

## MAKNA UNGKAPAN METAFORIS DALAM BERKAMPANYE

**Rahayu Pristiwati**

*Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Semarang  
Kampus Unnes Sekaran, Gunungpati, Semarang 50229  
e-mail: rahayupristiwati@yahoo.co.id*

**Abstrak:**Metafora tidak hanya untuk keindahan pengungkapan dalam bidang prosa. Ternyata metafora juga memiliki daya kreatif dalam bahasa sehingga dapat mewakili pesan yang disampaikan politikus dengan tepat dan menarik pada wacana kampanye. Makalah ini bertujuan menganalisis makna ungkapan metaforis dalam berkampanye yang terkandung dalam wacana kampanye. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan deskriptif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode padan referensial dan metode refleksif introspektif. Dari analisis data penelitian ini diperoleh temuan bahwa makna ungkapan metaforis dalam wacana kampanye berdasarkan makna interaksi meliputi makna ungkapan metaforis berubah artinya ke dalam makna langsung yang dimaksud atau sebaliknya.

**KataKunci:** metafora, makna, wacana kampanye.

**Abstract:**Metaphors are not only to beautify language in terms of prose. Actually metaphor is also embodiment of applicable creative language power representing delivered messages by politicians accurately and attractively in campaign discourse as ornaments. The has purposes to analyze metaphorical utterance meanings utterances contained in campaign discourse. The approach used is qualitative descriptive. The data analysis is done through matching referential method and introspective reflective method. The data analysis of the research gains these findings. The metaphorical meaning based on interactional theory covers metaphorical utterance meaning changes the meanings metaphorical meanings or vice-versa.

**Keywords:** metaphors, meaning, campaign discourse.

### **Pendahuluan**

Metafora merupakan hal yang sangat menarik dalam semantik. Ullman (1972:212-215) mengemukakan tiga konsep dalam kajian bidang ini.

Ketiga konsep itu adalah (1)

metafora mempunyai arti penting sebagai daya kreatif dalam bahasa, (2)

metafora mempunyai struktur dasar yang sangat sederhana, dan (3)

metafora sebagai alat pengisi kekosongan dalam kosakata. Sementara itu, pendapat tentang metafora yang memperlihatkan kemenarikan makna dikemukakan oleh Wahab (1990), Ruiz (2006), Qiang (2011), dan Ocak (2015). Pandangan para

ahli itu bahwa metafora merupakan kata yang indah tidak hanya mewakili isu-isu politik yang kompleks dalam bahasa yang mudah dipahami, tetapi juga dapat membingkai makna. Sebagaimana media komunikasi, wacana kampanye berperan penting dalam menyalurkan informasi kepada masyarakat.

Peranan ini sangat terasas ditandai dengan makin beragamnya informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Hal itu karena di dalam suatu wacana kampanye seseorang politikustidak hanya menyampaikan pesan-pesan okoklewat teks, tetapi juga tuturan yang mengandung kiasan, ungkapan, dan metafora. Selain itu, media massa juga besar peranannya dalam pembinaan bahasa. Oleh karena itu, kajian tentang metafora ini memerlukan pengetahuan tertentu mengenai makna. Hal ini ditegaskan oleh Bright (1992:422) yang menyatakan bahwa masalah metafora telah dekatidarisegi struktur bahasa dan pemakaian bahasa. Sementara itu, Lakoff dan Johnson (2003:3) yang menyatakan bahwa metafora merefleksikan apa yang dipikirkan, dialami, dan dilakukan orang dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomena teori makna menurut Wahab (1991:91) juga dapat dibedakan menjadi dua, yaitu teori makna perbandingan (*the comparison theory*) dan teori interaksi (*the interaction theory*). Dalam berpolitik, di samping mendayagunakan aspek visual, para politikus juga memanfaatkan bahasa. Melalui bahasa, para politikus mengusung wacana yang mengagung-agungkan dirinya dan tidak jarang menyerang lawan politiknya. Bahasa dibuat sedemikian rupa sehingga rakyat terbuju, terayu, dan mengikuti seruannya. Oleh karena itu, elit politik memilih dan mengistimewakan metafora dan mengabaikan satuan bahasa yang lain dalam praktik kekuasaan dan hegemoni di media massa (Santoso 2003:35).

Dalam menyampaikan maksudnya, politikus kerap kali menggunakan ungkapan metaforis. Ungkapan-ungkapan itu dapat menjadi dasar dalam memformulasikan metafora. Dalam tuturan politikus berikut ini, digunakan ungkapan metaforis pada saat berkampanye.

- (1) “Kami akan membangun pabrik mobil buatan Indonesia, motor buatan Indonesia, dan pesawat terbang buatan

Indonesia. Bangsa kita besar dan terhormat, maka bangsa ini harus mampu *berdiri di atas kaki sendiri....*” (17/SM/4/4/2014/2/N).

Penggunaan ungkapan metaforis pada penggalan wacana (1) banyak ditemui dalam wacana kampanye. Hal itu membuktikan bahwa ungkapan metaforis seperti pada penggalan wacana (1) itu benar adanya, telah digunakan, dan dipahami oleh masyarakat Indonesia.

### **Metode Penelitian**

Desain penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Dengan mengacu kepada pendapat Bungin (2014:68) tentang desain penelitian ini, tujuan yang hendak dicapai sehubungan dengan topik penelitian ini karena tertuju pada pemecahan masalah metafora dalam berkampanye. Di dalam kegiatan pengumpulan data dipergunakan metode pengamatan atau metode observasi (Bachtiar 1997:108-128). Berdasarkan cara analisis, menggunakan metode padan referensial dan metode refleksif introspektif (Sudaryanto 2015:15;172).

### **Hasil dan Pembahasan**

Sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, hasil penelitian yang dikemukakan meliputi makna ungkapan metaforis dalam berkampanye. Berdasarkan analisis data penelitian ini, ternyata dalam berkampanye banyak ditemukan makna ungkapan metaforis. Adapun makna ungkapan metaforis yang ditemukan adalah makna interaksi. Di dalam makna interaksi bentuk metaforis merupakan pemakaian ungkapan kebahasaan tersendiri secara kias yang dimasukkan ke dalam ungkapan langsung sedemikian rupa sehingga makna pernyataan metaforis dan makna langsung mengadakan interaksi.

Penggalan wacana kampanye(1) berisi ungkapan metaforis yang mematuhi makna interaksiyaitu “...Caranyadalammengentaskankemiskinantersebut, denganmenekanangkapgangguran yang tinggi.”*Mengentaskan* artinya ‘mengangkat’ (darisatutempatketempat lain), misalnya*mengentas(kan)sayuran yang sedangdirebus*. Berdasarkanhalitu, analisispenerapanmagnainteraksi yang merupakancirisemantisnyaadalahverba, dikenakanpadabendakonkret (manusia,

binatang, tumbuhan, benda lain), dan berpindah tempat. Ungkapan metaforis pada penggalan wacana kampanye (1) yaitu *mengentaskan* telah mempersamakan *kemiskinan* dengan benda lain seperti manusia sehingga bisa *dientaskan*. Untuk mengetahui ketepatan metafora itu, dengan cara mencari prediksi lain yang dapat dikenakan pada satuan-satuan yang dipersamakan. Ternyata ungkapan seperti melihat, memperhatikan, menyedihkan, dan merasakan (kepedihan) merupakan prediksi yang dapat dikenakan pada dua ungkapan yang diperbandingkan. Terbukti bahwa bagian penghayatan makna *kemiskinan* sebagai makna *manusia* yang bisa *dientaskan* sudah tepat. Ungkapan metaforis (1) untuk *mengentaskan kemiskinan* berarti telah mempersamakan benda abstrak yang mati dengan benda konkret yang hidup atau mati. Yang dapat *dientaskan* adalah *benda mati*, *tumbuhan*, *binatang*, *atau manusia*, tetapi pada ungkapan metaforis (1) dikenakan pada *kemiskinan*. Secara semantis, *mengentaskan* bermakna ‘memindahkan atau berpindah tempat, biasanya ke tempat yang lebih baik atau lebih aman, memberantas’. Maknaitulah yang digunakan oleh ungkapan metaforis (1). Demikianlah, penggunaan metafora dalam penggalan wacana kampanye (1) itu terbukti mematuhi makna interaksi.

Penggalan wacana kampanye (2) juga berisi ungkapan metaforis yang mematuhi makna interaksi “Kami, Prabowo-Hatta akan berjuang keras untuk menyelamatkan *kekayaan Indonesia* agar *bangkit* menjadi bangsa yang berdikari.” *Bangkit* artinya ‘bangun (dari tidur, duduk) lalu berdiri’. Beberapa ciri semantis ungkapan *bangkit* dapat diungkap, yaitu verba, dikenakan pada makhluk hidup (binatang, manusia), aktivitas setelah beristirahat (duduk, tidur), sebuah proses menuju ajeg atau stabil, dan posisinya belum tegak benar. Kemetaforaan ungkapan *bangkit* disebabkan diterapkan pada ungkapan *kekayaan Indonesia* yang merupakan benda mati yang abstrak. Padahal, ungkapan *bangkit* biasanya digunakan untuk makhluk hidup yang pada umumnya konkret seperti *manusia* atau *binatang*. Dengan demikian, ungkapan *kekayaan Indonesia* dipersamakan dengan *binatang* yang bisa *bangkit*. *Kekayaan Indonesia* ternyata memiliki persamaan dengan *binatang*, dalam hal sama-sama dapat *lemah*, *bernilai tinggi*, *labil*, *stabil*, dan *membalik*.

Oleh karena itu, ungkapan metaforis *bangkit* sebagai salah satu predikasi yang dapat diterapkan pada *kekayaan Indonesia* dapat disebut logis dan menarik.

Secara implisit, dapat ditangkap suatu makna bahwa sebelumnya *kekayaan Indonesia ini* “tidur” (tidak dapat diandalkan). *Kekayaan Indonesia* selama ini kurang menunjang kemakmuran rakyat. Kekayaan seperti itu ibarat binatang atau manusia yang beristirahat, tidak bermanfaat bagi orang lain. Hal inilah yang melatarbelakangi Prabowo menggunakan ungkapan metaforis (2) yaitu menerapkannya pada *kekayaan Indonesia* yang merupakan benda mati yang abstrak. Ungkapan metaforis itu dimaksudkan untuk mempertegas makna perihal keberhasilan pemerintah mencari alternatif lain untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Pemborosan dan kebocoran kekayaan negara harus ditutup. Salah satu yang dapat ditempuh dengan mengurangi pemborosan dan kebocoran supaya memiliki kekuatan bukan hanya slogan dan impian, melakukan penghematan besar-besaran, melakukan disiplin pribadi, membersihkan aparat, dan mewujudkan aparat yang dapat mempercepat pembangunan ekonomi negara. Ungkapan metaforis itu mengena sekali, karena sebelumnya Republik Indonesia terpuruk karena adanya kebocoran dan pemborosan dana supaya mendapat penanganan yang serius atau “dalam keadaan tidur”. Sebagai alternatif untuk memperbaiki ekonomi dalam negeri yaitu “membangkitkannya”. Prabowo menganalogikan kenyataan tersebut (*kekayaan Indonesia*) dengan binatang atau manusia yang selama ini tidur kemudian bangkit. Berdasarkan deskripsi itu, penggunaan metafora dalam penggalan wacana kampanye (2) itu terbukti mengandung makna interaksi.

Penggalan wacana kampanye(3) juga berisi ungkapan metaforis yang mematuhi makna interaksi. “Selama ini *devisatergerus* impor pangan cukup besar.” *Devisatergerus* merupakan ungkapan metaforis. *Tergerus* artinya terhancurkan sedikit demi sedikit, misalnya “Jalan kereta api *tergerus* sepanjang satu kilometer”. *Tergerus* pada mulanya dikenakan untuk benda mati yang konkret seperti *jalan, jalan kereta api*. Dalam ungkapan metaforis (3) dikenakan pada benda mati yang abstrak yaitu *devisa*. Beberapa ciri semantistuturan *tergerus* dapat diungkap di antaranya, yaitu verba, merupakan suatu proses, hancur sedikit demi sedikit, dikenakan pada benda konkret yang mati, dan berada di atas (sebidang) tanah.

Ungkapan metaforis (3) menyamakan *jalang* dengan *devisa*. Untuk mengetahui ketepatan metafora dapat dicari prediksi lain selain tergerus yang dapat dikenakan pada dua benda yang dianggap sama. Prediksi yang dapat dikenakan untuk kedua kata tersebut, yaitu memperbaiki, menjaga, menatap, melihat, memelihara, dan menetapkan. *Devisa* disamakan dengan *jalang* selain memiliki karakter dapat dibangun, juga dapat diperbaiki, dijaga, ditatap, dilihat, dipelihara, dan ditetapkan. Kenyataan tersebut menandakan bahwa sebagai dimensi pengalaman pada *jalang* tergerus dapat pula pada *devisa*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penghayatan tafsiran *devisa* sebagai tafsiran *jalang* sangat menarik.

Tuturan *tergerus* pada mulanya dikenakan pada benda mati yang konkret (jalan, jalan kereta), tetapi pada ungkapan metaforis (3) dikenakan pada benda mati yang abstrak (*devisa*). Yang menonjol dari aspek semantis dari ungkapan metaforis *tergerus* adalah ‘terhancurkan sedikit demi sedikit.’ *Devisa tergerus* terkandung maksud alat pembayaran luar negeri yang dapat ditukarkan dengan uang luar negeri, misalnya berbentuk mata uang asing (dollar, euro, dll), emas, wesel asing, dan lain-lain, yang sedang mengalami kehancuran sedikit demi sedikit. Sama halnya jika *jalan kereta api tergerus*.

Ungkapan metaforis pada penggalan wacana kampanye (3) ini digunakan sebagai alat untuk menjelaskan bahwa dengan menghemat *devisa*, investasi bisa lebih besar, dan pertahanan negara bisa menjadi kuat. Calon presiden Prabowo akan berupaya sekuat mungkin untuk mencapai tujuan itu. Langkah-langkah atau program-program yang dijalankan calon presiden Prabowo merupakan suatu proses menghemat *devisa*, investasi bisa lebih besar, dan pertahanan negara bisa menjadi kuat. Dengan demikian, penggunaan ungkapan metaforis dalam penggalan wacana kampanye (3) itu terbukti mematuhi makna interaksi.

## Penutup

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa makna ungkapan metaforis dalam berkampanye berdasarkan makna interaksi meliputi makna ungkapan metaforis berubah artinya ke dalam makna langsung yang dimaksud atau sebaliknya.



## AFTAR PUSTAKA

- Bachtiar, Harsja W. 1997. "Observasi sebagai Metode Penelitian". dalam Koentjaraningrat (ed.) *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Edisi III, Cetakan ke-14. Edisi I, Cetakan ke-1 (1977) Jakarta: Gramedia, hlm. 108-128.
- Bright, William (ed.). 1992. *International Encyclopedia of Linguistics*. Jilid 2. Oxford: Oxford University Press.
- Bungin, M Burhan. 2014. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Lakoff, George dan Johnson, Mark. 2003. *Metaphors We Live By*. London: University of Chicago Press.
- Ocak, Gurbuz, Ijlal Ocak, dan Deniz Ozpinar. 2015. "Turkish Students' Metaphors About the European Union". In *International Journal of Instruction*. Volume 8. Number 1. Turkey. 157-172.
- Qiang, Huang. 2011. "A Study on the Metaphor of "Red" in Chinese Culture". In *American International Journal of Contemporary Research*. Vol. 1. No. 3. 99-102.
- Ruiz, Javier Herrero. 2006. "The Role of Metaphor, Metonymy, and Conceptual Blending in Understanding Advertisements: the Case of Drug-Prevention Ads". *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, Vol 19, pp. 160-190.
- Santoso, Anang. 2003. *Bahasa Politik Pasca Orde Baru*. Jakarta: Penerbit Wedatama Widya Sastra (WWS).
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Ullman, Stephen. 1972. *Semantics*. Blackwell: Oxford.
- Wahab, A. 1991. *Isu Linguistik: Pengajaran Bahasa dan Sastra*. Surabaya: Airlangga University Press.