

BAB II

KAJIAN TEORI

Penelitian ini berfokus pada fenomena penggunaan metafora konseptual pada konteks persuasif. Untuk mengkaji fenomena metafora konseptual ini secara empiris, teori-teori relevan digunakan, seperti teori metafora konseptual (*conceptual metaphor theory*, CMT) gagasan Lakoff dan Johnson (1980) sebagai teori inti, dan strategi komunikasi persuasif gagasan Charteris-Black (2018). Model *metaphorical source domain identification procedure* (MSDIP) gagasan Reijnierse dan Burgers (2023), merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi metafora konseptual.

2.1 Strategi Komunikasi Persuasif

Strategi komunikasi persuasif seringkali dibutuhkan dalam wacana tertentu, seperti pidato pelepasan wisudawan untuk membantu mengungkapkan dan mempertegas gagasan atau keyakinan dengan cara memberikan penekanan pada pesan yang perlu disampaikan terhadap audiens. Hal ini dapat dipahami sejalan dengan gagasan Kinneavy (dalam Matsuda dan Silva 234) bahwasannya sebuah tulisan dapat bertujuan persuasif atau membujuk pembaca.

Charteris-Black (13) berpendapat bahwa “*persuasion refers to the intention, act, and effect of changing an audience’s thinking.*” Hal ini mengimplikasikan bahwa wacana persuasif mendorong audiens untuk melakukan evaluasi yang berujung pada suatu tindakan tertentu, mengarahkan audiens untuk berpikir sesuai

dengan pesan yang disampaikan. Menambahkan gagasan Charteris-Black, Simons *et al.* (dalam Metsämäki 5) menyatakan bahwa “*persuasion is successful, if it leads to attitude change.*” Artinya pesan yang disampaikan terhadap audiens dilakukan dalam upaya mempengaruhi dengan tujuan membujuk sehingga terjadinya perubahan pikiran, yang kemudian mengakibatkan perubahan sikap.

Jadi dapat dipahami bahwasannya pada pidato pelepasan wisudawan, seseorang dapat mengaplikasikan strategi komunikasi persuasif pada materinya yang merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mempertegas argumen miliknya demi mengarahkan para audiens sehingga berpikir dan melakukan hal-hal yang direkomendasikan penutur. Hal ini dapat diwujudkan dalam bentuk linguistik metafora konseptual sebagaimana metafora dapat menyimpulkan hal kompleks serta membangkitkan emosi yang dapat membantu dalam pengevaluasian pikiran dan tindakan berdasarkan sebuah representasi persuasif akan isu yang dibawakan, seperti yang sudah dituturkan oleh Charteris-Black (202).

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai strategi komunikasi persuasif, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi yang persuasif adalah komunikasi dengan tujuan menginspirasi perubahan pikiran hingga melakukan aksi atas pemikiran tersebut, dan salah satu alat yang dapat dimanfaatkan dalam strategi tersebut ialah metafora.

2.2 Metafora Konseptual

Metafora dipandang oleh banyak orang sebagai sebuah alat puitis nan imajinatif, dan sesuatu yang retorik alias penggunaan bahasa yang luar biasa

dibandingkan bahasa umum (Lakoff dan Johnson, 3). Hal serupa juga disampaikan oleh Danesi (115), orang-orang masih menganggap metafora sebagai perangkat gaya bahasa, yang hanya digunakan oleh penyair dan penulis untuk membuat pesan mereka lebih efektif atau penuh hiasan. Sebab itu, metafora kerap sekali dijumpai pada karya sastra seperti puisi, lagu, dan dongeng.

Namun, mereka lupa bahwa pada hakekatnya metafora dapat digunakan dalam percakapan sehari-hari (Lakoff dan Johnson, 3). Fungsi utama dari metafora, sebagai gaya bahasa, adalah alat yang memperindah cara berkomunikasi yang harfiah dan membosankan (Aristotle dalam Danesi, 118). Tak ayal, metafora memiliki kemampuan memberikan efek persuasif; metafora digunakan untuk mempersuasi audiens (Sari dan Tatan, 60).

Metafora sendiri merupakan sebuah peranti bahasa yang berfungsi untuk membandingkan dua hal yang secara esensi berbeda (Perrine dan Arp, 61). Lakoff dan Johnson (5) juga mengatakan bahwa inti dari metafora ialah memahami suatu hal dalam kaitannya dengan hal lain. Sebagai contohnya adalah lirik “*your words cut deeper than a knife*” (kata-katamu lebih menyakitkan dibandingkan luka sayatan sebuah pisau) dari lagu yang dinyanyikan oleh Shawn Mendes. Dalam lirik tersebut, dua hal yang tidak serupa tetapi dibandingkan ialah ‘*words*’ (kata-kata) dan ‘*knife*’ (pisau). Kata-kata digunakan dalam berkomunikasi, sedangkan pisau digunakan untuk memotong sebuah benda, tetapi keduanya sama-sama memiliki kemampuan untuk melukai seseorang. Jika sebuah pisau melukai secara fisik, maka dapat dipahami bahwa kata-kata dapat melukai batin seseorang.

Jika umumnya metafora dapat ditemukan penggunaannya pada karya sastra, Lakoff dan Johnson (3) berpendapat bahwa metafora tidak hanya dijumpai dalam karya sastra, sesungguhnya secara sadar maupun tidak, metafora dipakai dalam kehidupan sehari-hari, meliputi tindakan dan pikiran manusia. Chilton (dalam Sari dan Tawami, 60) menyebutkan pelaku politik lazim menggunakan metafora dalam penyampaian argumentasi agar maksud dari tuturan dapat tercapai.

Lakoff dan Johnson (6) berpendapat juga bahwa metafora tidak hanya berperan sebagai komponen kebahasaan, sebagian besar dari proses berpikir manusia berkaitan dengan metafora, didefinisikan dan terstruktur secara metaforis. Artinya, metafora konseptual berada pada ranah kognitif manusia. Hal ini didukung dengan pernyataan Ibarretxe-Antunano (29) yaitu metafora merupakan mekanisme kognitif imajinatif dasar, dan juga “Metafora sebagai produk interaksi antar instrumen kognitif, membangun cara pandang, cara berpikir dan cara bersikap pengguna bahasa” (Sari, 63).

Berada pada ranah kognitif manusia, Kövecses (4) menjelaskan bahwa metafora konseptual dapat didefinisikan sebagai pemahaman antara suatu ranah konsep dengan ranah konsep lainnya. Terdapat dua ranah yang berfungsi membentuk konseptualisasi, yaitu ranah sumber (*source domain*) dan ranah sasaran (*target domain*). Ranah sumber adalah konsep yang berfungsi untuk membuat metafora, dan ranah sasaran adalah konsep yang dijelaskan melalui metafora. Pada umumnya, ranah sumber memiliki sifat yang konkret, sedangkan ranah sasaran memiliki sifat abstrak atau berada pada ranah kognitif.

Lakoff dan Johnson (7) menyajikan gambaran tentang sifat metaforis dari konsep-konsep yang menyusun aktifitas keseharian manusia, yang dapat dilihat dari bagaimana konsep metaforis ‘TIME IS MONEY’ tercerminkan pada bahasa sehari-hari.

(1) *That flat tire cost me an hour.*

(2) *you need to budget your time.*

(3) *I've invested a lot of time in her.*

Kalimat “*That flat tire cost me an hour*” mengimplikasikan bahwa kejadian ban mobil kempes membuatnya kehilangan waktu. Misalnya, perjalanan ke kota lain yang biasanya ditempuh hanya dalam waktu dua jam, bertambah satu jam menjadi tiga jam waktu perjalanan. Hal serupa sering kali terjadi ketika seorang pekerja telat datang ke kantor, pada umumnya mereka menerima hukuman berupa potongan gaji. Artinya terjadi sesuatu yang dirugikan ataupun tersia-siakan. Maka, kata *cost* tersebut menggambarkan kehilangan waktu yang serupa dengan kehilangan uang dalam pengeluaran finansial. Hal ini mempertegas gagasan bahwa waktu ialah suatu sumber daya yang berharga.

Kata *budget* (anggaran) biasanya dapat ditemukan pada situasi yang memerlukan perencanaan dalam hal keuangan, seperti anggaran bulanan. Pada kalimat (2), kata *budget* sebagai ranah sumber menggambarkan pemetaan antara perencanaan keuangan dengan perencanaan waktu sebagai ranah sasaran. Hal ini tercerminkan saat kita merencanakan pengeluaran bulanan dengan mengalokasikan dana sesuai dengan kebutuhan terlebih dahulu, demikian pula dengan perencanaan waktu dengan mengalokasikan waktu yang sesuai dengan aktifitas dan tanggung jawab, hal yang diprioritaskan juga amat serupa yaitu menyesuaikan dengan yang

lebih penting dibandingkan hal lainnya, sehingga dari segi efektifitas pun tercapai. Hal ini mempertegas gagasan bahwa dalam pengelolaan waktu sebagai sumber daya perlu dilakukan dengan merencanakan, memprioritaskan, dan mengatur secara efisien sebagaimana kita mengelola keuangan.

Investasi merupakan sebuah tindakan yang diharapkan memiliki *return on investment* pada instrumen investasi yang dipilih dengan resiko yang disadari. Misalkan pada investasi pada suatu saham perusahaan, dengan menaruh sejumlah modal berupa uang atau membeli lembar kepemilikan dari perusahaan tersebut kita mempunyai kesempatan untuk melipat gandakan uang tersebut dalam jangka waktu tertentu, juga berkomitmen dengan perusahaan tersebut. Namun, karena kita menjadi bagian kecil dari perusahaan tersebut, jika pada suatu waktu perusahaan mengalami suatu kerugian yang mengakibatkan harga saham mereka turun, kita juga akan terkena resiko yaitu kerugian berupa penurunan nilai uang modal yang sudah ditanam.

Begitu pula dalam sebuah hubungan, semua pihak jelas akan mengharapkan suatu timbal balik dari pasangannya atas waktu dan usaha yang telah diupayakan. Seperti meluangkan waktu untuk bersama, membangun hubungan menjadi lebih baik, maupun memiliki komitmen dengan pasangan, dan lainnya; membutuhkan waktu yang tidak sedikit. Tak ayal layaknya sebuah investasi, menjalin hubungan juga memiliki resiko seperti hubungan yang tak berhasil (tidak berjodoh; tidak sampai jenjang pernikahan) walau pun sudah lama dijalani. Artinya, investasi berupa waktu yang sudah diberikan kepada pasangan tidak membuahkan hasil. Maka, pada kalimat (3) kata *invest* sebagai ranah sumber memetakan ranah

sasaran waktu yang mempertegas gagasan bahwa layaknya uang, waktu juga dapat diinvestasikan atau mendedikasikan waktu kepada seseorang dengan harapan mendapatkan timbal balik yang positif namun tetap memiliki resiko.

Konsep *time* (waktu) sebagai ranah sasaran dideskripsikan oleh kata-kata yang biasa digunakan dalam hal yang berhubungan dengan *finance* (keuangan) seperti *cost*, *budget*, dan *invest*, sebagai ranah sumber. Pemahaman akan nilai sebuah waktu yang dianggap sebagai suatu sumber daya tentunya juga dipengaruhi oleh budaya (Lakoff and Johnson, 5), sebagaimana dalam kebudayaan beberapa negara termasuk Indonesia yang menganggap bahwa waktu sangatlah berharga. Konseptualisasi TIME IS MONEY terjadi secara mental akibat pengaruh budaya yang tertanam pada sistem kognitif yang membuat kita terbiasa memahami waktu sebagai suatu sumber daya layaknya sebuah mata uang, karena dianggap sebagai sesuatu yang sangat berharga sehingga waktu terlihat memiliki suatu nilai tukar, sesuatu yang kita dapat jual, beli, rugi, untung, menyia-nyiakannya, atau pun mengelolanya.

Dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa metafora konseptual TIME IS MONEY mencerminkan sikap yang dipengaruhi oleh budaya yang memandang waktu sebagai sumber daya yang perlu dikelola secara strategis guna mencapai hasil yang amat berarti.

2.2.1 Model Pengidentifikasian Metafora “*Metaphorical Source Domain Identification Procedure (MSDIP)*”

Searle (2007) berpendapat bahwa kalimat memiliki makna harfiah yang ditentukan oleh makna kata-kata penyusunnya, tetapi sebuah kalimat juga dapat memiliki lebih dari satu makna harfiah atau kedwimaknaan. Maka, identifikasi akan keberadaan metafora pada diskursus perlu dilakukan guna mengetahui apakah pada subjek penelitian terdapat suatu kata yang digunakan secara metaforis atau hanya memiliki makna harfiah.

Sudah terdapat beberapa metode atau prosedur identifikasi data pada studi metafora, dengan perbedaan dan spesifikasinya masing-masing. Reijnierse dan Burgers (2023) memperkenalkan *Metaphorical Source Domain Identification Procedure (MSDIP)*, sebuah metode sistematis dan fleksibel yang memungkinkan identifikasi ranah sumber (*source domain*). Metode tersebut merupakan adaptasi dan pengembangan dari *Metaphor Identification Procedure Vrije Universiteit (MIPVU)* oleh Steen et al. (2010) yang digunakan untuk mengidentifikasi metafora linguistik atau menentukan satuan leksikal yang digunakan secara metaforis.

Beberapa langkah harus dijalani guna mengaplikasikan MSDIP. Empat langkah pertama merupakan langkah yang sama dengan MIPVU. Langkah pertama yaitu peneliti harus membaca keseluruhan teks. Langkah kedua adalah mengidentifikasi seluruh unit leksikal yang ada di teks, kata demi kata. Langkah ketiga adalah melihat unit leksikal pertama yang relevan dalam teks. Langkah keempat memerlukan peneliti untuk menetapkan makna kontekstual dari unit leksikal. Makna kontekstual pada langkah keempat ini, yang menggambarkan

makna ranah sasaran dari kata tersebut, sering kali, namun tidak harus, ditemukan dalam kamus (Reijnierse dan Burgers 297; Steen et al. 31).

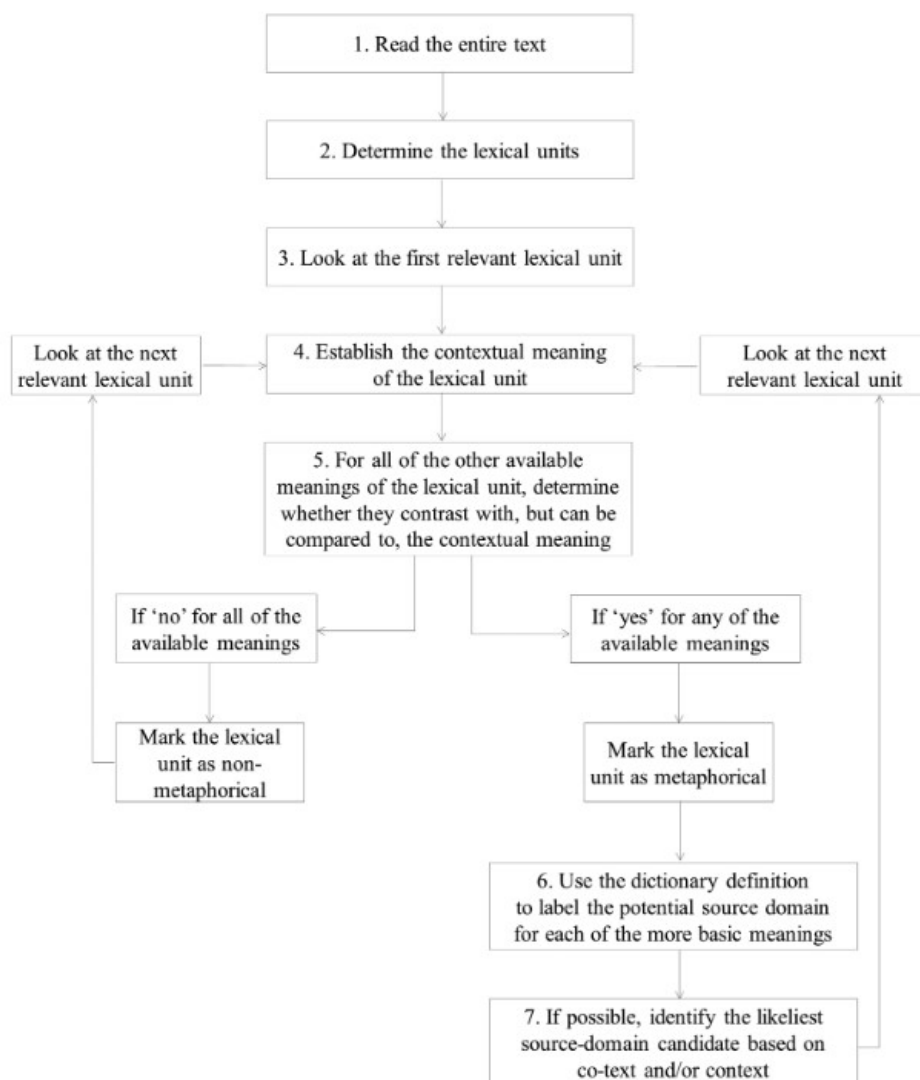
Mulai dari langkah kelima dan selanjutnya, merupakan prosedur untuk mengidentifikasi *source domain*. Pertama-tama, pada langkah kelima ialah memeriksa semua deskripsi makna yang tersedia dari unit leksikal yang sedang dianalisis guna mengetahui apakah satu atau lebih deskripsi makna tersebut memungkinkan untuk dianggap sebagai makna dasar dari unit leksikal tersebut. Makna dasar ini dapat diartikan sebagai pengertian yang lebih konkrit, spesifik, digunakan secara kontemporer. Karena makna-makna ini bersifat mendasar, makna-makna tersebut selalu dapat ditemukan dalam kamus pengguna umum. Sebuah makna tidak bisa menjadi lebih mendasar jika tidak dimasukkan dalam kamus kontemporer (Steen et al. 35). Peneliti harus memutuskan akan ada atau tidaknya hubungan metaforis antara makna kontekstual dan makna lainnya yang tersedia pada unit leksikal. Keputusan ini didasari pada prinsip kontras dan perbandingan dari MIPVU.

Berangkat dari penjelasan sebelumnya, untuk setiap definisi makna yang tersedia pada sebuah unit leksikal, harus ditentukan apakah definisi tersebut kontras tetapi juga dapat dibandingkan dengan makna kontekstual yang telah ditetapkan pada langkah keempat. Jika dalam kamus tidak terdapat kontras dan perbandingan untuk makna lain yang tersedia pada unit leksikal tersebut, maka kata tersebut tidak digunakan secara metaforis. Namun, jika pada kamus terdapat satu atau lebih deskripsi makna unit leksikal tersebut yang menunjukkan kontras dan perbandingan

dengan makna kontekstual, unit leksikal tersebut harus ditandai sebagai metaforis dan makna dasarnya ditandai sebagai kandidat ranah sumber.

Langkah keenam, memberikan label pada para kandidat yang berpotensi menjadi ranah sumber berdasarkan deskripsi pengertian yang tersedia dalam kamus. Hal ini dilakukan dengan merangkum deskripsi makna-makna dasar yang ditandai sebagai kandidat potensial ranah sumber dalam satu kata.

Langkah terakhir, ketujuh, adalah menentukan apakah informasi dalam konteks metafora memberi kesan bahwa salah satu dari makna dasar yang telah teridentifikasi merupakan yang paling mungkin menjadi ranah sumber. Pada langkah ini juga, peneliti harus memberikan alasan mengapa satu ranah dapat diidentifikasi sebagai kandidat yang paling mungkin menjadi ranah sumber. Jika tidak memungkinkan untuk mengidentifikasi salah satu kandidat yang paling mungkin menjadi sebagai ranah sumber, hal ini juga harus dijelaskan alasannya dalam langkah ini. Gambar 2.1 menunjukkan gambaran skema MSDIP.



Gambar 2.1 *Schematic Overview of Metaphorical Source Domain Identification* (Reijnierse & Burgers. fig. 1, p. 298)

Contoh yang diberikan oleh Reijnierse dan Burgers (300) adalah judul artikel pada portal berita Amerika Politico.com: “*Can Rochester’s mayor survive the storm?*” - (Gronewold, 2020). Sesuai dengan langkah-langkah yang sudah dijelaskan sebelumnya, pertama ialah membaca keseluruhan text. Artikel tersebut menggambarkan situasi sulit yang dihadapi Walikota Lovely Warren (Rochester,

New York) setelah memecat seorang kepala polisi sebagai tanggapan atas serangkaian insiden di mana polisi gagal bertindak secara bertanggung jawab (Langkah 1). Leksikal unit yang difokuskan ialah kata *storm* (Langkah 2, dan 3), yang mana dalam konteks ini (Langkah 4) mengacu pada situasi di Rochester, di mana masyarakat kesal dan meminta Walikota Warren untuk mengundurkan diri.

Makna kontekstual dari *storm* ini sudah dileksikalisasi sehingga dapat ditemukan dalam kamus online *Macmillan* versi bahasa Inggris Amerika: “*a situation in which many people are upset or excited*” (situasi di mana banyak orang kesal atau bersemangat). Untuk menentukan makna kamus *storm* yang mana (jika ada) yang dapat diidentifikasi sebagai kemungkinan makna dasar unit leksikal tersebut (Langkah 5), maka deskripsi pengertian lain yang tersedia di dalam entri kamus untuk kata *storm* dievaluasi. Terdapat dua deskripsi entri untuk kata *storm*: (1) *An occasion when a lot of rain falls very quickly, often with very strong winds or thunder and lightning*; (2) *a situation in which many people are upset or excited*. Dari dua deskripsi pengertian yang tersedia untuk kata benda *storm* di *Macmillan*, pengertian nomor 2 sesuai dengan makna kontekstualnya, sedangkan pengertian nomor 1 dapat dianggap sebagai makna yang lebih mendasar dari kata benda tersebut. Maka, kata *storm* ditandai sebagai metaforis.

Selanjutnya, melabeli makna dasar tersebut (pada deskripsi makna nomor 1 untuk *storm*) sebagai *weather* (Langkah 6). Dikarenakan tidak ada kandidat ranah sumber lainnya di kamus, penerapan langkah terakhir dari prosedur ini sangatlah mudah: satu-satunya kandidat ranah sumber ditandai sebagai ranah sumber yang paling mungkin (Langkah 7).

Walaupun timbul suatu pemikiran oleh Reijnierse dan Burgers yang mengatakan bahwa metafora linguistik tertentu menurut definisinya tidak termasuk (hanya) dalam satu ranah sumber, namun dapat juga termasuk ke dalam lebih dari satu ranah sumber (296). Jadi, dalam suatu kata dapat memiliki lebih dari satu ranah sumber yang bisa menggambarkan ranah sasaran yang berbeda. Seperti penggunaan kata ‘*strategy*’ ataupun ‘*attack*’ yang dapat membentuk metafora konseptual ‘ARGUMENT IS WAR’, yang mana, ranah sumber kedua kata tersebut juga dapat ditemukan dalam metafora konseptual ‘ARGUMENT IS A GAME OF CHESS’ (Reijnierse dan Burgers 296).

Akan tetapi, kalimat lengkap dari contoh analisis yang sudah dilakukan dengan metode MSDIP hanya menemukan satu kata yang memiliki kandidat yang dapat menjadi ranah sumber, yaitu ‘*storm*.’ Sehingga, makna dari kata ‘*storm*’ sudah dapat dipastikan menjadi satu-satunya ranah sumber yang digunakan untuk menggambarkan ranah sasaran yang mana menjadi elemen pembangun metafora.

Dengan melihat konteks yang tersedia sebagaimana sudah dilakukan pada langkah pertama sampai empat, dapat dipahami bahwa masyarakat Rochester meluapkan perasaan mereka atas putusan walikota. Perasaan kesal yang dimiliki masyarakat ini merupakan bentuk dari sentimen opini masyarakat yang melihat bahwa keputusan yang diambil oleh walikota mereka merupakan hal yang salah sehingga menyebabkan keributan dan protes. ‘*Storm*’ itu sendiri merupakan salah satu dari beberapa ‘kondisi cuaca’ (‘*weather condition*’). Maka, metafora ‘*storm*’ sebagai ranah sumber digunakan untuk menggambarkan ranah sasaran ‘suara rakyat’ (‘*the voice of the people*’) yaitu kondisi sikap protes, keributan, dan perasaan

masyarakat yang menyuarakan kekesalannya yang disebabkan oleh sentimen masyarakat itu sendiri.

Selayaknya suatu kondisi cuaca, badai akan berlalu dan berganti dengan kondisi cuaca lainnya. Hal ini serupa dengan sentimen masyarakat yang tidak sejalan dengan keputusan walikota Rochester, yang akan berubah dan dapat berganti seiring berjalannya waktu. Sehingga dapat dipahami bahwa konsep ‘kondisi cuaca’ pada metafora ‘*storm*’ merepresentasikan tantangan yang perlu dihadapi oleh walikota Rochester dan tingkat kesulitan dalam menghadapi tantangan tersebut. Sedangkan, konsep ‘suara rakyat’ (*‘the voice of the people’*) memiliki peran sebagai ranah sasaran yang merepresentasikan subjek dengan sikap dan sifatnya yang dapat atau tidak dapat diprediksi layaknya sebuah ‘kondisi cuaca.’

Titik persamaan antara *‘the voice of the people’* dan *‘weather condition’* ialah keduanya dapat berubah sewaktu-waktu tanpa adanya tanda pasti atas perubahan yang akan terjadi, sebagaimana cuaca dari cerah dapat tiba-tiba berubah menjadi berawan, layaknya setelah mengesahkan suatu keputusan dapat menerima protes. Fenomena yang digambarkan oleh ranah sumber tersebut kemudian terkonseptualisasi dan membentuk metafora konseptual THE VOICE OF THE PEOPLE IS A WEATHER CONDITION.

2.2.2 Jenis-Jenis Metafora Konseptual

Dalam mendukung penelitian ini, teori mengenai metafora konseptual yang dikemukakan oleh Lakoff dan Johnson digunakan. Menurut mereka metafora

konseptual terbagi menjadi tiga kategori, yaitu *Structural Metaphor*, *Ontological Metaphor*, dan *Orientational Metaphor*.

2.2.2.1 Metafora Struktural (*Structural Metaphor*)

Metafora struktural adalah sebuah metafora dengan suatu konsep yang terstruktur dengan konsep lain (Lakoff dan Johnson 14). Metafora struktural melibatkan pemetaan dari suatu ranah sumber (*source domain*) secara terstruktur kepada suatu ranah sasaran (*target domain*).

Dapat dilihat dari kalimat “*We aren’t going anywhere.*” Frasa *go somewhere* mengindikasikan adanya sebuah perjalanan dengan suatu destinasi, namun kalimat utuh tersebut menunjukkan perjalanan dengan destinasi yang tidak jelas. Kata *we* merujuk pada para pelaku yang sedang melakukan perjalanan. Kalimat tersebut kemudian membentuk tiga elemen yang menyusun sebuah perjalanan, yang mana terdapat: pelaku, perjalanan, dan destinasi. Elemen-elemen tersebut dapat dipahami sebagai unsur konsep yang membentuk ranah sumber (*source domain*) yaitu *journey*.

Tentu, konsep ‘*journey*’ tersebut dapat digunakan untuk memaknai konsep lain pada konteks tertentu. Misalnya, dalam konteks percintaan, kalimat metaforis “*We aren’t going anywhere*’ tidak sedang berbicara mengenai sebuah perjalanan melainkan menggambarkan perasaan stagnasi atau kebuntuan emosional atau komunikasi yang buruk. Tujuannya adalah untuk menyampaikan ketidakpuasaan dengan arah hubungan pada saat itu. Dalam hal ini, audiens didorong untuk melakukan refleksi, membuka komunikasi yang lebih terbuka atau bahkan

mempertimbangkan untuk mengakhiri hubungan jika tidak ada perubahan seperti yang diharapkan.

Pada konteks tersebut digambarkan para pelaku yang sedang melakukan perjalanan merupakan sepasang kekasih. Perjalanan yang dimaksudpun bukanlah sebuah perjalanan dimana para pelaku harus bergerak secara fisik, melainkan perihal dalam hubungan percintaan. Dan destinasi, bukanlah tujuan dari suatu tempat yang akan dikunjungi pada akhir perjalanan, melainkan tujuan-tujuan dari hubungan percintaan para pelaku. Interpretasi dari elemen-elemen yang berasal pada ranah sumber, menekankan akan ranah yang bersifat abstrak, ranah sasaran (*target domain*) yaitu *love*. Melalui proses pemetaan tersebut, terciptalah pemahaman akan kaitan antara kedua ranah yang membentuk metafora konseptual LOVE IS A JOURNEY.

2.2.2.2 Metafora Ontologis (*Ontological Metaphor*)

Lakoff dan Johnson (25) menjelaskan bahwa metafora ontologis memiliki peran dalam mengkonseptualisasikan pengalaman manusia berupa suatu kejadian, aktifitas, emosi, ide, dan lainnya sebagai entitas atau substansi. Artinya hal abstrak berupa pengalaman manusia tersebut diproses dan terkonseptualisasikan kepada objek yang memiliki sifat fisik. Contoh dapat dilihat dari metafora THE MIND IS A MACHINE; *He broke down*. Berdasarkan pengetahuan umum, objek seperti mesin memiliki kemampuan untuk hidup dan mati (*on/off*) ataupun terkena *error* sehingga berhenti berfungsi. Maka kata *broke* mengkonseptualisasikan pikiran

manusia yang tidak dapat melanjutkan fungsinya karena alasan psikologis sebagai objek mesin.

2.2.2.3 Metafora Orientasional (*Orientational Metaphor*)

Metafora orientasional adalah metafora yang memiliki fungsi untuk membentuk konsep-konsep sasaran terkonsepsi secara seragam, sesuai dengan sistem konseptual manusia (Kövecses 40). Metafora orientasional terkonsep dari pengalaman pergerakan umum manusia, sehingga konsep-konsep tersebut dapat dipahami secara orientasional atau orientasi ruang seperti atas-bawah (*up-down*).

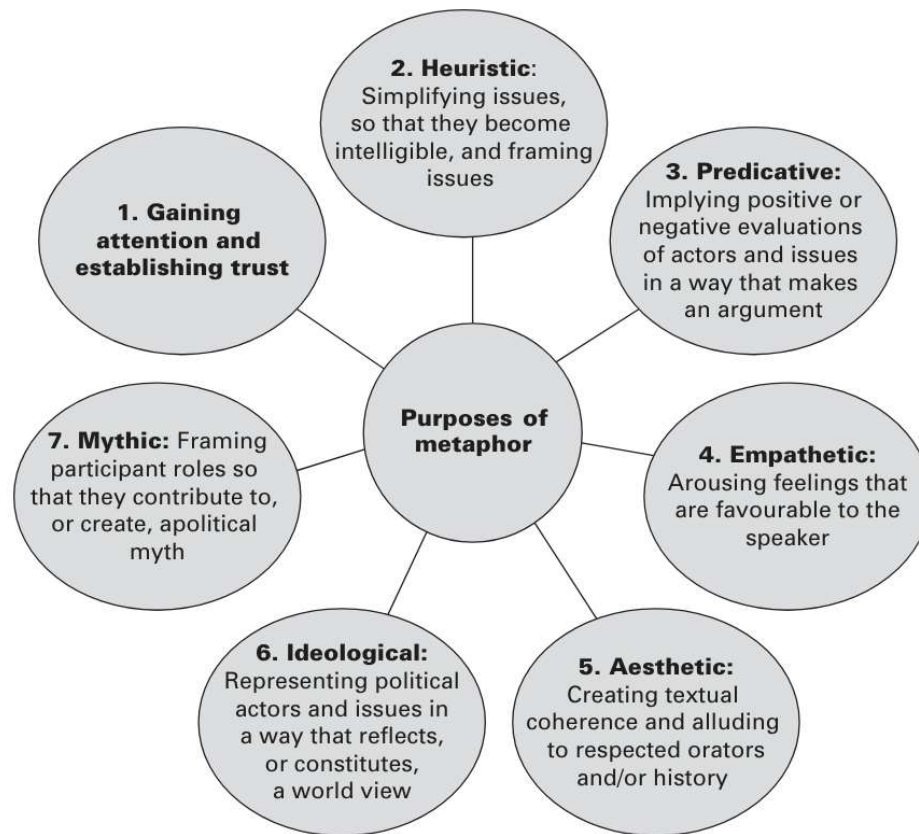
Contoh dari orientasi ruang atas-bawah dapat dilihat dari metafora konseptual MORE IS UP; LESS IS DOWN: *Speak up, please. Keep your voice down, please*. Maka, kata *up* sudah mencirikan evaluasi positif yang mana untuk menambahkan volume suara, konsep secara orientasional terbentuk mengarah ke atas karena mencerminkan sesuatu yang memiliki kemampuan untuk bertambah banyak pasti akan bertumpuk ke atas. Begitupula sebaliknya, untuk mengurangi volume suara, kata *down* mencirikan evaluasi negatif sehingga konsep orientasional terbentuk mengarah ke bawah.

2.2.3 Fungsi Persuasif dari Metafora Konseptual

Charteris-Black (202) mengatakan bahwa komunikasi dengan metafora itu efektif diarah publik karena hal tersebut mendatangkan asosiasi emosional yang tidak disadari dari suatu kata, dan diasumsikan memiliki nilai-nilai yang berakar pada pengetahuan budaya dan sejarah seseorang. Oleh karena itu, penggunaan

metafora berpotensi menjadi sangat persuasif dengan mengaktifkan pengetahuan atau ide yang tidak disadari, untuk memengaruhi respons intelektual dan emosional seseorang.

Ketika penggunaan metafora ditemui pada sebuah diskursus, metafora tersebut belum tentu bisa dianggap memiliki suatu fungsi. Namun, Charteris-Black (247) mengungkapkan bahwa dengan mengeksplorasi kemungkinan tujuan (disadari atau tidak) yang mendasari penggunaan metafora dapat meningkatkan kesadaran akan ruang lingkup metafora yang berpotensi untuk mengkomunikasikan sebuah ideologi. Meskipun saat pemrosesan pada waktu nyata, audiens hanya menyadari efek umum, atau perpaduan konseptual, dan bukan alasan penggunaan metafora tersebut. Ia juga mengutarakan akan tujuh tujuan yang menunjukkan metafora sebagai sarana retorik persuasif yaitu: (1) *gaining attention and establishing trust*; (2) *heuristic*; (3) *predicative*; (4) *empathetic*; (5) *aesthetic*; (6) *ideological*; dan (7) *mythic*.



Gambar 2.2 *Persuasive purposes of metaphor* (Charteris-Black. fig. 10.1, p. 248).

2.2.3.1 Menarik Perhatian dan Membangun Kepercayaan (*Gaining Attention and Establishing Trust*)

Aristotle (dalam Charteris-Black 248) menyarankan penutur untuk memulai interaksi dengan audiens dengan cara menarik perhatian mereka. Penggunaan bahasa yang indah dan kadang mudah diingat membuat metafora berkontribusi dalam fungsi ini. Selain mencoba untuk mendapatkan perhatian audiens, penting halnya juga untuk membangun kepercayaan dan mendemonstrasikan kepada mereka bahwa penutur memiliki intensi yang tepat. Oleh karena itu biasanya bagian

prolog sebuah pidato sering kali berorientasi pada penutur karena penutur perlu membangun sebuah kredibilitas secara etis.

Selain itu, menurut Charteris-Black (249) kebutuhan untuk mendapatkan atensi audiens juga berlaku pada media yang akan melakukan pemberitaan mengenai pidato yang sudah dan akan disampaikan melalui banyak media lainnya. Oleh karena itu, banyak penutur menggunakan metafora yang mudah diingat untuk menginspirasi pengikut penutur di media-media tersebut serta membangkitkan minat media. Contoh yang ia sebutkan adalah; '*the big society*,' '*winds of change*,' dan '*rivers of blood*.' Menurutnya, metafora-metafora tersebut dapat menarik perhatian karena singkat, mudah diingat, dan mudah untuk disebarluaskan melalui media.

2.2.3.2 Fungsi Heuristik (*Heuristic Purpose*)

Isu-isu yang berkaitan dengan sosial, politik, dan ekonomis biasanya abstrak, dan kompleks. Hal ini membuat isu-isu tersebut sulit untuk dipahami oleh kebanyakan orang yang lupa akan definisinya atau bahkan belum pernah belajar mengenai hal tersebut.

Charteris-Black (249) mengatakan metafora dapat berfungsi untuk menyederhanakan isu abstrak dan kompleks tersebut yang membuat suatu isu menjadi jelas dan dapat lebih mudah dipahami. Sebagaimana hanya sedikit banyak orang yang benar-benar memahami akan isu-isu tersebut, terutama yang berkaitan dengan finansial, dapat dilihat dari betapa cepatnya metafora '*credit crunch*'

merujuk pada pembatasan kredit yang parah setelah krisis *subprime mortgage* di Amerika Serikat. Ia juga mengatakan bahwa hal yang sangat berguna ialah dengan menggunakan metafora berbasis gambar untuk mendeskripsikan suatu isu abstrak, sehingga mudah untuk dipahami.

Sebagai fungsi yang berguna dalam penyederhaan isu abstrak dan kompleks, peran heuristik pada metafora juga berkaitan dengan isu atau permasalahan yang solusinya mungkin belum tersedia, khususnya penyebab dari permasalahan itu sendiri. Akibatnya, metafora seperti '*winds of change*' dalam kalimat '*The wind of change is blowing through this continent*' lebih mudah dipahami dibandingkan konsep seperti '*decolonisation*.'

Walaupun keduanya memiliki makna yang dapat dipahami sebagai suatu perubahan, makna konsep 'dekolonisasi' akan terdengar asing pada orang-orang yang tinggal di daerah yang belum pernah dikolonisasi oleh suatu negara (konflik perbedaan pengetahuan budaya dan sejarah). Sementara itu, konsep 'angin perubahan' dapat dipahami dengan lebih mudah karena dapat menggambarkan suatu perubahan yang terjadi karena adanya dorongan angin, seperti saat mengeringkan pakaian ditempat yang tidak terkena cahaya matahari namun terdapat angin kencang atau pun bendera yang berkibar.

Selain menyederhakan konsep atau isu abstrak dan kompleks, Charteris-Black (250) juga mengatakan bahwa metafora dapat membingkai isu-isu tersebut dengan hanya menunjukkan salah satu aspek yang dirujuk namun menyembunyikan cara berpikir lainnya sehingga membuat audiens berpikir sejalan dengan argumen yang penutur uarkan. Maka, metafora dengan fungsi heuristik memiliki fungsi

sebagai alat yang dapat menyederhanakan sesuatu yang kompleks dan sulit untuk dipahami, terutama dengan menggunakan metafora berbasis gambar, dan juga membingkai hal tersebut agar audiens setuju dengan argument penutur.

2.2.3.3 Fungsi Predikatif (*Predicative Purpose*)

Metafora dengan fungsi predikatif menggunakan ciri-ciri, karakteristik, kualitas dan fitur yang dikaitkan dengan suatu kelompok sosial sebagai cara untuk menyampaikan perspektif ideologis seseorang. Metafora tersebut mejadi jalan untuk memberikan representasi positif pada penutur dan argumennya, dan dapat memberikan representasi negatif terhadap argumen lawan bicara.

Metafora dengan fungsi predikatif dapat bekerja dengan menyoroti dan menyembunyikan evaluasi atau corak yang positif dan negatif pada seorang penutur, isu-isu, ide dan ideologi, menggunakan pilihan leksikal yang tepat.

“We know, also, that there are groups or people, occasionally states, who trade the technology and capability for such weapons. It is time this trade was exposed, disrupted, and stamped out.”

Contoh yang dipaparkan oleh Charteris-Black (251) yaitu pidato Blair pada 2001 yang menggunakan pilihan leksikal yang agresif yaitu; ‘*exposed,*’ ‘*disrupted,*’ dan ‘*stamped out.*’ Pemilihan leksikal tersebut mendeskripsikan suatu tindakan terhadap entitas yang dievaluasi secara negatif dan mengaktifkan respon emosi yang membentuk evaluasi positif terhadap penutur karena objek yang dituju adalah sesuatu dengan evaluasi negatif, sesuatu yang jika dihancurkan dapat memberikan manfaat dan dampak positif.

Fungsi predikatif metafora memiliki objek yang serupa dengan fungsi heuristik, yaitu untuk membingkai suatu individu atau grup dan isu-isu yang terjadi dengan dasar tujuan retorik yang membuat audiens akan setuju atas argumen penutur dengan pemilihan leksikal yang sesuai dan tepat sasaran. Perbedaannya ialah pada fungsi predikatif, hal ini dilakukan secara lebih eksplisit dengan mengacu pada skala evaluasi positif dan negatif yang memanfaatkan semantik leksikal atas pengalaman hidup yang baik dan buruk. Misalnya, pada dasarnya kata *'health'* dan *'life'* adalah positif sedangkan kata *'disease'* dan *'death'* pada dasarnya negatif.

2.2.3.4 Fungsi Empati (*Empathetic Purpose*)

Charteris-Black (254) mengatakan bahwa metafora dapat membangkitkan respon emosional seseorang sehingga membuat mereka menyukai penutur. Dengan menggunakan pronomina *'kita'* (*'we'* dalam bahasa Inggris) pada materi yang dibawakan seorang penutur, misalnya, menunjukkan bahwa penutur memiliki pandangan atau nilai-nilai yang sama dengan audiens, serta menunjukkan kerendahan hatinya kepada audiens, empati dapat terbangun. Selain itu, hal ini dapat menekankan pentingnya topik yang dibawakan oleh penutur sehingga membuat audiens menjadi lebih tertarik.

Cara lain untuk membangun empati ialah dengan menggunakan metafora humoris seperti yang dicontohkan oleh Charteris-Black (255) melalui metafora pesulap dan ragbi yang dibawakan oleh Philip Hammond.

“I suspect that I will prove no more adept at pulling rabbits from hats than my successor as foreign secretary has been in retrieving balls from the back of scrums.”

Dengan memakai metafora yang lucu akan sebuah peristiwa yang sesungguhnya sangat serius merupakan salah satu cara membangun empati dengan audiens. Maka, dapat dipahami bahwa penutur dapat menggunakan metafora dengan fungsi empati untuk membangkitkan respon emosional bagi pendengarnya. Tujuannya adalah untuk menekankan pesan yang ingin disampaikan sehingga mereka menyukai dan akan lebih mudah berpihak pada penutur karena perasaan *relateable* atas pandangan atau pengalaman yang serupa. Hal itu pun dapat dilakukan dengan menggunakan metafora yang mengandung gurauan dalam situasi atau peristiwa yang serius.

2.2.3.5 Fungsi Estetis (*Aesthetic Purpose*)

Charteris-Black (256) mengungkapkan bahwa metafora memiliki fungsi estetis yang menciptakan koherensi tekstual. Koherensi ini dapat diidentifikasi melalui tema metafora yang dibawakan pada awal pidato yang akan ditemukan kembali menjelang akhir pidato. Fungsi estetis ini membuat susunan pidato terlihat tertata dengan rapih dan baik, seimbang dan memiliki kualitas layaknya sebuah karya musik, di mana koda sebagai bagian terakhir dari sebuah komposisi musik ditandai dengan kembalinya ke tema utama.

Contoh yang diberikan oleh Charteris-Black (256) adalah penggunaan metafora oleh Obama dalam *inaugural speech* yang memanfaatkan metafora dari medan makna (*semantic domain*) cuaca seperti ‘*winter*,’ ‘*storm*,’ dan cuaca lainnya, waktu ‘*current*,’ dan perjalanan ‘*turn back*’ untuk membangkitkan emosi rasa takut

serta keberanian yang bertujuan untuk menyatukan audiens dengan penutur agar tujuan bersama tercapai. Metafora-metafora tersebut digabungkan sehingga membuat susunan pidato terlihat atau terdengar estetik karena berada pada medan semantik yang sama digunakan pada bagian prolog pidato tersebut.

Selain itu, Aristotle (dalam Charteris-Black 263) mengklaim bahwa epilog memiliki dampak yang paling besar dalam upaya mempengaruhi para audiens karena merupakan kalimat terakhir yang didengar audiens sebelum akhirnya mengambil suatu keputusan. Maka, dapat dipahami bahwa fungsi estetik dalam metafora berkaitan dengan suatu pola penggunaan metafora yang biasanya dapat ditemukan pada bagian prolog dan epilog yang membentuk kerapihan dan aliran konteks yang halus sehingga terciptanya koherensi tekstual dalam sebuah pidato.

2.2.3.6 Fungsi Ideologis (*Ideological Purpose*)

Charteris-Black (257) mendefinisikan ideologi sebagai serangkaian ide dan keyakinan yang koheren yang memberikan representasi dunia yang terorganisir dan sistematis. van Dijk (dalam Charteris-Black 257) mendefinisikannya dengan lebih detail sebagai dasar representasi sosial yang dimiliki oleh anggota suatu kelompok. Artinya, ideologi memungkinkan orang-orang, sebagai anggota kelompok, untuk mengorganisir berbagai keyakinan sosial mengenai apa yang terjadi, baik atau buruk, benar atau salah, agar mereka dapat bertindak sesuai dengan keyakinannya.

Metafora dengan fungsi ideologis bersifat sistematis dan membentuk representasi mental jangka panjang yang berkontribusi terhadap pandangan tentang dunia. Charteris-Black (258-262) mengilustrasikan metafora ideologis pada pidato

yang disampaikan oleh Lady Gaga yang memiliki tujuan untuk menentang homofobia di dunia militer yaitu para tantara, pada rapat umum, yang memprotes kebijakan yang dikenal sebagai ‘*Don’t ask, Don’t tell*’ (DATD) yang mendiskriminasi personel tentara dengan orientasi seks bi-dan homoseksual dengan mencegah mereka dari bertugas di ketentaraan jika mereka berbagi informasi tentang orientasi seksual mereka. Judul dari pidato tersebut pun sudah diberi nama dengan metafora yaitu ‘*The Prime Rib of America*’. Lady Gaga mengembangkan metafora ideologis ini dalam narasi pidatonya;

(1) *My address to you today is called The Prime Rib of America. ... Equality is the prime rib of America. (2) But because I’m gay, I don’t get to enjoy the greatest cut of meat my country has to offer. ... If you serve this country, is it acceptable to be a cafeteria American soldier? Can you choose some things from the constitution to put on your plate, but not others? A buffet, perhaps. I’m not talking about citizens. We have a right to breath, to protest. We have a right to this rally. (3) But I’m talking about soldiers. Should the military be allowed to treat constitutional rights like a cafeteria? ... And ultimately, how much does the prime rib cost? (4) Because I thought that this was an all-you-can-eat buffet. This equality stuff – I thought equality meant everyone. But apparently, for certain value meals, for certain civil rights, I have to pay extra because I’m gay. (5) It’s prime rib, it’s the same size, it’s the same grade, the same cut and wholesale cost, and it’s in the constitution. (6) Equality is the prime rib of what we stand for as a nation.*

Dari narasi tersebut, metafora konseptual yang terbentuk adalah EQUALITY IS A CUT OF MEAT. Metafora konseptual tersebut menggunakan konsep ‘potongan daging’ (‘*a cut of meat*’) sebagai ranah sumber untuk menggambarkan ranah sasaran yaitu konsep ‘kesetaraan’ (‘*equality*’). Signifikansi ideologis dikembangkan melalui predikat lain dari ranah sumber seperti *the quality of meat, buffet meals and the idea of the price of food varying according to the sexuality of the consumer*.

Metafora dari sudut pandang ideologis tersebut memadukan komentar mengenai budaya konsumeris pemakan daging orang Amerika dengan pandangan orang Amerika mengenai kesetaraan gender dan menggambarkan ideologis kemunafikan masyarakat tersebut yang mengizinkan dan membebaskan orang untuk mengonsumsi daging, namun tidak memberikan hak atau akses yang sama terhadap kebebasan manusia. Ambiguitas yang kreatif atas penggunaan metafora tersebut mendorong aksi untuk refleksi sehingga kebijakan DATD dihapus setahun setelah pidato tersebut disampaikan.

Dapat dipahami bahwa dengan menyampaikan sebuah ideologi yang dimiliki penutur ataupun menyindir ideologi milik orang lain dengan menggunakan metafora pada sebuah pidato dapat membantu dalam menggambarkan representasi mental yang dapat mengubah pandangan orang lain yang berbeda dan mendorong sebuah tindakan sesuai dengan ideologi yang dimiliki oleh penutur dan kelompoknya.

2.2.3.7 Fungsi Mitos (*Mythic Purpose*)

Metafora dengan fungsi mitos mengambil atensi aspek bawah sadar audiens saat membawakan pidato dengan cara memaparkan suatu cerita. Cerita-cerita yang berkaitan dengan mitos ini sering kali secara tidak sadar merepresentasikan emosi yang kuat dan intens seperti kesedihan, ketakutan, kebahagiaan, dan kegembiraan.

“In many myths going on long journeys towards some predetermined goal is an established means of taking on the stature of a hero”
(Charteris-Black 262)

Charteris-Black menekankan mengenai banyaknya mitos akan perjalanan jauh yang dilakukan demi menuju suatu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan cara yang mapan untuk menerima status sebagai pahlawan. Ia juga mengatakan bahwa banyak penutur yang tanpa sadar termotivasi dengan ide-ide heroik, dan dengan sengaja menggunakan metafora untuk menyampaikan ideologinya. Bagaimanapun, tidak dapat diasumsikan bahwa penutur sepenuhnya sadar akan motivasi mereka sendiri, namun hal ini mengimplikasikan bahwa penutur didorong oleh suatu tujuan mendasar sepanjang proses beretorika menuju hasil yang diharapkan oleh mereka.

“And if you will join me in this improbable quest, if you feel destiny calling, and see as I see, a future of endless possibility stretching before us; if you sense, as I sense, that the time is now to shake off our slumber, and slough off our fear, and make good on the debt we owe past and future generations, then I’m ready to take up the cause, and march with you, and work with you. Together, starting today, let us finish the work that needs to be done, and usher in a new birth of freedom on this Earth.” (264)

Contoh yang ia berikan adalah bagaimana Obama menggunakan metafora yang berasal dari ranah ‘war,’ ‘sleep,’ dan ‘journeys.’ Penggunaan metafora tersebut memberikan kontribusi pada gaya luhur yang dimaksudkan untuk memotivasi audiens agar melakukan tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diharapkan, sehingga metafora ‘war’ menyiratkan perjuangan dan usaha, dan metafora ‘sleep’ disamakan dengan tidak adanya tindakan daripada bermimpi.

Metafora-metafora tersebut didasari pada penciptaan mitos mesianis yang sangat persuasif yang menimbulkan emosi antusias bagi audiens dari upaya sosial yang tersirat dari perjalanan bersama orang lain. Maka dapat dipahami bahwa

dengan menggunakan cerita yang bersifat mitos dapat mengungkapkan suatu aspek ketidaksadaran audiens, dengan merepresentasikan emosi yang kuat dan intens sehingga dapat memotivasi audiens untuk bertindak guna mencapai hasil yang diharapkan karena memakai mitos yang sesuai dengan suatu tujuan penutur.