, Wolkenkratzer, Tischbein, dan Verkehrsfluss*.

Metafora leksikal disebut juga metafora yang mati karena kadang kala orang-orang tidak menyadari penggunaan akan metafora ini, namun mereka sering menggunakannya dalam kosakata sehari-hari (Knowles & Moon, 2006: 6).

2.6 Analisis Metafora

Sebelum menganalisis metafora lebih jauh, sebaiknya kita mengetahui dulu makna dari arti kata secara harfiah dan nonharfiah. Singkatnya, arti kata yang harfiah itu merujuk pada entitas yang konkret (nyata), sesuatu di dunia ini dalam eksistensi fisik, sedangkan arti kata nonharfiah merujuk pada sesuatu yang abstrak atau pada kualitas yang abstrak pula. Di bawah ini terdapat contoh perbedaan arti sebuah kata, baik secara harfiah atau pun metaforis (dalam bahasa Inggris) (Knowles & Moon, 2006: 6).

Kata	Makna harfiah	Makna metaforis
Fox	An animal	a cunning, wily person
Jewel	An ornamental precious stone	Something valuable
Mountain	A large piece of rock/ground	a large amount of something

Dari tabel di atas, kita dapat dengan mudah membedakan makna harfiah dan metaforis dari sebuah kata dengan kemiripan sifat yang dimilikinya. Maka dari itu, metafora merupakan bahasa yang memiliki makna nonharfiah yang melibatkan beberapa perbandingan dan identifikasi dari kedua hal yang mempunyai kemiripan sifat. Sifat perbandingan dalam metafora implisit.

Untuk menganalisis dan mendiskusikan metafora lebih dalam lagi, kita perlu mengidentifikasi tiga hal penting, yaitu *metaphor* atau metafora (dalam bentuk kata, frasa, atau kalimat), *meaning* atau makna (merujuk pada sesuatu secara metaforis), dan *similarity (connection)* atau kemiripan atau hubungan antara dua hal tersebut. Dalam pendekatan tradisional terhadap metafora, termasuk juga pendekatan secara harfiah, ketiga elemen di atas disebut juga dengan kata *vehicle, topic, dan grounds* (Knowles & Moon, 2006: 9-11).

Elemen *vehicle* mengacu pada kata atau kalimat yang mengandung metafora. Elemen ini merupakan inti dari pembahasan metafora. Jadi, dalam membahas metafora, elemen ini lah yang dibahas secara mendalam. Elemen *topic* merupakan makna metafora yang tidak sebatas pada makna harfiah yang merupakan penjelas dari metafora yang dibahas. Sedangkan elemen *grounds* adalah hubungan antara makna harfiah dan metaforis yang memunculkan kata kunci untuk menemukan makna yang tepat dari metafora tersebut (Knowles & Moon, 2006: 8).

Contoh:	
Context	be prepared for a <i>mountain</i> of paperwork
Metaphor/vehicle	mountain
Meaning/topic	a large amount
Connection/grounds	ideas of size, being immovable and difficult to deal with

Dalam contoh tersebut dijelaskan bahwa metafora yang ada di dalamnya terletak pada kata *mountain*. Seperti yang kita ketahui, karakteristik gunung tidak hanya besar dan sulit ditaklukan, namun juga terjal, dingin, dan memiliki vegetasi yang lebat. Akan tetapi, karakteristik yang dipilih untuk menjelaskan makna *mountain* dalam kalimat ini adalah berukuran besar dan sulit ditaklukan. Kesimpulan ini didapat dari hasil telaah yang mendalam terhadap *grounds*. Jadi, dengan menelaah *grounds*, diharapkan kita dapat mengetahui seberapa tepat penggunaan kata metafora dalam sebuah kalimat.

Jadi, maksud dari kalimat *be prepared for a mountain of paperwork* adalah pekerjaan yang banyak sekali yang tidak mudah diselesaikan. Konsep ukuran besar dari sebuah gunung diaplikasikan pada konsep pekerjaan.

Dapat disimpulkan bahwa dalam menganalisis sebuah kata atau frasa untuk menentukan apakah metafora atau bukan, kita dapat melakukannya seperti langkah di atas, yaitu menentukan bagian mana yang disebut metafora, menemukan arti metaforisnya, lalu mengaitkannya antara makna metaforis dengan harfiahnya karena kemungkinan besar kedua hal tersebut mempunyai kemiripan. Langkah-langkah ini saya terapkan dalam penelitian yang saya lakukan, saya akan menggunakan tataran seperti ini untuk menganalisis metafora dalam artikel ekonomi.

BAB 3

ANALISIS DATA

Dalam bab ini, saya akan menganalisis artikel-artikel ekonomi dalam majalah mingguan *Der Spiegel* dalam rentang waktu tahun 2011-2012. Edisi-edisi yang diambil antara lain edisi I tahun 2011, edisi II, III, dan IV tahun 2012. Saya menganalisis artikel-artikel tersebut untuk mendapatkan kata-kata atau kalimat-kalimat yang mengandung makna metaforis lalu mengklasifikasikannya berdasarkan jenis metafora menurut Lakoff dan Johnson dan berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz, serta menemukan ranah sumbernya (*Bildspender*).

Dari sembilan artikel yang saya ambil, saya mendapatkan lima personifikasi, sepuluh metafora, dan empat buah idiom. Menurut Knowles dan Moon, ada tiga elemen penting dalam metafora. Ketiga elemen penting itu antara lain *vehicle*, *topic*, dan *grounds*. *Vehicle* menunjukkan bagian yang disebut sebagai metafora, *topic* menjelaskan makna metaforis dari metafora tersebut, sedangkan *grounds* merupakan hubungan antara makna harfiah dan metaforis dari metafora tersebut yang memungkinkan menemukan kata kunci makna metaforis di antara kedua hal yang dibandingkan itu.

3.1 Artikel I „Die Überflieger“

3.1.1 *Vor seinem verglasten Büro im obersten Stock der Firmenzentrale am Flughafen Dubai wächst ein graublau schimmernder Stahlkoloss in die Höhe.*

- a. Arti *am Flughafen Dubai wächst ein graublau schimmernder Stahlkoloss in die Höhe.*

Stahlkoloss merupakan sebuah komposita dari kata *Stahl* dan *Koloss*. Dalam kamus *Wahrig* (2006: 1401), *Stahl* merupakan *schmiedbares Eisen mit einem Kohlenstoffgehalt unter 2.06 %* (baja yang dapat ditempa), sedangkan *Koloss* merupakan *riesiges Gebilde* (Wahrig, 2006: 859). Dalam bahasa Indonesia, *Koloss* mengacu pada hanggar pesawat yang besar dan tinggi menjulang.

Stahlkoloss secara harfiah mempunyai arti baja raksasa, namun komposita ini dikenal dengan arti hanggar pesawat. Klausula *wächst ein graublau schimmernder*

Stahlkoloss in die Höhe mempunyai arti hanggar pesawat yang tinggi menjulang berwarna biru keabu-abuan berkembang ke atas. Dalam kalimat tersebut terdapat personifikasi di dalamnya. Seperti yang kita ketahui bahwa personifikasi merupakan jenis majas yang melekatkan sifat insani pada benda tidak bernyawa. Dalam kalimat ini, subjek yang ditunjuk tidak bernyawa adalah *ein graublau schimmernder Stahlkoloss* (hanggar berwarna biru keabu-abuan yang redup) melakukan pekerjaan *wächst* (tumbuh, berkembang).

Dalam hal ini, subjek *ein graublau schimmernder Stahlkoloss* dianggap sebagai wujud *human* yang melakukan pekerjaan *wachsen* (*wächst* adalah bentuk konjugasi kata kerja *wachsen*). Berdasarkan pemaparan tersebut, maka klausa *wächst ein graublau schimmernder Stahlkoloss in die Höhe* merupakan sebuah personifikasi.

b. Analisis metafora

Context Vor seinem verglasten Büro im obersten Stock der Firmenzentrale am Flughafen Dubai **wächst ein graublau schimmernder Stahlkoloss in die Höhe**

Vehicle wächst ein graublau schimmernder Stahlkoloss in die Höhe

Topic pembangunan yang gencar

Grounds pembangunan hanggar yang sedang gencar diibaratkan seperti tumbuhan yang sedang tumbuh ke atas (bermunculan, berkembang)

c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora ontologis** karena Johnson dan Lakoff berpendapat bahwa sebagian besar metafora ontologis adalah objek yang dispesifikasikan lebih jauh sebagai *human* (Johnson & Lakoff, 1980: 33). Dengan penyebutan objek sebagai wujud *human* inilah saya mengelompokkan klausa tersebut ke dalam jenis metafora ontologis.

d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora kreatif** karena penulis artikel memilih diksi sendiri untuk menggambarkan keadaan gedung yang sedang marak dibangun dengan pilihan

kata *berkembang ke atas (in die Höhe wachsen)* (subjektif). Dengan pemandangan gedung yang semakin meninggi, dapat diartikan pula bahwa pembangunan kota tersebut sedang gencar.

- e. Ranah sumber (*Bildspender*): **tumbuhan (Pflanze)** karena pembangunan hanggar yang semakin pesat digambarkan seperti tumbuhan yang tumbuh dan berkembang.

3.1.2 *Es wird der größte Flughafen der Welt sein – und es klingt zunächst wie das Echo jenes alten Größenwahns, der Dubai einst berühmt gemacht hat.*

a. Arti *Echo* dan *Größenwahn*

Echo ist die Erscheinung, dass mst Gesprochenes oder Gerufenes noch einmal zu hören ist, wenn es auf einen Berg o. Ä. trifft. (Langenscheidt, 2008: 295). Gema atau gaung adalah sebuah pantulan bunyi. Mengacu pada pengertian dalam kamus tersebut, gaung akan kembali terdengar dengan hanya satu kali teriakan.

Größenwahn, menurut kamus *Wahrig*, mempunyai dua pengertian. Pengertian yang tepat untuk kalimat ini adalah pengertian yang kedua, yaitu *überstreigertes Selbstbewusstsein* (rasa percaya diri yang berlebihan) (Wahrig, 2006: 647). Arti rasa percaya diri dalam *Größenwahn* bukan sebuah rasa percaya diri yang negatif yang identik dengan kesombongan. Akan tetapi, rasa percaya diri di sini menunjukkan sebuah keyakinan yang besar dalam mewujudkan suatu keinginan atau mimpi yang besar.

Dalam klausa *wie das Echo jenes alten Größenwahns* ini, kata *Größenwahn* dipadukan dengan *Echo* yang artinya gaung, mempunyai arti sebuah sikap bangga dan yakin akan kemampuan diri untuk dapat mewujudkan mimpi besar itu dengan cara disampaikan berulang kali hanya dengan satu kali teriakan. Sesuai dengan karakteristik *Echo* yang hanya dengan satu kali teriakan maka akan terdengar berulang kali karena begitu dahsyat suaranya, maka dalam klausa ini juga demikian. Dubai tidak mengatakan keinginannya yang akan menjadi terbesar di dunia

secara berulang-ulang, namun karena dahsyatnya kabar tersebut tersebar, jadilah kabar tersebut seolah-olah dikatakan berulang kali.

Makna klausa bermakna metaforis *wie das Echo jenes alten Größenwahns* adalah kebanggaan dan keyakinan atas kemampuan untuk mewujudkan mimpi besar yang dilakukan seperti adanya gaung, yaitu terdengar berulang kali hanya dengan satu kali teriakan. Jadi, maksud dari klausa metafora itu dengan melihat konteksnya adalah kabar Dubai menjadi bandara yang terkenal di dunia merupakan kabar istimewa yang seluruh dunia sudah mengetahui rencana tersebut karena begitu dahsyatnya efek dari publikasinya itu.

b. Analisis Metafora

Context *Es wird der größte Flughafen der Welt sein – und es klingt zunächst wie das Echo jenes alten Größenwahns, der Dubai einst berühmt gemacht hat.*

Vehicle *wie das Echo jenes alten Größenwahns*

Topic keyakinan dan kebanggaan mempunyai mimpi besar yang seluruh orang sudah mengetahuinya

Grounds bunyi gema atau gaung biasanya terdengar berulang-ulang karena memantul, biasanya terjadi pada fenomena alam seperti di gunung atau di ruang yang besar dan kosong. Namun dalam hal ini, gaung dipadukan dengan cara publikasi sebuah kebanggaan akan mewujudkan sebuah mimpi besar.

c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora struktural** karena penyampaian konsep kebanggaan dijelaskan secara metaforis melalui konsep fenomena alam, yaitu terjadinya sebuah gaung.

d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora konvensional** (*konvensionalisierte Metapher*) karena dalam klausa *wie das Echo jenes alten Größenwahns* untuk membandingkan antara kebanggaan yang terdengar berulang kali dengan gema (gaung) digunakan kata *wie*.

- e. Ranah sumber (*Bildspender*): **gaung (gema) atau *das Echo*** karena acuan yang dipakai dalam perbandingan kata *Größenwahn* adalah peristiwa terjadinya sebuah gaung (gema).

3.1.3 *Während große Industriekonzerne die Folgen der Globalisierung früh erkannten und sich in den aufstrebenden **Schwellenländern** positionierten, änderte sich bei den einstigen Staatslinien Europas zunächst nur wenig.*

a. Arti ***Schwellenländer***

Schwellenländer mengandung makna metaforis. *Schwellenländer* merupakan sebuah komposita dari kata *Schwelle* dan *Land* (jamak: *Länder*). Kata *Schwelle* bermakna ambang atau bantalan (Heuken, 2007: 449), sedangkan *Land* adalah sebutan untuk negara. Dalam kamus *Wahrig*, *Schwelle* adalah *waagerechter Balken od. Brett als untere Begrenzung u. zum Abdichten der Türöffnung* (Wahrig, 2006: 1329). Dalam bahasa Indonesia, *Schwelle* yaitu balok mendatar pada pintu sebagai pembatas agar pintu dapat tertutup rapat.

Dalam www.fragdienachbarn.org/was_sind_schwellenlander.html, *Schwellenland* mempunyai arti metaforis negara berkembang. Dengan bekal pengertian *Schwelle* sebagai pembatas pintu, *Schwelle* disebut sebagai negara berkembang karena adanya kemiripan karakteristik antara negara berkembang dengan kata *Schwelle*. Kemiripan tersebut adalah pembatas pintu sebagai batas antara negara berkembang dengan negara industri.

Alasan penggunaan kata *Schwelle* untuk sebutan negara berkembang adalah dilihat dari fungsinya. Fungsi *Schwelle* tidak sebagai peran utama, melainkan hanya sebagai penahan pintu, yaitu sebuah balok yang memapah pintu agar pintu dapat tertutup dengan rapat. Hal ini sama dengan peran sebuah negara berkembang. Dewasa ini kita mengetahui bahwa peran negara berkembang bukan menjadi pemeran utama, melainkan pemeran pembantu yang mendukung negara maju. Negara maju dianggap ada karena keberadaan negara berkembang. Misalnya negara maju memproduksi

sebuah barang yang terkenal di dunia dan mereka mendapatkan bahan baku ataupun untuk pemasaran, pastilah membutuhkan negara berkembang juga.

Atas pemaparan itu, maka makna metaforis dari komposita *Schwellenland* dapat terlihat jelas, yaitu negara berkembang yang sudah mendekati negara industri.

b. Analisis metafora

Context Während große Industriekonzerne die Folgen der Globalisierung früh erkannten und sich in den aufstrebenden **Schwellenländern** positionierten, änderte sich bei den einstigen Staatslinien Europas zunächst nur wenig.

Vehicle Schwellenländer

Topic negara berkembang

Grounds fungsi sebuah papan balok pintu sebagai penahan mempunyai kemiripan dengan negara berkembang yang sudah mendekati negara industri

c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora struktural** karena konsep fungsi benda pada bagian bawah pintu dibandingkan dengan konsep keberadaan negara berkembang.

d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora leksikal** karena komposita tersebut dapat ditemukan dengan mudah dalam kamus (Wahrig, 2006: 1239). Dampak yang ditemui dalam masyarakat ketika kata tersebut ada dalam kamus adalah mereka merasa bahwa kata tersebut bukan sebuah metafora.

e. Ranah sumber (*Bildspender*): **bangunan (Gebäude)** karena acuan dalam *Schwellenland* adalah batas pintu berasal yang berasal dari ranah bangunan.

3.2 Artikel II „Windige Spekulation“

3.2.1 *Es hat allerdings auch zu einem **Kleinkrieg** in seiner Familie geführt und könnte ihn obendrein bald vor Gericht bringen.*

a. Arti ***Kleinkrieg***

Kleinkrieg adalah komposita dari kata *klein* dan *Krieg*. *Krieg* adalah sebuah perang, sedangkan *klein* adalah kecil. Dalam kamus Langenscheidt, kata *Krieg* mempunyai arti sebagai berikut. *Eine Auseinandersetzung, ein Konflikt über einen meistens längeren Zeitraum, bei denen verschiedene Länder oder Teile eines Landes/Volkes mit Waffen gegen einander kämpfen* (Langenscheidt, 2007: 654). *Krieg* secara umum mengacu pada sebuah konflik yang umumnya terjadi dengan rentang waktu yang lama. Mengacu pada pengertian dari kamus tersebut, dalam *Krieg* terjadi perlawanan yang biasanya menggunakan senjata.

Secara harfiah, *Kleinkrieg* mempunyai arti peperangan kecil, namun jika dicari makna metaforisnya adalah perselisihan. Dengan melihat konteks, *Kleinkrieg* di sini bukan berarti peperangan dalam ruang lingkup yang terdapat korban lalu memakai persenjataan, tetapi sebuah perselisihan dalam keluarga. Dalam kalimat tersebut, *Kleinkrieg* mengacu pada perselisihan.

b. Analisis metafora

Context *Es hat allerdings auch zu einem **Kleinkrieg** in seiner Familie geführt und könnte ihn obendrein bald vor Gericht bringen*

Vehicle *Kleinkrieg*

Topic perselisihan dalam keluarga

Grounds perselisihan kecil dibandingkan peperangan dalam ruang lingkup besar

c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora struktural** karena konsep perselisihan disamakan dengan konsep peperangan yang terjadi dalam ruang waktu tertentu dengan menggunakan persenjataan.

d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora leksikal** karena sudah ada dalam kamus (Wahrig, 2006: 843). Dengan begitu, orang-orang tidak merasa bahwa kata *Kleinkrieg* merupakan sebuah metafora.

- e. Ranah sumber (*Bildspender*): **peperangan** (*Krieg*) karena baik perselisihan, biasanya terjadi antara dua kubu (orang) atau lebih, seperti yang terjadi pada peperangan.

3.2.2 *Der Fall zeigt, welche Goldgräbermentalität die junge Branche ergriffen hat.*

a. Arti *Goldgräbermentalität*

Goldgräber secara harfiah mempunyai arti penggali emas, seperti yang dikutip dalam Wahrig, yaitu *jmd., der im Erdboden nach Gold gräbt.* (Wahrig, 2006: 634). *Mentalität* adalah mental. *Goldgräber* dalam bahasa Inggris yaitu *gold digger*. Secara harfiah, *gold digger* yaitu penggali emas, namun makna yang dimaksud adalah *person who loves someone just for the money* (orang yang mencintai seseorang hanya karena hartanya saja) (www.internetslang.com/GOLD_20DIGGER-meaning-definition.asp).

Seperti yang kita tahu bahwa *Gold* atau emas merupakan logam mulia yang biasanya dapat dibuat perhiasan seperti kalung dan cincin. Namun, pengertian lain untuk emas juga ada yaitu uang, harta duniawi (KBBI, 2007: 365). Dari pengertian tersebut, kita tahu bahwa *Gold* itu sangat berharga, Itulah alasan mengapa *Goldgräber* yang secara harfiah merupakan penggali emas, namun sebenarnya orang yang berfokus pada harta duniawi saja.

Berdasarkan makna yang saya dapat dari bahasa Inggris itu, maka saya menyebut *Goldgräbermentalität* sebagai metafora. Kata *Goldgräber* jika dipadukan dengan kata *Mentalität*, maka bermakna metaforis, yaitu seseorang yang mempunyai mental materealistis.

b. Analisis metafora

Context *Der Fall zeigt, welche Goldgräbermentalität die junge Branche ergriffen hat*

Vehicle *Goldgräbermentalität*

Topic mental materialistis

Grounds mental penggali emas dipadukan dengan mental materialistis, fokus pada harta duniawi

- c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora struktural** karena konsep materialisme disampaikan secara metaforis melalui konsep mental penggali emas.
- d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora kreatif** karena penulis artikel memadukan kata *Mentalität* dengan metafora *Goldgräber* (metafora yang sudah dikenal umum). Dengan begitu, *Goldgräbermentalität* merupakan pilihan kata baru yang digunakan oleh penulis itu untuk menunjukkan mental seseorang, yaitu mental materialistis.
- e. Ranah sumber (*Bildspender*): **tambang (*Bergbau*)** karena kata yang dijadikan acuan dalam metafora *Goldgräbermentalität* adalah *Gold* atau emas yang merupakan hasil dari dalam bumi dan tambang merupakan tempat untuk menggali (menggambil) hasil dari dalam bumi tersebut.

3.3 Artikel III „Schwellen Angst“

3.3.1 *Bis heute ist es fast unmöglich, jemanden in Berlin zu treffen, der ein böses Wort über den Bahn-Chef zu verlieren hat.*

a. Arti *ein böses Wort*

Dalam kamus Wahrig, *böse* adalah (1) *schlecht, unangenehm (Wetter)*, (2) *boshaft, schädigend (Geist)*. Pengertian lainnya yaitu *böswillig, unartig, zornig, wütend* (Wahrig, 2006: 294). Dalam bahasa Indonesia, kata *böse* yaitu jahat, jelek, kejam, buruk, nakal. Mendengar kata *böse*, maka hal yang terlintas dalam benak kita adalah negatif.

Wort adalah kata. Jika dipadukan dalam frasa *ein böses Wort*, secara harfiah, mempunyai arti kata yang jahat atau kata yang kejam. Makna metaforis dari frasa *ein*

böses Wort adalah umpatan, kata yang tidak mengenakan sebagai bentuk ekspresi seseorang yang menemui peristiwa yang tidak disukainya.

Merujuk pada pengertian personifikasi yang melekatkan sifat insani pada ide yang abstrak atau benda mati, maka *ein böses Wort* merupakan bentuk personifikasi. Kata *Wort* dianggap sebagai benda hidup yang memiliki sifat *böse*.

b. Analisis Metafora

Context *Bis heute ist es fast unmöglich, jemanden in Berlin zu treffen, der ein böses Wort über den Bahn-Chef zu verlieren hat*

Vehicle *ein böses Wort*

Topic kata yang tidak mengenakan sebagai bentuk ekspresi ketidaknyamanan

Grounds buruk, kejam, tidak enak

c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora ontologis** karena Johnson dan Lakoff berpendapat bahwa sebagian besar metafora ontologis adalah objek yang dispesifikasikan lebih jauh sebagai *human* (Johnson & Lakoff, 1980: 33). Dengan penyebutan objek sebagai wujud *human* inilah saya mengelompokkan frase tersebut ke dalam jenis metafora ontologis.

d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora kreatif** karena penulis artikel ingin menyampaikan bahwa kata-kata yang dikeluarkan sebagai ekspresi tidak suka cukup dijelaskan dengan ‘kata-kata yang tidak mengenakan’.

e. Ranah sumber (*Bildspender*): **sifat buruk** (*böser Charakter*) karena acuan untuk metafora *ein böses Wort* adalah kata *böse*. Kata *böse* menunjukkan sifat manusia yang buruk.

3.4 Artikel IV „Arabische Nächte billig wie selten“

3.4.1 *Auch die Lufthansa mischt im **Preiskampf** mit und bietet etwa die Strecke München-Singapur ab 599 Euro an.*

a. Arti kata **Preiskampf**

Preiskampf merupakan sebuah komposita, yaitu dari *Preis* dan *Kampf*. Dalam kamus *Wahrig*, kata *Kampf* mempunyai dua arti, yaitu (1) *Streit, Ringen um etwas*, (2) *Wettkampf zu zweit, Mann gegen Mann* (Wahrig, 2006: 807). Dalam bahasa Indonesia, *Kampf* adalah pertengkaran, pergulatan, persaingan antara dua kubu atau orang. Ketiga hal tersebut lazim dilakukan oleh manusia, namun dalam kalimat ini, kata *Kampf* dipadukan dengan wujud *non-human*, yaitu *Preis*. *Preis* mempunyai arti harga.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka *Preiskampf* merupakan bentuk personifikasi karena *Preis* yang merupakan sesuatu yang abstrak, namun dikenai kegiatan yang biasa dilakukan oleh benda wujud *human*, yaitu *Kampf* (persaingan, pertengkaran). Menurut pendapat Moeliono (1989: 175), sifat insani yang melekat pada ide yang abstrak atau benda mati, merupakan bentuk personifikasi. Hal ini terjadi pada komposita *Preiskampf* yang mempunyai arti persaingan harga.

b. Analisis metafora

Context *Auch die Lufthansa mischt im **Preiskampf** mit und bietet etwa die Strecke München-Singapur ab 599 Euro an*

Vehicle *Preiskampf*

Topic persaingan harga untuk saling berlomba menawarkan keistimewaan

Grounds kata *Kampf* untuk berperang, dijadikan sebuah persaingan dalam menentukan harga

c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora ontologis** karena Johnson dan Lakoff berpendapat bahwa sebagian besar metafora ontologis adalah objek yang dispesifikasikan lebih jauh sebagai *human* (Johnson & Lakoff, 1980: 33). Dengan penyebutan objek sebagai wujud

human inilah saya mengelompokkan frase tersebut ke dalam jenis metafora ontologis.

- d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora kreatif** karena penulis artikel memunculkan frasa itu sendiri (subjektif) untuk menggambarkan adanya persaingan harga dalam dunia bisnis.
- e. Ranah sumber (*Bildspender*): **peperangan (Krieg)** karena dalam kata *Kampf* terdapat sebuah persaingan dan pertengkaran antara dua kubu atau lebih yang merupakan ciri khas dari sebuah peperangan.

3.4.2 *Das frühzeitige Schnäppchenangebot der Berliner hat zahlreiche Wettbewerber mit zeitlich befristeten Sonderaktion auf den Plan gerufen, darunter vor allem die Etihad Rivalen Emirates und Qatar Airways.*

a. Arti **Rivalen**

Dalam Langenscheidt, *Rival* (jamak: *Rivalen*) mempunyai dua arti. Arti yang tepat untuk kalimat tersebut adalah arti yang kedua, yakni *ein Konkurrent im Beruf* (Langenscheidt, 2007: 889), yaitu persaingan dalam dunia kerja. *Rival* dapat juga diartikan lawan. Kata *Rival* dalam kalimat ini merupakan bentuk personifikasi karena *Rival* ini merujuk pada wujud *nonhuman*, yakni Etihad, Emirates dan Qatar Airways. Etihad, Emirates, dan Qatar Airways merupakan deretan nama perusahaan penerbangan yang saya kategorikan sebagai wujud *nonhuman*. Kemudian, ketiga perusahaan penerbangan itu saling berkompetisi. Dalam berkompetisi inilah, ketiganya merupakan *Rivalen* (lawan) satu sama lain. Dengan begitu, saya beranggapan bahwa ketiga perusahaan penerbangan itu merupakan wujud *nonhuman* yang diibaratkan seperti *human* yang saling berkompetisi.

Menurut Moeliono (1989), personifikasi adalah majas yang melekatkan sifat insani kepada benda yang tidak bernyawa. Menurut saya, ketiga perusahaan penerbangan tadi tidak ada yang bernyawa, namun mereka dikenai sifat insani

tersebut. Sifat insani di sini bukan sebagai karakteristik manusia saja, melainkan kemiripan yang terjadi pada kehidupan manusia juga.

Kata *Rival* dikenal oleh orang-orang Jerman pada tahun 1600-an. Dalam bahasa Prancis, kata *Rival* mempunyai arti *Mitbewerber/Nebenbuhler* (pelamar, saingan). Dalam bahasa Latin, kata *Rival* dikenal dengan kata *rivalis*, artinya *Bachnachbar* (tetangga sungai) karena ketika itu sebutan ini untuk mereka yang diizinkan menggunakan air sungai. (Wahrig, 2006: 1239).

b. Analisis metafora

Context *Das frühzeitige Schnäppchenangebot der Berliner hat zahlreiche Wettbewerber mit zeitlich befristeten Sonderaktion auf den Plan gerufen, darunter vor allem die Etihad Rivalen Emirates und Qatar*

Vehicle *die Etihad Rivalen Emirates und Qatar*

Topic lawan atau saingan

Grounds seperti layaknya sebuah perang atau pertandingan, kata *Rival* digunakan untuk menyebut saingannya dalam dunia ekonomi

c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora ontologis** karena Johnson dan Lakoff berpendapat bahwa sebagian besar metafora ontologis adalah objek yang dispesifikasikan lebih jauh sebagai *human* (Johnson & Lakoff, 1980: 33). Dengan penyebutan objek sebagai wujud *human* inilah saya mengelompokkan kata tersebut ke dalam jenis metafora ontologis.

d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora leksikal** karena kata tersebut sudah marak digunakan oleh orang-orang untuk merujuk pada persaingan dalam dunia kerja maupun hal lain. Di samping itu juga, kata *Rival* sudah terdapat dalam kamus (Langenscheidt, 2007: 889).

e. Ranah sumber (*Bildspender*): **pertandingan (*Wettkampf*)** karena kata *Rivalen* lebih dikenal dengan kata 'saingan' dalam saling mengunggulkan sesuatu.

3.5 Artikel V „Duell der Boykotteure“

3.5.1 *Es gab also keinen echten Engpass, nur die Angst war real.*

a. Arti *Engpass*

Engpass merupakan sebuah komposita, yaitu dari kata *eng* dan *Pass*. Dalam kamus *Wahrig*, *Pass* adalah *Durchgang, schmaler Weg, quer durch ein Gebirge od. zw. Bergen hindurch* (Wahrig, 2006: 1118). Dalam bahasa Indonesia, *Pass* mengacu pada jalan kecil di antara dua gunung, sedangkan kata *eng* mempunyai arti sempit. Secara harfiah, *Engpass* merupakan jalan sempit di antara dua gunung.

Keadaan jalan yang sempit dan berada di antara dua gunung itu menunjukkan situasi keadaan alam yang menakutkan karena curam, banyak tebing, dan bervegetasi lebat. Mungkin juga masih sulit untuk dijamah oleh manusia. Dengan gambaran jalan sempit antara dua gunung yang mengerikan itu, saya menganalisis makna metaforis dari *Engpass* ini adalah posisi yang sulit atau keadaan yang menegangkan.

b. Analisis metafora

Context *Es gab also keinen echten Engpass, nur die Angst war real*

Vehicle *Engpass*

Topic keadaan sulit atau menegangkan

Grounds sulit, sempit, curam antara dua gunung

c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora struktural** karena keadaan sulit disampaikan secara metaforis melalui konsep jalan sempit di antara dua gunung.

d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora leksikal** karena orang-orang kerap menggunakan kata ini sebagai kata yang menggambarkan kesulitan atau kekurangan tanpa menyadari bahwa kata tersebut mengandung metafora. Di samping itu juga, kata *Engpass* terdapat dalam kamus (Wahrig, 2006: 447).

- e. Ranah sumber (*Bildspender*): **jalan sempit** (*schmaler Weg*) karena acuan yang digunakan dalam komposita *Engpass* adalah sebuah jalan yang sempit, bukan sebuah gang atau jalan seperti di jalan raya besar.

3.5.2 *Auch die Türkei, die 30 Prozent aus Iran bezieht, will ihr Nachbarland nicht vor den Kopf stoßen.*

Idiom *vor den Kopf stoßen* merupakan idiom transparan. Dilihat dari kata yang dipakainya, *Kopf* yaitu kepala dan *stoßen* yang berarti membenturkan, maka maknanya dapat diterka dari kata yang dipakainya. Nilai rasa yang muncul adalah rasa sakit karena didapatkan arti ‘membenturkan kepala’. Mengacu pada makna yang sebenarnya, ‘menyakiti hati’, kata hati dan kepala sama-sama merupakan organ manusia.

Arti dari idiom *vor den Kopf stoßen* adalah *jemanden verletzen, kränken* (Wahrig, 2006: 878). Dalam bahasa Indonesia, *vor den Kopf stoßen* yaitu menyakiti hati seseorang. Menurut Moeliono (1989), bentuk idiom tidak dapat dipertanyakan, ia harus dihafal. Unsur-unsur dalam idiom *vor den Kopf stoßen* tidak dapat dipisahkan ketika ditafsirkan.

3.6 Artikel VI „Wir sitzen so oder so in der Falle“

3.6.1 *Dass wir reden den Posten des Präsidenten noch den des Chefvolkswirts besetzen konnten, zeigt nur noch deutlicher, dass Deutschland in der EZB an den Rand gedrängt wird.*

- a. Arti ***an den Rand drängen*** (*werden*)

An den Rand gedrängt (*werden*) merupakan sebuah idiom. Berdasarkan teori yang saya gunakan, idiom merupakan metafora yang sudah tidak terasa sebagai metafora lagi (metafora yang membeku/*frozen metaphor*). Oleh sebab itu, saya mengelompokkan idiom sebagai *dead metaphor* (metafora yang mati) karena sinonim

dari *frozen metaphor* adalah *dead metaphor*. Menurut Knowles dan Moon (2006: 6), *dead metaphor* termasuk dalam jenis metafora leksikal.

Idiom ini merupakan bentuk idiom transparan yang dari kata-kata yang digunakannya pun sudah dapat diterka dengan mudah maknanya. Kata *Rand*, dalam *Wahrig*, yaitu *Begrenzung, Grenzstreifen, Grenze* (2006: 1195). Dalam bahasa Indonesia, yaitu tepi, pinggir, garis batas. *Drängen*, yaitu mendorong.

Secara harfiah, *an den Rand drängen (werden)* adalah mendorong hingga ke tepi. Karakteristik dari sebuah tepi adalah bagian bidang (permukaan) yang di luar sekali atau pinggir (KBBI, 2008: 1445). Jika dari sebuah tepi itu terus didorong dan didorong, maka benda apapun yang berada di tepi tersebut akan jatuh. Makna idiom *an den Rand drängen (werden)* adalah keadaan kritis karena berdasarkan konteks, posisi Jerman dalam EZB tiba pada masa sulitnya karena terdesak dan terdorong sebab krisis ekonomi.

3.6.2 ...Und Deutschland als größtes Land eine Sonderrolle behalte, erweisen sich **als Schall und Rauch**.

Schall ist Geräusch, Klang, Ton, Laut, Wiederhall (Wahrig, 2006: 1276). Dalam bahasa Indonesia, *Schall* adalah suara-suara seperti gema atau gaung. Dalam *Wahrig*, *Rauch ist von Feuer aufsteigendes Gewölk, Qualm* (2006: 1200). Dalam bahasa Indonesia, *Rauch* adalah asap yang membumbung. Dalam Langenscheidt, *Schall und Rauch sein* adalah *nicht wichtig* (Langenscheidt, 2006: 1276).

Jika dilihat dari arti kata per katanya, idiom ini merupakan idiom transparan, yaitu dapat ditebak makna idiomnya dengan melihat perpaduan karakteristik antara gaung (yang semakin lama semakin tidak terdengar) dan asap (yang semakin membumbung tinggi semakin tidak terlihat). Kedua karakteristik itu menunjukkan bahwa tidak ada yang berarti di antara keduanya karena berujung hilang bersamaan.

Antara gaung dan asap, keduanya berujung pada sesuatu yang fana. Dalam *Duden Band 11* pun dikatakan demikian, idiom *Schall und Rauch sein* adalah *vergänglich, ohne Bedeutung sein*. Jadi, saya menyimpulkan bahwa makna idiom *Schall und*

Rauch sein adalah *nicht wichtig* (tidak penting), *vergänglich* (fana), dan *ohne Bedeutung sein* (tidak berarti apa-apa).

3.6.3 *Insofern sehe ich schwarz für allzu viel Schützenhilfe*

Klausula *sehe ich schwarz* merupakan bentuk idiom yang berasal dari *schwarzsehen*. Dalam kamus Duden online (www.duden.de/rechtschreibung/schwarzsehen), *schwarzsehen* adalah *die Zukunftsansichten negativ, pessimistisch einschätzen, Unerfreuliches, Schlimmes befürchten*. Dalam bahasa Indonesia, idiom *schwarzsehen* adalah pesimis, memandang masa depan dengan negatif, dan ketakutan yang buruk. Berdasarkan konteks, makna idiom ini bermakna pesimis, *ia pesimis akan suntikan dana*.

Idiom ini termasuk ke dalam idiom transparan, yaitu idiom yang dapat diterka maknanya dengan melihat kata yang dipakainya. Bila mendengar kata *schwarz* atau hitam, saya berpendapat, bahwa yang muncul dalam benak kita adalah hal yang kelam, gelap, dan kotor. Jadi, ketika saya menganalisis idiom ini terlepas dari makna idiom yang sebenarnya, kata *schwarz* membantu saya menemukan makna yang tepat dari idiom tersebut.

Berdasarkan teori yang saya gunakan, idiom merupakan metafora yang sudah tidak terasa sebagai metafora lagi (*metafora yang membatu/frozen metaphor*). Oleh sebab itu, saya mengelompokkan idiom sebagai *dead metaphor* (metafora yang mati) karena sinonim dari *frozen metaphor* adalah *dead metaphor*. Menurut Knowles dan Moon (2006: 6), *dead metaphor* termasuk dalam jenis metafora leksikal.

3.7 Artikel VII „Auf schmalem Grat“

3.7.1 *Auf schmalem Grat*

a. Arti *schmaler Grat*

Schmaler Grat merupakan bentuk metafora. Dalam *Wahrig* disampaikan bahwa *Grat* merupakan *Bergkamm, Felsspitze, scharfe Kante* (2006: 641). *Grat* artinya

punggung gunung atau pinggir yang tajam. *Schmall* adalah sempit atau kecil. Jika digabungkan, keduanya bermakna punggung gunung yang sempit dan tajam.

Secara harfiah, *auf schmalem Grat* adalah pada punggung gunung yang tajam. Karakteristik sebuah punggung gunung adalah keadaan alam yang masih lebat akan pepohonan dengan lembah yang curam di kanan dan kirinya serta jalan setapak yang mungkin masih sempit karena begitu lebatnya vegetasi. Dengan keadaan yang seperti itu jika diibaratkan dengan keadaan seseorang, yaitu keadaan seseorang yang sedang dalam bahaya dan menegangkan. Maka, makna metaforis dari kalimat *auf schmalem Grat* adalah mengacu pada keadaan seseorang yang sedang dalam bahaya dan menegangkan.

b. Analisis Metafora

Context *Auf schmalem Grat*

Vehicle *auf schmalem Grat*

Topic dalam posisi yang bahaya dan menegangkan

Grounds posisi yang bahaya diibaratkan dengan berada di pinggir gunung yang tajam

c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora struktural** karena konsep posisi yang bahaya disampaikan secara metaforis melalui konsep posisi pinggir gunung yang tajam.

d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora kreatif** karena penulis artikel memilih kata itu sesuai dengan kebutuhannya untuk menggambarkan peristiwa yang terjadi sesuai dengan perbandingan karakteristik antara keadaan gunung dan keadaan seseorang yang sedang dalam bahaya atau menegangkan.

e. Ranah sumber (*Bildspender*): **pegunungan (Gebirge)** karena acuan dalam *auf schmalem Grat* adalah salah satu bagian dari sebuah pegunungan, yakni punggung gunung.

3.7.2 *Ein sogenannter Whistleblower brachte den Schweizer Notenbankchef Philipp Hildebrand zu Fall.*

a. Arti **Whistleblower**

Secara harfiah, *Whistleblower* adalah peniup peluit. Sebuah peluit yang ditiup terus-menerus menunjukkan seperti adanya sebuah peringatan akan sesuatu yang terjadi. Peringatan itulah yang dijadikan sebuah perbandingan bahwa di tempat itu terjadi sesuatu yang tidak beres. Lalu peniup peluit digambarkan sebagai seseorang yang membeberkan sesuatu yang tidak baik itu. Dengan pemaparan tersebut, maka didapatkan kemiripan antara peniup peluit dengan seseorang yang membeberkan sesuatu.

Whistleblower berasal dari bahasa Inggris, yaitu *whistle blower*. Dalam bahasa Inggris, metafora *whistle blower* mempunyai arti *an informant who exposes wrongdoing within an organization in the hope of stopping it* (www.audioenglish.net/dictionary.whistle-blower.htm). Makna dari metafora ini adalah seseorang yang mengungkapkan perbuatan tidak baik kawan satu tempat kerjanya ke pihak berwajib atau khalayak dengan harapan ia akan berhenti melakukan hal yang tidak baik itu.

b. Analisis Metafora

Context *Ein sogenannter Whistleblower brachte den Schweizer Notenbankchef Philipp Hildebrand zu Fall.*

Vehicle *Whistleblower*

Topic seseorang yang mengungkapkan perbuatan tidak baik kawan satu tempat kerjanya ke pihak berwajib atau khalayak.

Grounds peniup peluit dibandingkan dengan seseorang yang mengungkapkan perbuatan tidak baik kawan setempat kerjanya.

- c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora struktural** karena konsep pengungkapan kebenaran disampaikan secara metaforis melalui konsep peniupan peluit.
- d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora kreatif** karena frase ini diciptakan sendiri oleh penulisnya sesuai dengan kebutuhan penulisannya melalui perbandingan antara peluit dengan sesuatu yang dibeberkan.
- e. Ranah sumber (*Bildspender*): **peluit (*Pfeife*)** karena benda yang digunakan sebagai acuan pengungkap kebenaran diibaratkan sesuatu yang berbunyi nyaring.

3.8 Artikel VIII „Marios Mobile“

3.8.1 *Am Donnerstag und Freitag vergangener Woche konnten sich Italien und Spanien problemlos **frisches Geld** besorgen – und das zu erträglichen Zinsen.*

a. Arti kata ***frisches Geld***

Dalam kamus *Wahrig*, kata *frisch* mempunyai banyak arti yang menyiratkan sesuatu yang bersih dan belum terkotori, diantaranya *unverbraucht*, *neu und dynamisch* (2006: 554). Dalam hal ini, *frisches Geld* merupakan bentuk personifikasi karena karakteristik *frisch* yang biasanya menyatu dengan wujud *human*, sekarang harus berhadapan dengan wujud *nonhuman* yaitu *Geld* (uang).

Saya mengelompokkan *frisches Geld* ke dalam personifikasi karena acuan saya adalah *fresh graduate* (orang yang baru lulus/baru diwisuda). Seseorang yang disebut sebagai *fresh graduate* adalah mahasiswa yang baru saja melalui prosesi kelulusannya. Dalam *fresh graduate*, yang ditunjuk adalah benda hidup (wujud *human*), sedangkan dalam *frisches Geld*, yang ditunjuk adalah benda mati, yaitu *Geld* (uang). Dengan pemaparan yang seperti itu, saya memasukkan *frisches Geld* ke dalam personifikasi, yakni majas yang melekatkan sifat insani kepada wujud *nonhuman*.

Berdasarkan penjabaran tersebut, saya mengartikan makna metaforis dari *frisches Geld* adalah dana segar atau uang yang baru saja diterima. Dalam bahasa Indonesia, padanan metafora *frisches Geld* adalah *dapat angin*.

b. Analisis metafora

Context Am Donnerstag und Freitag vergangener Woche konnten sich Italien und Spanien problemlos **frisches Geld** besorgen – und das zu erträglichen Zinsen

Vehicle *frisches Geld*

Topic dana segar

Grounds dinamis, baru

- c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora ontologis** karena Johnson dan Lakoff berpendapat bahwa sebagian besar metafora ontologis adalah objek yang dispesifikasikan lebih jauh sebagai *human* (Johnson & Lakoff, 1980: 33). Dengan penyebutan objek sebagai wujud *human* inilah saya mengelompokkan kata tersebut ke dalam jenis metafora ontologis.
- d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora kreatif** karena sebagian dari kita tentu sudah asing lagi mendengar kata *fresh graduate*, namun dalam artikel ini, penulis mencoba memadukan kata *frisch* untuk *Geld* yang berwujud *nonhuman*.
- e. Ranah sumber (*Bildspender*): **kesegaran (*Frische*)** karena jika kita mendengar sesuatu yang segar berarti dapat juga merupakan sesuatu yang baru. Dalam KBBI, kesegaran adalah keadaan (hal, sifat dsb.) segar (KBBI, 2008: 1240).

3.9 Artikel IX „Kassensturz auf Schwäbisch“

3.9.1 *Die Insolvenz ist seine letzte Chance, das Imperium zu retten.*

a. Arti *Imperium*

Kata *Imperium*, dalam kamus Wahrig, adalah (1) *Weltmacht, Weltreich*; (2) *starker Verbund, mächtiger Zusammenschluss* (Wahrig, 2006: 761).. Menurut saya, kata *Imperium* mengandung metafora karena penempatan katanya yang tidak sesuai dengan ranahnya. Kata *Imperium* di sini tidak serta-merta sedang menjelaskan sebuah kerajaan yang besar dan berkuasa. Kata ini meminjam kata dari ranah kerajaan untuk menjelaskan suatu tempat yang besar dan kuat. Dalam kalimat ini, sesuai dengan konteksnya, *Imperium* mengacu pada toko obat yang besar dan sudah lama bertahan. Secara umum, *Imperium* mengacu pada tempat yang besar dan berkuasa karena biasanya kekaisaran atau kerajaan itu memiliki ruang lingkup yang besar.

b. Analisis metafora

Context *Die Insolvenz ist seine letzte Chance, das Imperium zu retten*

Vehicle *Imperium*

Topic tempat yang besar dan berkuasa

Grounds suatu tempat yang besar dan sudah lama bertahan diibaratkan dengan kerajaan yang kuat dan berkuasa

c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora struktural** karena konsep kerajaan dipakai secara metaforis untuk merujuk konsep tempat perdagangan yang besar.

d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora leksikal** karena kata ini sudah marak dipakai orang-orang untuk merujuk pada sebuah tempat yang besar, sudah lama bertahan, dan mempunyai kekuasaan. Di samping itu, kata ini terdapat dalam kamus (Wahrig, 2006: 761).

- e. Ranah sumber (*Bildspender*): **kerajaan** (*Königreich*) karena kata *Imperium* menyiratkan sebuah bentuk pemerintahan yang dikepalai oleh raja.

3.9.2 *Dort regiert Anton Schlecker, 67, sein Reich seit nun mehr Jahrzehnten im Stil eines Autokraten.*

a. Arti **Reich**

Dalam kamus Wahrig, *Reich* mempunyai dua arti, yakni (1) *Staat, Imperium*. (2) *großes Gebiet, Bereich*. (Wahrig, 2006: 1214). Dalam bahasa Indonesia, *Reich* adalah negara, kerajaan, dan daerah wilayah yang besar. Dalam kalimat ini, *Reich* yang dimaksud adalah sebuah tempat besar untuk mengembangkan usaha yang sudah lama bertahan. Karena kata *Reich* tidak bermakna kekaisaran yang sesungguhnya dalam konteks ini, maka saya memasukkannya ke dalam metafora. Kata *Reich* dipinjam dari ranah kata kerajaan untuk menggambarkan sebuah tempat yang sudah lama bertahan. Dalam konteks ini, tempat yang sudah lama bertahan itu adalah toko obat. Kata *Reich* sebenarnya bermakna sama dengan *Imperium*. Hanya saja *Imperium* berasal dari bahasa Latin.

b. Analisis metafora

Context *Dort regiert Anton Schlecker, 67, sein Reich seit nun mehr Jahrzehnten im Stil eines Autokraten.*

Vehicle *Reich*

Topic tempat usaha yang telah lama bertahan

Grounds sebuah tempat yang sudah lama bertahan diibaratkan sebuah kerajaan yang sudah lama berkuasa

- c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora struktural** karena konsep tempat untuk mengembangkan usaha yang sudah lama bertahan disampaikan secara metaforis melalui konsep kerajaan.

- d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora leksikal** karena kata ini sudah marak dipakai orang-orang untuk merujuk pada sebuah tempat yang besar, sudah lama bertahan, dan mempunyai kekuasaan. Di samping itu, kata ini terdapat dalam kamus (Wahrig, 2006: 1214).
- e. Ranah sumber (*Bildspender*): **kerajaan (Königreich)** karena kata *Reich* menyiratkan sebuah bentuk pemerintahan yang dikepalai oleh raja.

3.9.3 *Wer was zu sagen hatte, blieb unklar, aber die neue **Strategie** soll gemeinsam beschlossen worden sein.*

a. Arti **Strategie**

Kata *Strategie* diambil dari ranah kerajaan. Dalam paragraf ini, kata *Strategie* digunakan untuk merujuk pada perencanaan yang baik. Kata *Strategie* ini meminjam istilah yang biasa dipakai dalam peperangan.

b. Analisis metafora

Context Wer was zu sagen hatte, blieb unklar, aber die neue **Strategie** soll gemeinsam beschlossen worden sein.

Vehicle Strategie

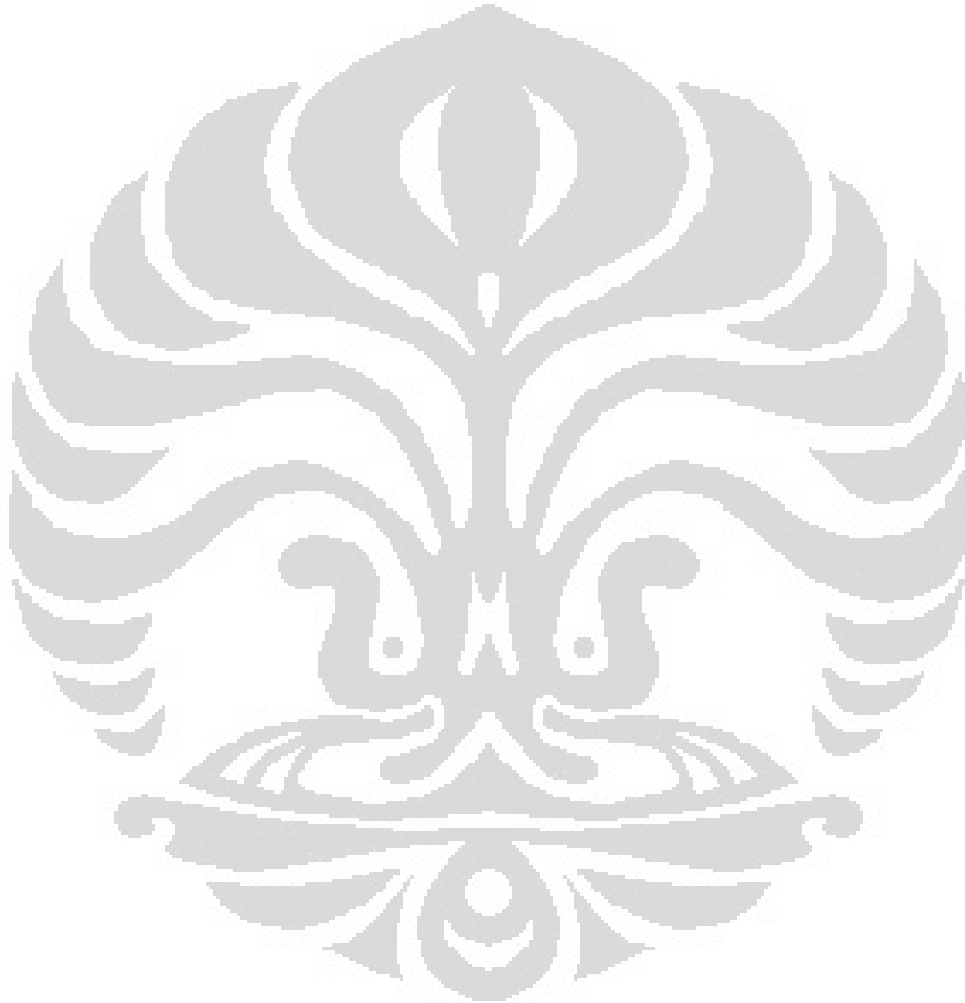
Topic siasat atau rencana yang baik

Grounds siasat atau perencanaan yang baik yang biasa digunakan dalam perang, sekarang digunakan untuk membicarakan hal lain

- c. Jenis metafora berdasarkan bentuk dan isinya menurut Johnson dan Lakoff: **metafora struktural** konsep penentuan perencanaan yang matang disampaikan secara metaforis melalui konsep peperangan.
- d. Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora menurut Kurz: **metafora leksikal** karena kata ini sudah marak dipakai orang-orang untuk

merujuk pada sebuah tempat yang besar, sudah lama bertahan, dan mempunyai kekuasaan. Di samping itu, kata ini terdapat dalam kamus (Wahrig, 2006: 1427).

- e. Ranah sumber (*Bildspender*): **peperangan** (*Krieg*) karena kata *Strategie* sebenarnya merupakan ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam perang (KBBI, 2008: 1340).



BAB 4

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis metafora dalam majalah *Der Spiegel* edisi I tahun 2011 dan edisi II, III, dan IV edisi 2012 pada sembilan artikel ekonomi dapat disimpulkan bahwa dalam laras jurnalistik pun kerap ditemukan kalimat atau kata atau frasa yang mengandung metafora. Berdasarkan hasil analisis pada bab 3, saya menemukan personifikasi sebanyak lima buah, metafora sebanyak sepuluh buah, dan idiom sebanyak empat buah.

Metafora yang banyak dijumpai dalam artikel ekonomi pada majalah *Der Spiegel* adalah jenis metafora struktural. Dilihat dari aspek produktivitas dan kestabilan metafora, jenis metafora yang banyak muncul adalah metafora leksikal. Untuk ranah sumber, yang paling sering dipakai adalah ranah sumber peperangan (*Krieg*).

Di bawah ini terdapat tabel hasil analisis.

Personifikasi
<i>Vor seinem verglasten Büro im obersten Stock der Firmenzentrale am Flughafen Dubai wächst ein graublau schimmernder Stahlkoloss in die Höhe.</i>
<i>Bis heute ist es fast unmöglich, jemanden in Berlin zu treffen, der ein böses Wort über den Bahn.</i>
<i>Auch die Lufthansa mischt im Preiskampf mit und bietet etwa die Strecke München-Singapur ab 599 Euro an.</i>
<i>Das frühzeitige Schnäppchenangebot der Berliner hat zahlreiche Wettbewerber mit zeitlich befristeten Sonderaktion auf den Plan gerufen, darunter vor allem die Etihad Rivalen Emirates und Qatar Airways.</i>
<i>Am Donnerstag und Freitag vergangener Woche konnten sich Italien und Spanien problemlos frisches Geld besorgen – und das zu erträglichen Zinsen.</i>

Tabel 1: Tabel Personifikasi

Berdasarkan tabel 1 di atas, kata-kata yang termasuk ke dalam bentuk personifikasi, yaitu:

1. *Am Flughafen Dubai wächst ein graublau schimmernder Stahlkoloss in die Höhe*
2. *Ein böses Wort*
3. *Preiskampf*
4. *Die Etihad Rivalen Emirates und Qatar Airways*
5. *Frisches Geld*

Berdasarkan pendapat Johnson dan Lakoff, sebagian besar metafora ontologis adalah objek yang dispesifikasikan lebih jauh sebagai *human* (Johnson & Lakoff, 1980: 33). Dengan penyebutan objek sebagai wujud *human* inilah saya mengelompokkan keempatnya ke dalam jenis metafora ontologis. Jadi, kelima personifikasi di atas saya kelompokkan ke dalam jenis metafora ontologis.

Metafora	Jenis Metafora Berdasarkan Bentuk dan Isi			Jenis Metafora Berdasarkan Produktivitas dan Kestabilan Metafora		
	struktural	orientasional	ontologis	kreatif	konvensional	leksikal
<i>Wie das Echo jenes alten Größenwahns</i>	┘	-	-	-	┘	-
<i>Schwellenländer</i>	┘	-	-	-	-	┘
<i>Kleinkrieg</i>	┘	-	-	-	-	┘
<i>Goldgräbermentalität</i>	┘	-	-	┘	-	-
<i>Engpass</i>	┘	-	-	-	-	┘
<i>Auf schmalem Grat</i>	┘	-	-	┘	-	-
<i>Whistleblower</i>	┘	-	-	┘	-	-
<i>Imperium</i>	┘	-	-	-	-	┘
<i>Reich</i>	┘	-	-	-	-	┘
<i>Strategie</i>	┘	-	-	-	-	┘

Tabel 2: Tabel Metafora

Berdasarkan tabel 2 di atas, jenis-jenis metafora yang paling banyak muncul adalah jenis metafora struktural berdasarkan bentuk dan isinya, yaitu sebanyak 10 buah. Sementara itu, jenis metafora orientasional tidak ada sama sekali.

Jenis metafora berdasarkan produktivitas dan kestabilan metafora yang paling banyak muncul adalah jenis metafora leksikal, yaitu sebanyak enam buah. Sementara jenis metafora kreatif ada tiga buah dan jenis metafora konvensional sebanyak satu buah.

Selain personifikasi dan metafora, idiom juga kerap muncul. Di bawah ini merupakan idiom-idiom yang terdapat dalam hasil analisis dari sumber data saya.

Idiom
<i>Von den Kopf stoßen</i>
<i>An den Rand gedrängt (werden)</i>
<i>Schall und Rauch sein</i>
<i>Schwarzsehen</i>

Tabel 3: Tabel Idiom

Berdasarkan tabel 3 di atas, idiom yang didapat dari hasil analisis saya yaitu berjumlah 4 buah. Dalam glossarium *A Glossary of Semantics and Pragmatics*, idiom disebutkan sebagai metafora yang membeku (*frozen metaphor*) (Curse, 2006: 83). *Frozen metaphor* itu sendiri merupakan kata lain dari *dead metaphor*, metafora yang telah mati atau sudah tidak terasa lagi metaforanya. Knowles dan Moon menyebut *dead metaphor* adalah metafora leksikal (metafora yang telah mati) (Knowles & Moon, 2006: 6). Jadi, saya mengambil kesimpulan bahwa idiom merupakan *dead metaphor* yang berarti jenis metafora leksikal.

Berdasarkan pendapat Moeliono (1989: 177) yang berbunyi, “Tidak ada alasan logis mengapa idiom bentuknya demikian”, membuat saya menarik satu kesimpulan bahwa anggapan orang-orang terhadap idiom merupakan idiom saja, tidak melintaskan bahwa ternyata idiom mengandung metafora yang sudah tidak terasa lagi metaforanya.

Dari keempat idiom di tabel 3, ada idiom yang saya kelompokkan ke dalam jenis metafora kreatif juga, yaitu *an den Rand drängen (werden)*. Di sini, saya menilai penulis artikel membubuhi idiom yang sudah tertera dalam kamus idiom (*Duden Band 11*) dengan tambahan kata-katanya sendiri, namun maknanya tidak jauh dari makna idiom yang sebenarnya itu.

Keempat idiom itu merupakan idiom transparan, yaitu idiom yang dapat diterka maknanya dengan melihat kata-kata yang dipakai karena sebagian unsur-unsur frase secara semantis tidak ditransformasikan, namun unsur-unsur tersebut telah mempertahankan makna leksikalnya.

Metafora, Personifikasi, dan Idiom	Ranah Sumber (<i>Bildspender</i>)
<i>Vor den Kopf stoßen</i>	-
<i>An den Rand drängen (werden)</i>	-
<i>Schall und Rauch sein</i>	-
<i>Schwarzsehen</i>	-
<i>Wie das Echo jenes alten Größenwahns</i>	Gema/gaung (<i>Echo</i>)
<i>Schwellenländer</i>	Bangunan (<i>Gebäude</i>)
<i>Engpass</i>	Jalan sempit (<i>schmaler Weg</i>)
<i>Imperium</i>	Kerajaan (<i>Königreich</i>)
<i>Reich</i>	Kerajaan (<i>Königreich</i>)
<i>Frisches Geld</i>	Kesegaran (<i>Frische</i>)
<i>Am Flughafen Dubai wächst ein graublau schimmernder Stahlkoloss in die Höhe</i>	Tumbuhan (<i>Pflanze</i>)
<i>Whistleblower</i>	Peluit (<i>Pfeife</i>)
<i>Auf schmalem Grat</i>	Pegunungan (<i>Gebirge</i>)
<i>Kleinkrieg</i>	Peperangan (<i>Krieg</i>)
<i>Preiskampf</i>	Peperangan (<i>Krieg</i>)
<i>Strategie</i>	Peperangan (<i>Krieg</i>)
<i>Rivalen</i>	Pertandingan (<i>Wettkampf</i>)
<i>Ein böses Wort</i>	Sifat buruk (<i>böser Charakter</i>)

Goldgräbermentalität	Tambang (<i>Bergbau</i>)
----------------------	----------------------------

Tabel 4: Tabel Ranah Sumber

Berdasarkan tabel 4 di atas, ranah sumber yang tidak dapat dikenali adalah ranah sumber idiom, yakni *von den Kopf stoßen, an den Rand drängen (werden), Schall und Rauch sein*, dan *schwarzsehen*. Karena idiom merupakan metafora yang sudah tidak terasa sebagai metafora lagi, maka ranah sumbernya tidak dapat dikenali kembali seperti pada personifikasi ataupun metafora.

Ranah sumber yang paling banyak muncul adalah ranah sumber peperangan (*Krieg*), yaitu berjumlah 3 buah. Kata *Kleinkrieg, Preiskampf*, dan *Strategie* saya dapatkan dari tiga artikel yang berbeda. Ketiga artikel tersebut alur ceritanya sama, yaitu adanya sebuah persaingan. Persaingan yang dimaksud adalah persaingan dalam jual-beli dan dunia kerja.

Berikut alasan saya memasukkan ketiganya ke dalam ranah sumber peperangan.

Kleinkrieg, dalam kata *Krieg*, secara leksikal, mengacu pada ‘pertempuran besar bersenjata antara dua pasukan (tentara, laskar, pemberontak, dsb.) atau lebih’. Namun, dalam artikel ekonomi tersebut, *Kleinkrieg* mengacu pada perselisihan kecil yang tidak memakai persenjataan, hanya berbeda pendapat. Hal yang hampir sama pada kedua kata tersebut adalah adanya dua kubu yang saling tegang.

Preiskampf, dalam kata *Kampf*, secara leksikal, mengacu pada ‘perihal bersaing, berjuang, dan bertarung’. Dalam artikel ekonomi tersebut, didapatkan adanya persaingan dalam hal harga barang yang seolah-olah ‘harga’ melakukan persaingan untuk merebut pasar. Ada kemiripan antara yang terjadi dalam sebuah persaingan dengan peperangan, yaitu saling memperebutkan sesuatu untuk dapat merebut kekuasaan (menguasai pasar).

Strategie, secara leksikal adalah ‘ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam perang’. Sama halnya dalam artikel ekonomi yang membahas dunia bisnis, di sini dibutuhkan siasat perencanaan yang baik untuk dapat bersaing secara sehat dengan para lawan bisnisnya yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Cruse, Alan. 2006. *A Glossary of Semantics and Pragmatics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Dewabrata, AM. 2004. *Kalimat Jurnalistik: Panduan Mencermati Penulisan Berita*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Keraf, Gorys. 1984. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Knowles, Murray dan Rosamund Moon. 2006. *Introducing Metaphor*. Great Britain: TJ International, Padstow, Cornwall.
- Kurz, Gehard. 1993. *Metapher, Allegorie, Symbol*. Göttingen: Vandenhoeck u. Ruprecht.
- Kusumaningrat, Hikmat., dan Purnama Kusumaningrat. 2005. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Lakoff, George, dan M. Johnson. 1980. *Metaphors We Live By*. USA: The University of Chicago Press.
- Moeliono, Anton M. 1989. *Kembara Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia.
- Nöth, Winfried. 1985. *Semiotic Aspects of Metaphor* dl. *The Ubiquity of Metaphor*. ed. Wolf Paprotte. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Santana K., Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Utorodewo, Felicia N., et al. 2006. *Bahasa Indonesia Sebuah Pengantar Penulisan Ilmiah*. Depok: Universitas Indonesia.
- Wilmann, Juliane C. dan Günther Schmitt. 2002. *Die Medizin und ihre Sprache*. Landsberg: Ecomed Verlagsgesellschaft AG.

SUMBER INTERNET

- , http://www.fragdienachbarn.org/was_sind_schwelienlander.html diakses pada tanggal 6 April 2012 pada pukul 09.13 WIB.

----, http://www.audioenglishnet/dictionary/dead_metaphor.htm diakses pada tanggal 17 Mei 2012 pada pukul 13.44 WIB.

----, http://www.internetslang.com/GOLD_20DIGGER-meaning-definition.asp diakses pada tanggal 5 Juni 2012 pada pukul 10.04 WIB.

----, <http://www.duden.de/rechtschreibung/schwarzsehen> diakses pada tanggal 5 Juni 2012 pada pukul 14.45 WIB.

KAMUS

---. 2002. *Duden Redewendungen Wörterbuch der deutschen Idiomatik, Duden Band 11*. Mannheim: Dudenverlag.

Götz, Dr. Dieter, et al. 2006. *Langenscheidt Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache*. München: Langenscheidt Verlag..

Heuken, Adolf. 2007. *Deutsch-Indonesisches Wörterbuch Kamus Jerman-Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kridalaksana, Harimurti. 1993. *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kridalaksana, Harimurti. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia.

Wahrig, Renate dan Burfeind. 2006. *Wahrig Deutsches Wörterbuch*. München: Geschäftsbereich Verlag.

KORPUS DATA

Der Spiegel edisi I terbit pada tanggal 3 Januari 2011.

Der Spiegel edisi II terbit pada tanggal 9 Januari 2012.

Der Spiegel edisi III terbit pada tanggal 16 Januari 2012.

Der Spiegel edisi IV terbit pada tanggal 23 Januari 2012.

LAMPIRAN DATA

1. *Vor seinem verglasten Büro im obersten Stock der Firmenzentrale am Flughafen Dubai wächst ein graublau schimmernder Stahlkoloss in die Höhe.*
2. *Es wird der größte Flughafen der Welt sein – und es klingt zunächst wie das Echo jenes alten Größenwahns, der Dubai einst berühmt gemacht hat.*
3. *Während große Industriekonzerne die Folgen der Globalisierung früh erkannten und sich in den aufstrebenden Schwellenländern positionierten, änderte sich bei den einstigen Staatslinien Europas zunächst nur wenig.*
4. *Es hat allerdings auch zu einem Kleinkrieg in seiner Familie geführt und könnte ihn obendrein bald vor Gericht bringen.*
5. *Der Fall zeigt, welche Goldgräbermentalität die junge Branche ergriffen hat.*
6. *Bis heute ist es fast unmöglich, jemanden in Berlin zu treffen, der ein böses Wort über den Bahn-Chef zu verlieren hat.*
7. *Auch die Lufthansa mischt im Preiskampf mit und bietet etwa die Strecke München-Singapur ab 599 Euro an.*
8. *Das frühzeitige Schnäppchenangebot der Berliner hat zahlreiche Wettbewerber mit zeitlich befristeten Sonderaktion auf den Plan gerufen, darunter vor allem die Etihad Rivalen Emirates und Qatar Airways.*
9. *Es gab also keinen echten Engpass, nur die Angst war real.*
10. *Auch die Türkei, die 30 Prozent aus Iran bezieht, will ihr Nachbarland nicht vor den Kopf stoßen.*
11. *Dass wir reden den Posten des Präsidenten noch den des Chefvolkswirts besetzen konnten, zeigt nur noch deutlicher, dass Deutschland in der EZB an den Rand gedrängt wird.*
12. *...Und Deutschland als größtes Land eine Sonderrolle behalte, erweisen sich als Schall und Rauch.*
13. *Insofern sehe ich schwarz für allzu viel Schützenhilfe.*
14. *Auf schmalem Grat*

15. *Ein sogenannter Whistleblower brachte den Schweizer Notenbankchef Philipp Hildebrand zu Fall.*
16. *Am Donnerstag und Freitag vergangener Woche konnten sich Italien und Spanien problemlos frisches Geld besorgen – und das zu erträglichen Zinsen.*
17. *Die Insolvenz ist seine letzte Chance, das Imperium zu retten.*
18. *Dort regiert Anton Schlecker, 67, sein Reich seit nun mehr Jahrzehnten im Stil eines Autokraten.*
19. *Wer was zu sagen hatte, blieb unklar, aber die neue Strategie soll gemeinsam beschlossen worden sein.*



LAMPIRAN KORPUS DATA

Artikel I “Die Überflieger”

Artikel II “Windige Spekulation”

Artikel III “Schwellen Angst”

Artikel IV “Arabische Nächte billig wie selten”

Artikel V “Duell der Boykotteure”

Artikel VI “Wir sitzen so oder so in der Falle”

Artikel VII “Auf schmalem Grat”

Artikel VIII “Marios Mobile”

Artikel IX “Kassensturz auf Schwäbisch”