

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gaya bahasa kiasan pertama-tama dibentuk berdasarkan perbandingan dan persamaan. Membandingkan sesuatu dengan sesuatu hal yang lain, berarti mencoba menemukan ciri-ciri yang menunjukkan kesamaan antara kedua hal tersebut. Perbandingan sebenarnya mengandung dua pengertian, yaitu perbandingan yang termasuk dalam gaya bahasa yang polos atau langsung, dan perbandingan yang termasuk dalam gaya bahasa kiasan.¹

Pada mulanya bahasa kiasan berkembang dari analogi. Mula-mula, analogi dipakai dengan pengertian proporsi. Sebab itu, analogi hanya menyatakan hubungan kuantitatif. Sejak Aristoteles, kata analogi dipergunakan baik dengan pengertian kuantitatif atau kualitatif. Dalam pengertian kuantitatif, analogi diartikan sebagai kemiripan atau relasi identitas antara dua pasangan istilah berdasarkan sejumlah besar ciri yang sama. Sedangkan dalam pengertian kualitatif, analogi menyatakan kemiripan hubungan sifat antara dua perangkat istilah. Dalam arti yang lebih luas ini, analogi lalu berkembang menjadi kiasan. Perbandingan dengan analogi ini kemudian muncul dalam bermacam-macam gaya bahasa kiasan, seperti persamaan atau simile, metafora, hiperbola, alegori, personifikasi, alusi, eponim, epitet, sinekdoke, metonimia, antonomasia, hipalase, ironi, sinisme, sarkasme, satire, inuendo, antifrasis, dan paranomasia.²

Acara Golden Ways merupakan salah satu media penyampaian informasi dan motivasi yang banyak sekali manfaatnya, acaranya berisi berbagai saran dan motivasi dari Mario

¹Goris Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), 136.

²Ibid., 137.

Teguh, termasuk juga dalam penggunaan gaya bahasa kiasan. Mario Teguh adalah sang motivator dari acara ini. Dengan keunggulannya dan kewibawaan yang ada pada diri seorang Mario Teguh sehingga acara ini mampu menarik banyak perhatian. Keunggulan pada diri seorang Mario Teguh adalah beliau mampu menjelaskan sebuah masalah hidup yang rumit dengan bahasa yang sangat sederhana, dirumuskan secara sederhana, bahkan juga diselesaikan secara sederhana. Kemampuan komunikasinya mampu menyita banyak penonton serta kalimat yang digunakan banyak mengandung motivasi-motivasi kehidupan dan nilai-nilai kebaikan, baik untuk diri sendiri, orang lain maupun lingkungan sekitar.

Mario Teguh Golden Ways atau populer disebut MTGW, memiliki konsep acara talkshow ringan yang selalu mengetengahkan isu-isu aktual, dan membahasnya secara mendalam hingga ke sisi humanisnya. Pada acara yang berdurasi satu jam tersebut, biasanya akan membahas sebuah topik yang sedang hangat dan akrab bagi kehidupan sehari-hari. Sehingga tidak heran bila antusiasme audiens cukup tinggi dan menjadi tayangan yang sangat mendidik. Metro TV merupakan pianir yang berperan sangat penting dalam memfasilitasi tayangan tersebut sebagai wujud edukasi yang bermanfaat untuk penyampaian informasi dan motivasi pada khalayak umum.

Kekuatan program acara ini terletak pada konten (isi pesan) dan figur motivator Mario Teguh. Dan yang paling penting dalam acara ini juga mendapatkan respon positif dari masyarakat, sehingga banyak dari mereka yang sangat antusias sekali dalam menyaksikan acara ini. Topik dan tema yang diangkat di setiap episodnya lebih cenderung pada bagaimana cara meningkatkan motivasi seseorang atau dalam berbagai aspek kehidupan. Sehingga latar belakang dan tujuan dibuatnya program acara Mario Teguh Golden Ways ini untuk memotivasi para penontonnya.

Acara ini juga memiliki unsur *entertainment* yang tinggi dalam segi penyampaiannya. Talkshow ini semula di tampilkan hiburan musik dari group band populer di Indonesia dengan menyesuaikan topik yang dibahasnya. Namun, dalam perkembangannya ditiadakan dengan alasan durasi waktu. Audience yang hadir di studio bisa mencapai 500 sampai 600 orang dan semua dikoordinir oleh Mario Teguh Super Club atau (MTSC).

Berdasarkan kenyataan, Mario Teguh ahli dalam menggunakan kiasan yang mampu mempengaruhi audiensnya. Mario Teguh merupakan salah satu motivator handal di Indonesia, dengan kemampuannya merangkai kata-kata mutiara dan kata kata bijak, mampu membuka dan memberikan pencerahan bagi hati yang gelisah, hati yang gundah, jiwa yang resah, jiwa yang merana dan ketakutan atas permasalahan yang dihadapi. Mario Teguh mampu mencairkan suasana hingga menjadi hangat dan tercerahkan. Pembawaan yang tenang, mampu meneduhkan hati orang yang mendengarkannya. Kata-kata bijak Mario Teguh memang telah menginspirasi banyak orang. Jargonnya "*salam super*", dengan penampilannya yang santai tetapi serius. Dengan filosofi dan kata-kata bijaknya, untuk memberi semangat tentang bagaimana cara menjadi pribadi yang baik, pribadi yang cemerlang dan berkualitas bintang, dan yang penting adalah terdapatnya pesan-pesan dakwah baik secara eksplisit maupun konotatif di dalam materi yang disampaikannya.

Di dalam kemampuan berkomunikasi selain mampu menyita banyak penonton, hal ini juga menunjukkan kemampuan Mario Teguh dalam beretorika di depan audiensnya. Retorika berarti perkataan. Sedangkan secara etimologis, retorika bisa dikatakan sebagai kecakapan berpidato pembicara publik yang terbiasa berkata-kata.³ Retorika juga bisa diartikan sebagai suatu istilah

³ Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Publik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 1.

yang secara tradisional diberikan pada suatu teknik pemakaian bahasa sebagai seni, yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik. Jadi ada dua aspek yang perlu diketahui seseorang dalam berretorika, yaitu pengetahuan bahasa dan penggunaan bahasa dengan baik, dan kedua pengetahuan mengenai obyek tertentu yang akan disampaikan dengan bahasa tadi.⁴

Dalam catatan sejarah, retorika mulai menggejala demi untuk melawan tiran. Posisi tepatnya di Syracuse, di mana Hieron berkuasa dengan tangan besi sambil menguasai semua tanah penduduknya. Untuk mendapatkan kembali tanah rampasan tersebut, orang-orang harus memiliki kepandaian berbicara guna meyakinkan hakim bahwa tanah yang dirampas adalah tanahnya. Bukan hanya di ranah politik dan hukum, retorika pun diperlukan untuk dakwah agama, semisal dakwah Islam. Sebagaimana dimaklumi dakwah Islam merupakan ajaran kepada kebaikan dan pencegahan terhadap keburukan. Lebih daripada itu, retorika sangat penting bagi kehidupan keseharian tiap individu dan masyarakat hingga saat ini, apapun latar belakangnya. Mayoritas orang tiap hari berinteraksi dengan orang lain. Ia tak seharusnya berperilaku buruk dalam interaksi tersebut supaya kehidupannya tidak sulit. Karena itu, ia harus sanggup berbicara dan bertindak dengan baik. Disitulah persuasi dan retorika menjadi penting. Bahkan Herrick menyebut manusia sebagai *rhetorical being* (pengada retorik), mengingat sangat melekatnya retorika dengan eksistensi manusia.⁵

Seperti dikatakan Blair, keindahan retorika perlu ornamen (hiasan). Hiasan itu disebut dengan kiasan. Selaku hiasan, kiasan merupakan transformasi lebih lanjut dari denotasi bahasa. Mario Teguh selalu menggunakan kalimat-kalimat yang tidak bersifat

⁴Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), 1.

⁵Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Publik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 4-5.

langsung kepada sasaran, namun cenderung menggunakan kiasan. Ada empat alasan dalam memaknai sebuah kiasan. Pertama, untuk memperkaya bahasa. Dengan kiasan, bahasa akan berkembang, bukan bahasa itu sendiri saja, tapi bahasa orang yang memaknainya, karena pikiran dan perasaan dapat diungkapkan dalam berbagai bentuk. Kedua, kiasan berfungsi untuk lebih memperjelas keterangan tentang objek. Melalui kiasan, objek yang mungkin masih samar untuk dipahami akan jauh lebih mudah untuk dimengerti. Karena kiasan menghadirkan bentuk-bentuk ilustratif di pikiran pendengar/pembacanya. Ketiga, kiasan menciptakan suasana berbahasa yang menyenangkan. Pasalnya, sesuatu tidak tersampaikan begitu saja, melainkan dengan bumbu-bumbu bahasa yang menyedapkannya.⁶

Jadi hal itu menarik untuk dikaji dalam penelitian ini. Dengan demikian, maka penelitian ini dirumuskan dengan judul *"Analisis Kiasan Mario Teguh pada Acara Golden Ways di Metro TV Menurut Kajian Retorika"*. Banyak sekali macam-macam dari kiasan itu sendiri, namun peneliti hanya mengambil tiga kiasan yang akan diteliti diantaranya, metafora, sinekdoke, dan metonimia, serta persamaan dan perbedaan antara ketiga kiasan tersebut.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk kiasan metafora, sinekdoke, dan metonimia Mario Teguh pada Acara Golden Ways di Metro TV?
2. Bagaimana makna kiasan metafora, kiasan sinekdoke, dan kiasan metonimia ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, sebagai

⁶Ibid., 101.

berikut:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk kiasan metafora, sinekdoke, dan metonimia Mario Teguh pada Acara Golden Ways di Metro TV
2. Untuk mendeskripsikan makna kiasan metafora, kiasan sinekdoke, dan kiasan metonimia.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang terkait antara lain:

1. Secara Teoritik

Manfaat teoritik dalam penelitian ini adalah dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan analisis tentang kiasan, yaitu hiasan dalam menggunakan kata-kata atau kalimat yang dapat lebih memberikan kesan imajinatif.

2. Secara Praktik

a. Bagi penulis

Manfaat penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang bentuk dan makna dalam sebuah kalimat.

b. Bagi masyarakat

Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat sebagai pembelajaran untuk bisa menggunakan bahasa terutama dari segi pilihan kata yang tepat dan gaya bahasa kiasannya dalam menyampaikan sebuah gagasan.

c. Bagi lembaga pendidikan

Bagi lembaga pendidikan khususnya di Jurusan

Bahasa dan Sastra Indonesia penelitian ini bermanfaat sebagai sumbangsih pikiran tentang bentuk dan makna gaya bahasa kiasan pada acara Golden Ways Mario Teguh. Selain itu, penelitian ini akan jadi bahan perbandingan terhadap penelitian berikutnya.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman konsep dan istilah antara pembaca dan peneliti, maka peneliti memberikan istilah-istilah yang didefinisikan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Gaya Bahasa

Dilihat dari segi bahasa, gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa. Dari gaya bahasa yang digunakan oleh seseorang akan dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan dari seseorang tersebut. Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya, dan semakin buruk gaya bahasa yang digunakan, semakin buruk pula penilaian yang diberikan padanya. Gaya bahasa juga merupakan bentuk *retorik*, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi penyimak dan pembaca.

2. Gaya Bahasa Kiasan

Gaya bahasa kiasan adalah gaya bahasa yang maknanya tidak dapat begitu saja ditafsirkan sesuai makna kata yang membentuknya, tetapi harus dicari makna di luar kata-kata tersebut. Sebuah kalimat akan terkesan lebih menarik dan bisa dengan mudah tersampaikan pesan apa yang dimaksud dalam kalimat tersebut jika menggunakan sebuah kiasan. Kiasan juga akan memberikan penjelasan keterangan tentang objek yang dituju sehingga objek yang masih samar atau kontras akan jauh lebih dipahami dan dimengerti oleh para pembaca. Dalam

memahami majas atau bahasa kiasan terkadang dibutuhkan perhatian khusus untuk menangkap pesan yang ingin disampaikan pengarang. Pembuatan kata kiasan itu mengandalkan perasaan dan imajinasi. Segala bentuk kata kiasan berkaitan dengan ungkapan yang dilebih-lebihkan. Kata kiasan dipakai untuk memberikan penekanan dan rasa keindahan pada sebuah kalimat.

3. Retorika

Retorika adalah suatu seni berbicara secara lancar, singkat, padat, dan jelas. Seni berbicara ini bisa dicapai berdasarkan bakat alami dari seseorang atau dari keterampilan teknisnya. Di dalam keindahan retorika membutuhkan sebuah hiasan, hiasan itu disebut dengan kiasan. Retorika sangat berkaitan erat dengan semua unsur bahasa termasuk yang berhubungan dengan kiasan. Retorika juga sering dipahami sebagai ilmu berpidato atau merupakan bentuk komunikasi dimana seseorang menyampaikan sebuah pikirannya baik lisan maupun tulisan kepada hadirin yang relatif banyak dengan berbagai gaya dan cara bertutur. Dari semua definisi tentang retorika yang telah peneliti baca, bahwa retorika mengacu dan memberikan penekanan kepada kemampuan menggunakan bahasa lisan (berbicara) yang baik dengan memberikan sentuhan gaya (seni) dan hiasan (kiasan) di dalam penyampaiannya dengan tujuan untuk mengikat hati para pendengarnya dan mengerti tentang pesan yang disampaikannya.

Dari definisi istilah di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas gaya retorika itu masih bisa diukur. Gaya bahasa identik dengan cara menggunakan bahasa oleh pengarang yang berfungsi untuk meningkatkan selera pembaca dalam membaca sebuah karya sastra. Makna dalam gaya bahasa merupakan hubungan kata dan barang yang ditunjukkan (denotasi) antara kata dan

tautan pikiran tertentu yang ditimbulkan (konotasi). Makna merupakan maksud dari sesuatu yang belum jelas. Bahasa kias selain dibentuk berdasarkan ciri persepsi penutur juga dibentuk akibat adanya hubungan ciri semantis kata yang sifatnya tetap. Di dalam Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa bahasa kias terbentuk atas dasar hubungan citra makna kata yang tetap.

Jadi, kesimpulannya adalah kiasan termasuk dalam retorika karena gaya bahasa atau kiasan merupakan bentuk retorik, yakni dalam penggunaan kata-kata dalam berbicara yang berusaha untuk meyakinkan dan mempengaruhi pembaca. Selain itu, keindahan retorika perlu sebuah ornamen/hiasan, hiasan itu disebut dengan kiasan (*figure*). Berdasarkan definisi istilah diatas, maka maksud penulis dengan judul "Analisis Kiasan Mario Teguh pada Acara Golden Ways di Metro TV menurut Kajian Retorika" adalah untuk mengetahui kiasan yang digunakan Mario Teguh pada acara Golden Ways di Metro TV.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi sebuah acuan bagi peneliti untuk bisa lebih memperluas teori yang akan digunakan oleh peneliti. Dari penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan judul atau objek yang sama persis dengan judul dan objek penelitian penulis. Namun, penulis menemukan judul penelitian yang objeknya sama tetapi pendekatan yang digunakan berbeda. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis:

Munasik (2016) dalam skripsinya yang berjudul "*Bentuk dan Fungsi Gaya Bahasa pada Pidato Francois Hollande*". Penelitian tersebut membahas tentang bentuk dan fungsi gaya bahasa dalam pidato Francois Hollande. Dalam penelitian tersebut sama-sama meneliti tentang bentuk gaya bahasa, dan perbedaannya penelitian di atas menggunakan gaya bahasa yang berbeda dan tinjauan yang

sama.

Ronauli Bako (2019) dalam skripsinya yang berjudul *“Analisis Gaya Bahasa Ustadz Hannan Attaki Dalam Ceramah Dasar-Dasar Ilmu di Media Youtube”*. Penelitian ini membahas tentang gaya bahasa yang digunakan Ustadz Hannan Attaki dalam ceramahnya. Dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang bentuk gaya bahasa, namun berbeda dalam segi pemilihan gaya bahasa yang dijadikan penelitian, serta pada tinjauan yang sama.

Didik Marwanto (2011) dalam skripsinya yang berjudul *“Analisis Penggunaan Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Lirik Lagu ST 12”*. Dalam penelitian tersebut peneliti hanya menganalisis tentang pemakaian diksi dan gaya bahasa dalam lirik lagu ST 12. Dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang gaya bahasa. Sedangkan perbedaannya terletak pada gaya bahasa yang diambil adalah secara umum dan ditambah dengan penggunaan diksi dalam lirik lagu ST 12.

Setyo Tris Wibowo (2011) meneliti *“Diksi dan Gaya Bahasa dalam Lirik Lagu Siti Nurhaliza serta Impikasinya Pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama”*. Dalam penelitian tersebut ditemukan pemakaian diksi dalam lirik lagu Betapa Ku Cinta Padamu, Wajah-wajah Kekasih, dan Khayalan Cinta. Terdapat pemakaian kata denotatif dan konotatif, sedangkan gaya bahasa yang ada pada lirik lagu tersebut terdapat beberapa gaya bahasa yaitu, gaya bahasa repetisi, personifikasi, depersonifikasi, hiperbola, metafora, dan gaya bahasa simile. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama mengkaji tentang gaya bahasa dalam lirik lagu, sedangkan perbedaannya terletak pada pemakaian.

G. Kajian Pustaka

1. Kajian Teoritik Tentang Gaya Bahasa

a. Pengertian Gaya Bahasa

Dilihat dari segi bahasa, gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa. Dari bahasa yang digunakan itu kita dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang yang mempergunakan bahasa itu. Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya, dan semakin buruk gaya bahasa yang digunakan, semakin buruk pula penilaian yang diberikan padanya.

Menurut Tarigan, gaya bahasa adalah bahasa indah yang digunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta membandingkan suatu benda atau hal tertentu dengan benda lain atau hal lain yang lebih umum. Selanjutnya gaya bahasa merupakan bentuk *retorik*, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi penyimak dan pembaca.

Berdasarkan pendapat di atas, maka gaya bahasa merupakan cara pengungkapan pikiran seseorang dengan menggunakan bahasa. Pengungkapan bahasa itu bisa dituangkan dalam bentuk prosa sesuai dengan keahlian seseorang dalam menggunakan bahasa yang indah. Semakin banyak kosakata yang dimiliki seorang penulis atau pembicara maka semakin beragam pula gaya bahasa yang dimilikinya.⁷

b. Jenis-jenis Gaya Bahasa

Pandangan-pandangan atau pendapat-pendapat tentang gaya bahasa sejauh ini sekurang-kurangnya dapat dibedakan, pertama dilihat dari segi nonbahasa, dan kedua dilihat dari segi bahasa sendiri. Untuk melihat gaya bahasa

⁷ Yuni Harike Saputri, "Analisis Gaya Bahasa Kiasan Dalam Novel 5 cm Karya Donni Dhingantoro" (Skripsi, STKIP PGRI, Sumatera Barat, 2015), 9-11.

secara luas, maka pembagian berdasarkan masalah nonbahasa tetap diperlukan. Tetapi untuk memberi kemampuan dan keterampilan, maka uraian mengenai gaya dilihat dari aspek kebahasaan akan lebih diperlukan.

1) Segi Nonbahasa

Pada dasarnya *style* dibagi atas tujuh pokok sebagai berikut:

- a) Berdasarkan pengarang: gaya yang disebut sesuai dengan nama pengarang dikenal berdasarkan ciri pengenal yang digunakan pengarang atau penulis dalam karangannya.
- b) Berdasarkan masa: gaya bahasa yang didasarkan pada masa dikenal karena ciri-ciri tertentu yang berlangsung dalam suatu kurun waktu tertentu.
- c) Berdasarkan medium: yang dimaksud dengan medium adalah bahasa dalam arti komunikasi. Tiap bahasa, karena struktur dan situasi sosial pemakainya, dapat memiliki corak tersendiri.
- d) Berdasarkan subyek: subyek yang menjadi pokok pembicaraan dalam sebuah karangan dapat mempengaruhi pula bahasa sebuah karangan.
- e) Berdasarkan tempat: gaya ini mendapat namanya dari lokasi geografis, karena ciri-ciri kedaerahan mempengaruhi ungkapan dan ekspresi bahasanya.
- f) Berdasarkan hadirin: seperti halnya dengan subyek, maka hadirin atau jenis pembaca juga mempengaruhi gaya yang digunakan seorang pengarang.
- g) Berdasarkan tujuan: gaya berdasarkan tujuan

memperoleh namanya dari maksud yang ingin disampaikan oleh pengarang untuk mencurahkan gejolak emotifnya.

2) Segi Bahasa

Menurut Keraf, dilihat dari sudut bahasa atau unsur-unsur bahasa yang digunakan, maka gaya bahasa dapat dibedakan berdasarkan titik tolak unsur bahasa yang digunakan.

Berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa mempersoalkan kata mana yang paling tepat dan sesuai dengan posisi-posisi tertentu dalam kalimat, serta tepat tidaknya penggunaan kata-kata dilihat dari lapisan pemakaian bahasa dalam masyarakat. Gaya bahasaini dibagi atas: gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi, dan gaya bahasa percakapan.

Gaya bahasa berdasarkan nada pertama-tama lahir dari sugesti yang dipancarkan oleh rangkaian kata-kata, sedangkan rangkaian kata-kata itu tunduk pada kaidah-kaidah sintaksis yang berlalu, maka nada, pilihan kata, dan struktur kalimat sebenarnya berjalan sejajar. Gaya bahasa ini dibagi atas: gaya bahasa sederhana, gaya bahasa mulia dan bertenaga, serta gaya menengah.

Gaya bahasa berdasarkan makna diukur dari langsung tidaknya makna yaitu apakah acuan yang dipakai masih mempertahankan makna denotatif atau sudah ada penyimpangan. Gaya bahasa ini dibagi atas: gaya bahasa retorik dan gaya bahasa kiasan.⁸

2. Kajian Teoritik Tentang Gaya Bahasa Kiasan

⁸ Ibid., 11-13.

a. Pengertian Gaya Bahasa Kiasan

Gaya bahasa kiasan ini pertama-tama dibentuk berdasarkan perbandingan dan persamaan. Membandingkan sesuatu dengan sesuatu hal yang lain, berarti mencoba menemukan ciri-ciri yang menunjukkan kesamaan antara kedua hal tersebut. Perbandingan sebenarnya mengandung dua pengertian, yaitu perbandingan yang termasuk dalam gaya bahasa yang polos atau langsung, dan perbandingan yang termasuk dalam gaya bahasa kiasan.⁹

Analogi menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* adalah: (1) persamaan atau persesuaian antara dua benda atau hal yang berlainan; (2) kesepadanan antara bentuk-bentuk bahasa yang menjadi dasar terjadinya bentuk-bentuk lain, dan (3) kesamaan sebagian ciri antara dua benda atau hal yang dapat dipakai untuk dasar perbandingannya.

Analogi itu sepadan dengan ibarat, kiasan, dan metafora. Menurut Cheryl Glenn dan Melissa A. Goldthwaite, beranalogi merupakan studi banding yang mencari persamaan dan perbedaan antara dua hal atau lebih untuk beranjak dari hal yang sudah diketahui menuju hal yang tidak diketahui, guna menjawab pertanyaan 'hal ini seperti/tidak seperti apa?'¹⁰

b. Macam-macam Gaya Bahasa Kiasan

Gaya bahasa kiasan merupakan kebalikan dari gaya retorik. Gaya retorik adalah gaya bahasa yang maknanya harus diartikan sesuai nilai lahirnya. Bahasa yang digunakan adalah bahasa yang mengandung unsur kelangsungan makna. Sebaliknya, gaya bahasa kiasan adalah gaya bahasa yang maknanya tidak dapat begitu saja ditafsirkan sesuai

⁹Goris Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), 136.

¹⁰Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Publik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 63-64.

makna kata yang membentuknya, tetapi harus makna di luar kata-kata tersebut. Gaya bahasa kiasan meliputi simile, metafora, hiperbola, personifikasi, alegori, alusi, sinekdoke, metonimia, antonomasi, eponim, epitet, hipalase, ironi, sinisme, sarkasme, satire, inuendo, antifrasis, dan paranomasia. Sesuai dengan rumusan masalah yang diambil oleh peneliti hanya ada tiga kiasan saja yang ingin diteliti, diantaranya metafora, sinekdoke, dan metonimia.

c. Pengertian Kiasan Metafora, Sinekdoke dan Metonimia.

Metafora adalah gaya bahasa kiasan dengan membandingkan dua hal secara langsung tetapi dalam bentuk yang singkat. Metafora dapat dikatakan sebagai suatu bentuk pengalihan makna dengan menggunakan analogi. Oleh karena itu, jika metafora diterjemahkan secara harfiah kata perkata, maka akan terjadi salah pengertian.¹¹

Suatu gaya bahasa seringkali juga menambahkan kekuatan pada suatu kalimat. Metafora misalnya, dapat menolong seorang pembicara atau penulis melukiskan suatu gambaran yang jelas melalui komparasi atau kontras. Metafora membuat perbandingan antara dua hal atau benda untuk menciptakan suatu kesan mental yang hidup walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit dengan penggunaan kata-kata seperti ibarat, bak, sebagai, umpama, laksana, penaka, serupa, seperti pada perumpamaan.

Metafora adalah sejenis gaya bahasa perbandingan yang paling singkat, padat, tersusun rapi. Di dalamnya terlihat dua gagasan: yang satu adalah suatu kenyataan, sesuatu yang dipikirkan, yang menjadi objek, dan yang satu lagi merupakan perbandingan terhadap kenyataan tadi dan kita menggantikan

¹¹ Fathur, Rohman, dan Aan Wahyudin, "Retorika dalam Kitab Wadha'if Al-Muta'allim Karya KH Zainal Abidin Munawwir," *Jurnal Leksema*, vol. 2. no. 1 (Januari-Juni, 2017), 33.

yang belakangan itu menjadi yang terdahulu tadi.¹²

Contoh kiasan metafora semisal menyebut anak perempuan dengan “bintang kesayanganku”, dalam hal ini bermakna bahwa anak perempuan itu merupakan anak kesayangannya.¹³

Sinekdoke ialah gaya bahasa kiasan yang menyebutkan nama bagian sebagai pengganti nama keseluruhannya, atau sebaliknya. Kata sinekdoke berasal dari bahasa Yunani *synekdechesthai* (*syn* ‘dengan’ + *ex* ‘keluar’ + *dechesthai* ‘mengambil’ atau ‘menerima’) yang secara kalamiah berarti menyediakan atau memberikan sesuatu kepada apa yang baru disebutkan. Dengan kata lain, sinekdoke adalah gaya bahasa yang mengatakan sebagian untuk pengganti keseluruhan atau sebaliknya.¹⁴

Contoh kiasan sinekdoke dari pengungkapan keseluruhan sesuatu dengan sebagian darinya saja, misalnya “yang kutunggu belum tampak batang hidungnya”. Artinya “hidung” adalah anggota tubuh yang mewakili keseluruhan orang yang ditunggu tersebut. Atau sebaliknya, menyatakan sebagian hal dengan keseluruhannya, seperti: “Di Stadion GBK, diselenggarakan pertandingan sepak bola *Indonesia melawan Malaysia*”.¹⁵

Metonimia adalah gaya bahasa kiasan yang memakai nama ciri atau nama hal yang ditautkan dengan nama orang, barang, atau hal, sebagai penggantinya. Kita dapat menyebut pencipta atau pembuatnya jika yang kita maksudkan ciptaan atau buaatannya ataupun kita menyebut bahannya jika yang

¹²Henry Guntur Tarigan, *Pengajaran Gaya Bahasa* (Bandung: Angkasa, 1985), 14-15.

¹³Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Publik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 100.

¹⁴Henry Guntur Tarigan, *Pengajaran Gaya Bahasa* (Bandung: Angkasa, 1985), 16.

¹⁵Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Publik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 100.

kita maksudkan barangnya.

Contoh kiasan metonimia "*Edison* belum hadir di pelosok". Kata *Edison* merupakan metonimi dari kata "listrik". Sebab, Thomas Alfa Edison adalah penemu energi yang dapat menerangi ruangan. Jadi kata Edison merupakan kata pengganti dari listrik yang diambil dari nama orang penemu energi listrik.¹⁶

3. Kajian Teoritik Tentang Retorika

a. Pengertian Retorika

Kata retorika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *rhetorikos*. Artinya, kecakapan berpidato. Kata tersebut terkait dengan kata *rhetor* yang berarti pembicara publik, dan terkait dengan kata *rhema*, yang berarti perkataan. Sehingga secara etimologis, retorika bisa dikatakan sebagai kecakapan berpidato pembicara publik yang terbiasa berkata-kata. Dewasa ini, kata itu disinonimkan dengan *speech* (pidato), *oral communication* (komunikasi lisan), *public speaking* (pembicara public). Tapi di buku ini, penulis lebih memilih kata retorika karena akar sejarahnya yang jauh lebih panjang dibandingkan kata-kata sinonim tersebut.¹⁷

Teori retorika adalah teori yang yang memberi petunjuk untuk menyusun sebuah pidato atau presentasi yang efektif dengan menggunakan alat-alat persuasi yang tersedia. Beberapa asumsinya adalah:

1. Pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak, dalam hal ini terjadi komunikasi transaksional dimana agar pidato dapat efektif, perlu dilakukan analisis khalayak sehingga pidato dapat disusun sedemikian rupa

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid., 1.

agar pendengar memberi respon seperti yang diharapkan.

2. Pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka, yaitu cara persuasi, *ethos*, *pathos* dan *logos*.
3. Kanon retorika, yakni prinsip-prinsip yang harus diikuti pembicara, yakni: Penemuan (*invention*), Pengaturan (*arrangement*), Gaya (*style*), Penyampaian (*memory*).¹⁸

b. Pengertian Retorika Menurut Para Ahli

Menurut Aristoteles pendapatnya bahwa: Anda, para penulis retorika, terutama menggelorakan emosi. Ini memang baik, tetapi ucapan-ucapan Anda lalu tidak dapat dipertanggungjawabkan. Tujuan retorika yang sebenarnya adalah membuktikan maksud pembicaraan atau menampakkan pembuktiannya. Ini terdapat pada logika. Retorika hanya menimbulkan perasaan pada suatu ketika kendatipun lebih efektif daripada silogisme. Pernyataan yang menjadi pokok bagi logika dan juga bagi retorika akan benar bila telah diuji oleh dasar-dasar retorika.

Menurut Cicero. Untuk meningkatkan kecakapan retorika menjadi suatu ilmu, ia berpendapat bahwa retorika mempunyai dua tujuan pokok yang bersifat suasio (anjuran) dan dissuasio (penolakan). Tugas para retor atau orator adalah mengajar, menggembarakan, dan menggerakkan.

Retorika pada zaman Romawi (300 S.M -130 Masehi) dibawa dan diajarkan oleh seorang budak Yunani Livius Andronicus (284-204 SM). Ahli-ahli retorika yang terkenal pada zaman Romawi: Appius Claudius Caesus (300 SM),

¹⁸Isbandi, Sutrisno, dan Ida Wiendijarti, "Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Keterampilan Berpidato," *Jurnal Ilmu Komunikasino*, vol. 12, no. 1 (Januari- April, 2014), 73.

Cato de Censoris, Ser. Sulpicius Galba, Caius Gracchus, Marcus Antonius, dan Lucius Licinius Crassus. Dua orang guru retorika Romawi yang terkenal adalah Cicero dan Quintilianus.

Dari sekian banyak tokoh atau ahli retorika yang telah diuraikan di atas, nama Aristoteles dan Cicero merupakan nama yang paling sering diperbincangkan.

4. Kajian Teoritik Tentang Kiasan dalam Retorika

a. Kiasan dalam Retorika

Di dalam retorika paling tidak ada empat alasan dalam membuat dan memaknai kiasan. *Pertama*, untuk memperkaya bahasa. Dengan kiasan, bahasa akan berkembang, bukan bahasa itu sendiri saja tapi bahasa orang yang memakainya, karena pikiran dan perasaan dapat diungkapkan dalam berbagai bentuk. Suatu objek pun dapat memiliki berbagai sebutan.

Kedua, kiasan berfungsi untuk lebih memperjelas keterangan tentang objek. Melalui kiasan, objek yang mungkin masih samar untuk dipahami akan jauh lebih mudah untuk dimengerti. Karena kiasan menghadirkan bentuk-bentuk ilustratif di pikiran pendengar atau pembacanya. Padahal, manusia kebanyakan lebih mudah mengingat dan memahami sesuatu dengan membayangkan bentuknya daripada menarasikannya. Seperti dalam kasus pengenalan orang, kita cenderung lebih mudah ingat muka orang yang baru kita kenal, daripada namanya. Di dalam kiasan, sesuatu diungkapkan dalam bentuk-bentuk imajinatif

bahkan mungkin indrawi, sehingga pemahaman pun dipermudah olehnya.

Ketiga, seiring dengan kemudahan itu, kiasan menciptakan susana berbahasa yang menyenangkan. Pasalnya, sesuatu tidak tersampaikan begitu saja, melainkan dengan bumbu-bumbu bahasa yang menyedapkannya. Misalnya Anda hendak memuji orang. Seandainya Anda hanya mengatakan “Anda sangat berharga bagi kami”, efek yang ditimbulkan biasa saja. Bandingkan bila Anda mengatakan “Anda air di tengah gurun sahara”. Di situ unsur pujian lebih kental. Anda menganggap komunikasi Anda benar-benar sebagai orang yang berharga.

Keempat, kiasan sebagaimana tampak dari contoh di atas, memberi amunisi yang lebih kuat dan indah bagi gaya bahasa. Dengan kiasan, pikiran orang digerakkan, hatinya pun diaduk-aduk, dan indrawinya didekatkan dengan apa yang dikatakan. Sehingga daya paku pun mudah untuk dicapai. Karena itu, kiasan dengan beragam formatnya sangat penting untuk memperkuat gaya retorika.¹⁹

b. Pengaruh Kiasan dalam Beretorika

Manusia selalu membutuhkan komunikasi dengan orang lain. Sebagian besar aktivitas manusia selalu ditandai dengan kegiatan bertutur. Dengan bertutur manusia mengungkapkan dirinya, mengatur lingkungannya, dan menciptakan budaya insani. Kemampuan bertutur atau berbicara bisa jadi merupakan bakat. Kepandaian bicara yang baik memerlukan pengetahuan dan latihan. Orang sering memperhatikan cara dan bentuk pakaian, tetapi lupa memperhatikan cara bertutur yang baik. Disinilah retorika

¹⁹Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Publik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 101-102.

sebagai “ilmu berbicara” diperlukan oleh semua orang.²⁰

Dalam buku *Retorika Modern*, Rahmat menyebutkan beberapa prinsip pidato retorik yakni: (1) penguasaan secara aktif sejumlah kosakata, (2) penguasaan kaidah-kaidah ketatabahasaan, (3) penguasaan gaya bahasa dan menciptakan gaya bahasa yang baru dan menarik, (4) kemampuan penalaran yang baik. Tidak ada yang meragukan peran bahasa sangat penting dalam komunikasi manusia.²¹

Dari pernyataan di atas terlihat jelas bahwa bahasa kiasan sangat berpengaruh dalam kegiatan beretorika. Menurut Rahmat prinsip pidato retorik harus mampu menguasai gaya bahasa dan menciptakan gaya bahasa yang menarik kepada para pendengar, sehingga akan menciptakan suasana yang lebih menyenangkan dan juga akan lebih dipahami dan dimengerti oleh pendengar. Dengan menggunakan bahasa kiasan juga dapat menolong seorang pembicara atau penulis melukiskan suatu gambaran yang jelas tentang pesan yang ingin disampaikan baik secara komparasi atau kontras.

²⁰ Isbandi, Sutrisno, dan Ida Wiendijarti, “Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Keterampilan Berpidato,” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 12, no. 1 (Januari-April, 2014), 71.

²¹ *Ibid.*, 74

