

BAB II

KAJIAN TEORI

Bab ini menyajikan berbagai konsep dan teori yang mendasari penelitian tentang penggunaan hiperbola dalam lirik lagu karya Daniel Caesar. Kajian teori ini dirancang untuk memperjelas landasan teoretis yang mendukung penelitian dan memberikan panduan dalam menganalisis lirik lagu secara sistematis. Dalam bab ini penulis akan mengulas konsep stilistika sebagai kerangka analisis utama untuk mengkaji gaya bahasa, khususnya hiperbola. Selain itu, teori tentang bentuk dan fungsi hiperbola akan diuraikan guna memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana ungkapan-ungkapan hiperbola diterapkan dalam lirik lagu, serta makna dan dampak yang dihasilkan dari penggunaan gaya bahasa ini.

2.1 Stilistika

Stilistika adalah ilmu yang mempelajari penggunaan bahasa dalam karya sastra dan merupakan ilmu interdisipliner yang menggabungkan linguistik dan kesusastraan. Selain itu, stilistika juga dapat diartikan sebagai penjelasan linguistik mengenai gaya bahasa (Kridalaksana 15).

Slametmuljana (4) menjelaskan bahwa stilistika adalah ilmu tentang kata-kata yang memiliki "jiwa", yaitu kata-kata yang digunakan dalam karya sastra dan mengandung perasaan pengarangnya. Stilistika bertugas mengungkap kesan dari penggunaan dan penyusunan kata dalam kalimat kepada pembaca. Menurutnya,

penempatan kata dalam kalimat serta ketepatan pemilihan kata sangat penting dalam menciptakan gaya kalimat yang khas dalam karya sastra (Slametmuljana 5).

Pradopo (2) juga menyatakan bahwa stilistika merupakan ilmu mengenai gaya bahasa. Ini sesuai dengan pandangan Leech (39) yang menyatakan bahwa stilistika adalah penelitian tentang cara gaya yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara gaya dan fungsi sastra atau estetika dari suatu konteks tertentu. Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa stilistika adalah ilmu yang mempelajari gaya bahasa dalam karya sastra atau cara khusus yang digunakan oleh pengarang untuk menyampaikan pesannya.

2.2 Gaya bahasa

Gaya bahasa menurut Muljana dan Simajuntak (20) adalah susunan kata yang mencerminkan perasaan pengarang dan secara sadar atau tidak, membangkitkan perasaan tertentu dalam hati pembaca. Definisi ini menunjukkan orientasi ekspresif yang berfokus pada pengarang. Hal ini serupa dengan pendapat Keraf (113) yang menjelaskan bahwa gaya bahasa adalah cara khas untuk mengekspresikan pemikiran melalui bahasa, yang mencerminkan jiwa dan kepribadian penulis.

Keraf (116) mengklasifikasikan gaya bahasa berdasarkan unsur-unsur bahasa yang dipakai, seperti pilihan kata, nada, struktur kalimat, serta langsung atau tidaknya penunjukan makna. Dalam hal ini peneliti akan fokus pada gaya bahasa berdasarkan maknanya. Menurut Keraf (129) Gaya bahasa bisa diukur berdasarkan sejauh mana maknanya tetap konvensional atau berubah-ubah. Apabila makna asli atau makna denotatifnya dipertahankan, maka gaya bahasa tersebut dianggap

sederhana. Namun, jika makna berubah, termasuk secara konotatif ataupun jauh dari makna dasar, maka gaya bahasa tersebut disebut memiliki gaya khusus. Gaya bahasa yang mengalami perubahan ini disebut *figure of speech*.

Sebelum memahami lebih jauh tentang bagaimana gaya bahasa digunakan dalam lirik lagu, penting untuk terlebih dahulu mengidentifikasi dua jenis makna yang sering muncul dalam karya sastra, khususnya lirik lagu, yaitu makna denotatif dan konotatif. Kedua jenis makna ini saling melengkapi dalam memberikan nuansa pada bahasa yang digunakan. Makna denotatif memberikan pemahaman dasar atau literal dari sebuah kata atau frasa, sementara makna konotatif membawa asosiasi emosional dan kultural yang dapat memperkaya arti suatu ungkapan. Dalam bagian ini, peneliti akan membahas makna denotatif terlebih dahulu sebagai fondasi untuk memahami makna yang lebih kompleks.

2.2.1 Makna denotatif

Menurut Leech (11) makna denotatif atau makna kognitif adalah istilah lain untuk makna konseptual. Makna ini meliputi definisi kata yang terdapat dalam kamus serta ide atau konsep dasar yang diwakilinya. Makna konseptual cenderung stabil dan konsisten dalam berbagai konteks. Hal ini sejalan dengan pendapat (Seba dan Prihandini 163) denotasi merupakan arti harfiah atau pokok dari suatu kata.

Biasanya makna denotasi sejalan dengan yang tercantum dalam kamus atau karya tulis lain. Tidak terdapat unsur makna tambahan atau makna tersembunyi dalam makna denotasi. Sebagai contoh, makna konseptual dari kata "kucing" mengacu pada mamalia kecil yang punya bulu, cakar tajam, dan kebiasaan

menangkap hewan pengerat. Makna ini umumnya tetap sama dalam berbagai situasi.

2.2.2 Makna konotatif

Menurut Leech (12) makna konotatif, atau konotasi, merujuk pada asosiasi tambahan, sering kali bersifat emosional atau budaya, yang melekat pada sebuah kata di luar makna denotatifnya yang eksplisit. Asosiasi-asosiasi ini dapat bervariasi di antara individu atau komunitas dan dapat bersifat positif, negatif, atau netral. Dengan demikian, makna konotatif dari suatu kata dapat mencakup karakteristik referennya.

Sebagai contoh, kata "ular" memiliki berbagai konotasi bagi orang yang berbeda. Beberapa mungkin mengaitkannya dengan bahaya, ketakutan, atau penipuan karena cerita dan stereotip budaya terkait ular. Lainnya mungkin melihatnya secara lebih netral atau bahkan positif, menganggap ular sebagai simbol transformasi atau penyembuhan dalam konteks budaya tertentu.

Penelitian ini berfokus pada makna konotatif, yaitu makna yang tidak hanya bersifat literal, tetapi juga mencakup asosiasi emosional atau kultural yang melekat pada suatu kata atau ungkapan. Pemahaman mengenai makna konotatif ini penting karena memungkinkan peneliti menggali lebih dalam bagaimana hiperbola memengaruhi interpretasi dan pemahaman terhadap sebuah lagu. Dengan memahami makna konotatif, peneliti dapat mengidentifikasi perasaan dan emosi yang ingin disampaikan melalui lirik lagu yang menggunakan hiperbola, serta

bagaimana penggunaan ungkapan berlebihan ini memperkaya pesan yang ingin disampaikan oleh penulis lirik.

Makna konotatif termasuk dalam bentuk gaya bahasa yang didasarkan pada penyimpangan makna dan disebut sebagai *figure of speech*. Keraf (129) membagi *figure of speech* menjadi dua kelompok, yaitu gaya bahasa retorik dan gaya bahasa kiasan. Dalam penelitian ini, peneliti fokus pada gaya bahasa retorik, yaitu hiperbola.

2.3 Hiperbola

Hiperbola merupakan gaya bahasa yang berlebihan dengan cara memperbesar suatu hal (Keraf 135). Pendapat ini sejalan dengan Claridge (215) hiperbola adalah bentuk bahasa yang mengandung unsur pembesaran atau pembesaran berlebihan dari suatu hal yang dinyatakan, yang melebihi batas-batas kenyataan dalam konteks yang diberikan. Claridge (38) menunjukkan perbedaan antara ekspresi hiperbola dan ekspresi literal dalam hal semantik dan konteks. Ekspresi 'literal' dalam istilah semantik digunakan untuk mengungkapkan sesuatu secara konvensional dan sesuai dengan fakta atau keadaan sebenarnya dalam konteks yang diberikan.

Dengan kata lain, ekspresi literal berusaha untuk mencerminkan kenyataan sebagaimana adanya, tanpa pembesaran atau pengurangan. Sebaliknya, ekspresi hiperbola dalam istilah semantik mengandung unsur pembesaran, yang dimaksudkan untuk mengekspresikan sesuatu secara 'lebih X' daripada yang sebenarnya terjadi. Dalam konteksnya, hiperbola melampaui batas-batas fakta yang

dapat dipercaya atau yang dikenal umum, sering kali untuk tujuan retorik atau emotif, seperti untuk menarik perhatian atau menekankan perasaan.

2.3.1 Bentuk-bentuk Hiperbola

Menurut Claudia Claridge dalam bukunya yang berjudul *Hyperbole in English: A Corpus-Based Study of Exaggeration*, Claridge membagi hiperbola ke dalam 7 bentuk, yakni sebagai berikut:

2.3.1.1 *Single word hyperbole*

Claridge (49) menyatakan bahwa hiperbola satu kata mengacu pada jenis ekspresi hiperbolik di mana pernyataan berlebihan sebagian besar terkandung dalam satu kata dalam sebuah ucapan. Jika Anda mengganti kata tersebut dengan kata atau frasa yang lebih sesuai konteks, maka pernyataan berlebihan tersebut akan hilang sama sekali. Contoh : "... *will you wait just a **second** I'll come with you...*" (Claridge 49). Dalam hal ini, kata "*second*" digunakan untuk melebih-lebihkan durasi waktu yang sangat singkat

Hiperbola juga sering menggunakan deskriptor universal (seperti "all", "never", "everything", "everywhere", "nothing", "nobody", "Always", "never", "ever") untuk memperkuat makna berlebihan. Contoh : "*She's allergic to **everything***". Claridge (51) Kata "*everything*" digunakan untuk menunjukkan bahwa seseorang memiliki banyak alergi. Secara literal, ini berarti bahwa seseorang alergi terhadap semua hal, yang sangat dilebih lebihkan, karena menyatakan bahwa

seseorang alergi terhadap sesuatu, yang secara realistis akan membuat hidup normal tidak mungkin dilakukan. Pernyataan ini melebih lebihkan kondisi orang tersebut.

2.3.1.2 Phrasal hyperbole

Phrasal hyperbole adalah jenis hiperbola yang menghasilkan makna berlebihan melalui kombinasi kata-kata tertentu dalam sebuah frasa. Frasa-frasa ini dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis, termasuk frasa kata benda (NP), frasa kata sifat (AdjP), frasa kata keterangan (AdvP), frasa verba (VP), dan frasa preposisional (PP). Selain itu, beberapa *phrasal hyperbole* juga mencakup *superlatif*, angka, atau deskriptor universal. dari Clarigde (52-55) :

1. NP (Nominal Phrase):

Frasa kata benda adalah frasa yang paling umum membawa makna hiperbolis. Mereka sering melibatkan objek konkret atau entitas yang diperbesar untuk menekankan suatu kondisi atau situasi. Contoh dalam mengekspresikan proses seseorang yang minum terlalu banyak dalam bentuk hasil potensial (*a liver problem*) " *keep off drink after a friend describes me as having 'a liver of the size of New Hampshire'* " Dalam kalimat ini, frasa "*a liver of the size of New Hampshire*". yang menggambarkan masalah hati yang diakibatkan oleh minum berlebihan dengan cara yang berlebihan, dengan membandingkan ukuran hati dengan ukuran negara bagian *New Hampshire*.

2. AdjP (Adjectival Phrase):

Adjectival phrase adalah frasa yang mengandung kata sifat yang berfungsi untuk menciptakan hiperbola. Contoh frasa " *completely empty*"

mencerminkan penggunaan hiperbola dalam hal ini. Secara harfiah, frasa ini menyiratkan bahwa tempat tersebut sepenuhnya kosong tanpa ada kehadiran apa pun. Namun, dalam konteks hiperbola, penggunaan kata "*completely*" digunakan untuk memberikan penekanan yang berlebihan atau melebih-lebihkan kondisi kekosongan tempat tersebut. Ini tidak hanya menyatakan bahwa tempat itu kosong, tetapi menegaskan dengan kuat bahwa tidak ada satu pun orang atau barang di dalamnya.

3. **AdvP (*Adverbial Phrase*):**

Frasa adverbial adalah yang memperbesar suatu tindakan atau keadaan. Contoh *adv phrase* menunjukkan bahwa salah satu contohnya adalah idiom yang sudah lazim :

Angela: *Well we've been rushing around haven't we?*

Sue: *Haven't got time to think about food.*

Angela: *No. **Been here there and everywhere** , you know what I mean?*

Sue: *Yeah*

Frasa ini adalah idiom yang umum digunakan dalam bahasa Inggris untuk menyatakan mobilitas atau aktivitas yang luas dan seringkali tak terstruktur. Dalam percakapan yang diberikan, Angela menggunakan frasa "*here there and everywhere*" untuk menggambarkan kepada Sue bahwa mereka telah melakukan banyak perjalanan atau kegiatan yang beragam dalam waktu yang singkat.

4. VP (*Verbal Phrase*):

Frasa kata kerja adalah frasa yang mengandung makna hiperbolik melalui tindakan. Contoh di bawah ini termasuk kata kerja modal dan negasi :

Matthew: *I'm getting some of them [=caterpillar boots].*

Ryan: *I think they're horrible. Er.*

Matthew: *They go good with baggy jeans.*

Josh: Yeah but you ***can't lift your foot up*** .

Phrasa "***can't lift your foot up***" menggunakan *hyperbole* untuk menekankan betapa tidak praktisnya sepatu bot tersebut, meskipun secara harfiah seseorang tentu masih bisa mengangkat kaki mereka. Ini adalah contoh bagaimana *hyperbole* bisa tersirat dalam percakapan sehari-hari untuk menambahkan efek dramatis atau menekankan suatu poin.

5. PP (*Prepositional Phrase*)

Frasa preposisi dalam hiperbola adalah penggunaan frasa yang mencakup preposisi untuk menciptakan efek melebih-lebihkan. Biasanya, PP dalam hiperbola memanfaatkan konotasi yang kuat dari kata-kata yang terlibat untuk menekankan makna berlebihan. Contoh : Frasa ini digunakan dalam iklan mobil, "*Beyond compare. But not beyond reach*". Frasa ini secara harfiah berarti "tak tertandingi", tetapi digunakan dalam konteks ini untuk menyatakan bahwa mobil tersebut sangat istimewa sehingga tidak ada yang bisa menandinginya. Namun, penggunaan ini adalah hiperbola karena tidak ada mobil yang benar-benar unik atau tak tertandingi dalam arti literal.

2.3.1.3 Clausal hyperbole

Menurut Claridge (56) *clausal hyperbole* adalah penggunaan kombinasi elemen-elemen dalam dua atau lebih konstituen klausa yang ketika digabungkan, menciptakan efek berlebihan atau hiperbolik. *Hyperbole* ini dapat menyebar melalui beberapa klausa dalam satu kalimat. Dengan kata lain hiperbola terbentuk bukan hanya dari satu kata atau frasa, tetapi dari keseluruhan struktur klausa yang digabungkan.

Selain itu, Hiperbola ini juga bisa melibatkan kombinasi berbagai elemen dalam klausa, seperti subjek, predikat, objek, dan keterangan. Semua elemen ini dapat berkontribusi untuk menciptakan makna yang sangat berlebihan atau tidak masuk akal. Contoh : *I'm really, really, really changed dramatically from not eating very much to scoffing my face at every single available opportunity.* Claridge (56) Di sini, hiperbola tercipta dari pengulangan kata '*really*' sebanyak tiga kali, frasa informal '*scoff my face*', dan penggunaan tiga premodifier yang saling memperkuat untuk '*opportunity*', serta kontras antara '*not feeding too many*' dan '*scoffing*'.

Dalam contoh tersebut, kombinasi dari elemen-elemen ini menciptakan efek hiperbola yang kuat menekankan pesan yang sangat jelas. Ungkapan dalam contoh tersebut mengindikasikan bahwa hiperbola klausa sering kali melibatkan elemen-elemen yang saling memperkuat dan membuat kalimat terasa sangat berlebihan atau dramatis secara keseluruhan. Contoh lain dalam ungkapan “ *nobody ever learns anything*” (Claridge 56) pernyataan ini menggunakan tiga deskriptor universal seperti “*nobody*” “*ever*”, dan “*anything*” untuk menciptakan efek hiperbolis yang kuat.

2.3.1.4 *Numeric hyperbole*

Numerical hyperbole adalah penggunaan angka secara berlebihan untuk menciptakan efek hiperbolis. Contoh: *"I've told you a million times not to do that!"* Dalam contoh ini, hiperbola numerik digunakan dengan menyatakan bahwa seseorang telah memberikan peringatan *"million times"* kepada seseorang agar tidak melakukan sesuatu. Tentu saja, angka satu juta di sini bukanlah jumlah yang sebenarnya, melainkan digunakan secara berlebihan untuk mengekspresikan betapa seringnya orang tersebut memberikan peringatan. Pesan yang ingin disampaikan adalah bahwa orang tersebut telah memberikan peringatan berulang-ulang kali dengan harapan agar pesan tersebut dipatuhi.

2.3.1.5 *The role of superlative*

Hiperbola *superlative* adalah penggunaan bentuk superlatif untuk menyatakan sesuatu yang sangat berlebihan atau di luar batas normal dari maknanya. *Superlative* biasanya menandai titik tertinggi dalam skala komparatif, dan sering digunakan dalam bahasa hiperbolik untuk menekankan atau memperbesar suatu karakteristik. Hiperbola *superlative* dapat muncul dalam berbagai bentuk, baik melalui penggunaan *superlative* secara mutlak maupun dengan tambahan elemen-elemen yang memodifikasi untuk memperkuat efek hiperboliknya (Claridge 62-64) Contoh hiperbola superlatif: *"The grossest of everything"*: Penggunaan *superlative* ini untuk menggambarkan pengalaman yang paling menjijikkan yang pernah ada, tanpa batasan spesifik. (Claridge 63). *"The*

most weird day I've ever seen in my entire adult life": Hari yang paling aneh yang pernah saya alami sepanjang hidup dewasa saya (Claridge 64).

2.3.1.6 Comparision hyperbole

Menurut Claridge (64-65) hiperbola perbandingan adalah suatu bentuk retorika yang digunakan untuk memperbesar atau memperkuat suatu perbandingan dengan menggunakan partikel perbandingan eksplisit seperti "*like*", "*as*", dan "*than*". Perbandingan hiperbola ini sering kali mengandung unsur yang sangat tidak mungkin atau benar-benar tidak mungkin, atau perbandingan antara dua hal yang menghasilkan hasil yang sangat tidak cocok. Tujuannya adalah untuk memperbesar entitas atau aspek yang dibandingkan.

Contoh : *I never phone unless I can ... erm, well you know if I can possibly avoid it I never phone at the most expensive time of day, I avoid mornings like the plague if I can possibly manage*. Dalam contoh ini, membandingkan pagi dengan wabah penyakit adalah perbandingan yang sangat ekstrem dan tidak sesuai, memberikan efek hiperbolis yang kuat walaupun kedua hal ini sangat berbeda, perbandingan ini digunakan untuk menekankan betapa pentingnya menghindari panggilan di pagi hari (Claridge 64)

2.3.1.7 Repetition hyperbole

Repetition hyperbole adalah penggunaan repetisi (pengulangan) sebagai cara untuk menciptakan efek berlebihan atau melebih-lebihkan suatu hal di luar batas kenyataan. Dalam *repetition hyperbole*, elemen yang diulang (bisa berupa

kata, frasa, atau kalimat) disusun secara berurutan tanpa jeda dan mengarah pada penegasan yang sangat berlebihan hingga tidak realistis. Sementara repetisi sering kali digunakan untuk penekanan atau menyampaikan emosi, repetisi menjadi hiperbola ketika jumlah pengulangannya sudah cukup untuk membuat sesuatu tampak sangat dilebih-lebihkan.

Tidak semua pengulangan dianggap hiperbolis banyak pengulangan justru bersifat penegasan (*emphatic*) dan emosional yang merupakan fungsi dasar dari pengulangan itu sendiri. *Emphatic Repetition* (Pengulangan Penegasan) ini adalah penggunaan pengulangan untuk menambah intensitas atau penekanan pada pernyataan, tanpa harus melebih-lebihkan. Pengulangan ini menggarisbawahi pentingnya atau intensitas emosional pernyataan tersebut, tetapi tetap dalam batas kenyataan. Pengulangan ini memperkuat poin yang disampaikan tanpa mendistorsi kenyataan. Contoh yang hanya bersifat penegasan dan pengulangan hiperbola : *But he's just really really really strange* (Claridge 67).

Dalam contoh ini pengulangan kata "*really*" di sini bukanlah hiperbola, tetapi lebih sebagai penegasan emosional bahwa orang tersebut memang sangat aneh. Meskipun bisa dianggap berlebihan dalam makna umum, pengulangan ini tidak melampaui batas kenyataan dan hanya digunakan untuk memperkuat perasaan penuturnya. Contoh pengulangan hiperbola: "*Because they don't have any genuine effect. It happens over and over and over again*". Pengulangan "*over*" memiliki makna adverbial yang jelas, yaitu "*lagi*", dan pengulangan ini memperluas idiom "*over and over again*" yang berarti "*berulang kali*". Pengulangan ini, meskipun marginal, dianggap hiperbolik.

2.3.2 Fungsi Hiperbola

Mora menjelaskan sembilan fungsi hiperbola yakni sebagai berikut:

2.3.2.1 *Emphasis*

Menurut Mora fungsi hiperbola sebagai "*Emphasis*" mengacu pada penggunaan ungkapan yang berlebihan dari figur retorik hiperbola untuk menekankan atau memperkuat suatu pernyataan dengan menggantikan kata, frasa atau deskripsi yang lebih lemah dengan sinonim yang lebih kuat untuk memberikan tekanan ekstra pada pesan yang ingin disampaikan. Contoh: "*Well, I'm starving*". Mora (204). Dalam contoh ini, "*starving*" digunakan untuk menekankan rasa lapar yang luar biasa, menggantikan kata yang lebih umum seperti "*hungry*". Dalam konteks penekanan, Hiperbola digunakan ketika pembicara ingin pesan mereka menjadi lebih kuat dan intens. Ekspresi berlebihan selalu tampak lebih kuat, lebih tinggi, atau lebih intens dibandingkan dengan padanan literalnya.

Contoh lain dalam Mora (204) "*She was the most wonderful person ... that you would ever wish to meet! She fought for ... the working class ... she fought for education ... she fought for everything to benefit the community ... She was a wonderful person! She really was!*" Dalam contoh ini, frasa "*the most wonderful person ... that you would ever wish to meet*" adalah hiperbola yang digunakan untuk menekankan betapa luar biasanya orang yang sedang dibicarakan. Pengulangan kata "*wonderful*" dan penggunaan kata "*most*" memberikan penekanan ekstra pada kualitas positif orang tersebut.

2.3.2.2 Evaluation

Dalam Mora (205) Fungsi hiperbola sebagai evaluasi adalah penggunaan berlebihan untuk menyampaikan penilaian atau perasaan subjektif tentang suatu topik. Penilaian atau perasaan yang datang di suatu topik ini dibagi menjadi dua yaitu tujuan positif dan tujuan negatif. Untuk tujuan positif, hiperbola digunakan untuk memuji, mengucapkan selamat, mengungkapkan simpati, persetujuan, kegembiraan dll. Sebaliknya, untuk tujuan negatif, hiperbola digunakan untuk mengkritik, mengeluh, menyatakan ke tidak setujuan, menunjukkan antipati dll. sikap yang diungkapkan secara tepat hanya dapat diidentifikasi dalam konteks tertentu kutipan di bawah berisi contoh sebagai berikut :

Text JSH > House of Commons debate

MR DAVID HUNT>: *Well, I'm sorry that the opposition is continuing to talk the country down.*

PS000>: [...]

MR DAVID HUNT>: *We ... **we have in fact er had a very impressive record on competitiveness.** We now in manufacturing where there's been a decline in employment since the 1960s, we now have four million workers in manufacturing producing more than seven million produced fifteen years ago. That's a tribute to the British work force and don't let the honourable gentleman forget that we now have one point four million more in work, in the UK than we had ten years ago. Let him start talking up our achievements rather than pointing to an agenda which his party has already signed up to which would destroy millions 205 How to Make a Mountain out of a Molehill of jobs through statutory works councils, statutory minimum wage and statutory compulsory working week. **That's a recipe for disaster.***

PS000>: [...]

MRS BETTY BOOTHROYD>: *James Pawsey.*

MR JAMES PAWSEY>: *Question number two, Madam Speaker. To ask the Secretary of State for Employment what are the levels of employment in the United Kingdom, Germany and France.*

Dalam kutipan debat *House of Commons* di atas, Mr. David Hunt menggunakan hiperbola untuk tujuan positif dari ungkapan "*we have in fact er had a very impressive record on competitiveness*" adalah untuk memberikan pujian dan

membanggakan pencapaian atau kinerja negara (dalam hal ini, Inggris) dalam hal daya saing. Dengan menggunakan frasa "*very impressive record*", pembicara melebih-lebihkan atau menguatkan pencapaian tersebut untuk menciptakan kesan yang sangat positif tentang keberhasilan ekonomi atau kompetitif negaranya.

Ungkapan ini dimaksudkan untuk meningkatkan citra positif, menunjukkan rasa bangga, dan mungkin juga memotivasi audiens dengan menekankan betapa baiknya hasil yang telah dicapai. Penggunaan hiperbola dalam kalimat ini membantu memperkuat perasaan optimisme dan pencapaian yang ingin disampaikan pembicara.

Sebaliknya, dalam tujuan negatif, ungkapan "*That's a recipe for disaster*" adalah contoh evaluasi negatif yang menggunakan hiperbola. Dalam konteks ini, pembicara secara berlebihan menggambarkan suatu rencana atau kebijakan sebagai sesuatu yang akan membawa bencana besar. Frasa ini digunakan untuk mengkritik dan menyatakan ke tidak setujuan terhadap ide atau tindakan yang dibahas, dengan maksud untuk menekankan betapa buruknya konsekuensi yang mungkin terjadi.

Dengan menggunakan ungkapan ini, pembicara ingin mengarahkan perhatian audiens pada potensi dampak negatif dari kebijakan tersebut, dan menggunakannya untuk menciptakan rasa takut atau kekhawatiran, meskipun dampaknya mungkin tidak seburuk yang digambarkan. Penggunaan hiperbola ini hanya dapat dinilai secara tepat dalam konteks tertentu, karena apa yang dianggap sebagai ungkapan berlebihan akan bergantung pada persepsi subjektif si pembicara dan audiens dalam konteks tersebut.

2.3.2.3 *Expression of surprise*

Fungsi hiperbola dalam ekspresi digunakan untuk mengekspresikan kejutan ketika kejadian tidak sesuai dengan ekspektasi. Ekspresi kejutan tidak dapat ada tanpa pelanggaran terhadap harapan sebelumnya, terlepas dari apakah harapan tersebut telah dinyatakan secara eksplisit atau tidak. Dalam kutipan di bawah ini, harapan dinyatakan secara eksplisit. Dalam ungkapan “*Did you say milky?* Claire menggemakan deskripsi orang lain dan ekspektasinya sendiri yang gagal.

Text KP9 > Conversation recorded by Craig

CLAIRE>: Craig do you wanna do something?

CRAIG>: Yeah, alright.

CLAIRE>: dry those.

CRAIG>: [...] ... alright, I'll dry them.

CLAIRE>: Cos I've gotta get ... er Craig, you can come if you drive home. CRAIG>:

Pardon? CLAIRE>: You can come if you drive home.

CRAIG>: No, I'm gonna get out of me head [laugh] ... [laughing] I see him putting them over here. ... Oi!

CLAIRE>: Mm.

CRAIG>: Now.

*CLAIRE>: Did you say milky? **Looks like pure hot milk.***

CRAIG>: Did someone write ... one

CLAIRE>: I don't feel like you're under pressure to do things, do you? CRAIG>: It's nice that top.

2.3.2.4 *Simplification*

Fungsi hiperbola *Simplification* digunakan untuk menyederhanakan komunikasi dengan membuat pernyataan umum yang tidak memerlukan detail yang tepat. Hal ini membantu menghindari spesifikasi yang rumit atau perincian yang tidak diperlukan. Meskipun hiperbola biasanya dianggap sebagai cara untuk melebih-lebihkan sesuatu, dalam konteks tertentu, ia juga digunakan untuk menyederhanakan dan memperjelas pesan, menghemat kata, atau menghindari

memberikan detail yang rumit. Penyederhanaan ini sering kali didorong oleh kebutuhan untuk menghemat waktu atau menghindari detail yang rumit.

Pembicara menggunakan hiperbola untuk menyampaikan gagasan umum tanpa perlu menjelaskan detail spesifik. Misalnya, ketika seseorang kehilangan tas, dia mungkin akan mengatakan "*I lost my bag and everything*", daripada menyebutkan setiap item dalam tas tersebut satu per satu seperti "*my purse, my keys, my mobile phone, my sun glasses, my walkman, my lipstick, my comb, my address-book*". Ini membantu pembicara dan pendengar untuk lebih cepat memahami tanpa harus menyebutkan semua detail.

2.3.2.5 Interest intensification

Menurut Mora (212-213) fungsi ini didefinisikan sebagai usaha untuk menjaga pendengar tetap terlibat, menarik perhatian mereka, atau membangkitkan minat mereka. Fungsi ini sering digunakan untuk membuat cerita lebih menarik dan menghibur, atau lebih dramatis. Fungsi ini banyak ditemukan dalam genre naratif, sebagai cara untuk membuat cerita lebih menarik, menghibur, atau dramatis. Contoh di mana pembicara biasanya mencoba menambahkan minat pada kata-kata mereka merujuk pada kasus pergeseran topik. Melalui hiperbola, pembicara berupaya membuat topik baru menarik dan melibatkan pendengar.

Text FM3 > Body Shop presentation: aromatherapy

ADMINISTRATION TUTOR>: [...] can smell that from here.

MASSEUR>: [laughing] Yeah. ...

PS000>: I think it'd give me a headache, not take it away.

PS000>: [laugh] MASSEUR>: Right. So, so you'd say to yourself. Right,

PS000>: No.

*MASSEUR>: you don't like camomile, that's not gonna do you any good. The next one, which is similar to camomile and which I find a lot of people like better, is lavender. **Everybody thinks of grandma with lavender.***

*PS000>: [...] MASSEUR>: **Lavender in the cupboards and lavender everywhere.** Lavender again is good for headaches and it's good if you can't sleep or you suffer a bit from insomnia.*

PS000>: No, I s, s I don't suffer from that.

[...] MASSEUR>: No, [laughing] [...] like me, the opposite direction.

2.3.2.6 Contrast of differences

Banyak literatur tentang hiperbola didasarkan pada konsep "kontras", meskipun sebelumnya fungsi ini jarang dikaitkan dengan hiperbola. McCarthy dan Carter dalam Mora menyatakan bahwa kontras, baik implisit maupun eksplisit, adalah fitur penting dalam hiperbola, namun studi sebelumnya lebih sering mengaitkannya dengan ironi, metafora, dan *understatement*, bukan hiperbola (215). Hiperbola tidak hanya digunakan untuk mengekspresikan kejutan melalui perbandingan antara peristiwa yang diharapkan dan yang terjadi, tetapi juga untuk membandingkan dua kutub yang sangat berbeda dalam dimensi tertentu. Dalam konteks ini, satu kutub semantik secara eksplisit dihubungkan dengan kutub lainnya melalui ketegangan semantik yang tinggi.

McCarthy dan Carter dalam Mora menyebut proses ini sebagai "peningkatan realitas", yang dapat memperkuat situasi yang saling bertentangan (215). Tujuan hiperbola adalah memperbesar perbedaan ini hingga maksimal, sehingga perbedaan tersebut tampak lebih ekstrem, sering kali mencapai titik yang berlawanan atau antagonistik. Dengan demikian, hiperbola sering digunakan untuk memperjelas kontras yang tajam. Kontras perbedaan ini dapat bersifat eksplisit atau implisit. Kontras tersebut bersifat eksplisit ketika dua istilah, situasi, atau objek

yang berbeda dinyatakan secara eksplisit atau dapat ditemukan dalam konteks yang langsung. Contohnya:

Text KDV > Conversation recorded by Sandra

DEANNE>: I mean, it's like the jeans, I say, for Laura I paid 14'99 for a pair there, and 11'99 for the other pair. Well, I've been ... and got myself two pair ... cos I mean, it's more or less all I wear ... just a, a couple of weeks before, and I'd only paid 12'99 a pair for my own!

SANDRA>: Mm!

DEANNE>: So I mean, I had actually paid more for ... hers er, than, you know. Well, I think they're so, my own I don't mind paying a bit more for really, because they're so ... last me such a long while.

SANDRA>:

*Yeah. DEANNE>: I wear them day in, day out, you know. I mean, I ... I've got like five pair at the moment. Some what I call are COMFY ones, **some that I can't breathe in**, you know!*

SANDRA>: [laugh]

DEANNE>: [laughing] My going out ones.

2.3.2.7 Humour

Hiperbola, atau pernyataan yang berlebihan, dapat memberikan sentuhan humor pada percakapan, membuat cerita menjadi lebih hidup dan menarik. Meskipun sering sulit untuk didefinisikan, satu kesamaan yang muncul dalam banyak bentuk humor adalah pelanggaran ekspektasi, diskontinuitas, dan/atau ketidakcocokan. Mora mengutip teori ketidakcocokan-resolusi humor yang menyatakan bahwa "sebuah situasi dianggap lucu jika pengamat mendeteksi ketidakcocokan dalam situasi tersebut (misalnya, situasi tersebut dengan cara tertentu melanggar ekspektasi seseorang, yang mengejutkan, membingungkan, atau membangkitkan orang tersebut)" (Pepicello dan Weisberg 73).

Hiperbola dapat memperkuat ketidakcocokan tersebut, sehingga menghasilkan efek humor yang mengejutkan atau menghibur. "Tawa karena ketidakcocokan dipicu oleh berbagai perangkat linguistik, termasuk ironi, parodi,

hiperbola, dan ketidakseimbangan" (Tsang dalam mora 218). Hiperbola sering kali bersifat evaluatif, digunakan untuk menyatakan opini, kritik, pujian, atau sekadar menambahkan kesan dramatis pada ucapan. Dalam humor, hiperbola dapat berfungsi untuk mengolok-olok seseorang, baik secara afiliasi (menjalin hubungan) atau agresi (menghina).

Hiperbola bisa lucu atau bermain-main, tetapi juga bisa digunakan untuk menghina dan mengejek. Kelucuan pada dasarnya bersifat afiliasi (Emerson dikutip dalam Mora 218), namun ada juga tindakan pahit untuk agresi. Humor merendahkan diri, yang juga disebut sebagai humor menghina diri sendiri atau humor mengecilkan diri, berbentuk pernyataan yang menjadikan diri sendiri sebagai objek humor. Mora menegaskan bahwa "jenis humor ini sering kali muncul bersamaan dengan bentuk evaluatif negatif, dengan tujuan untuk menunjukkan kerendahan hati, membuat pendengar merasa nyaman, atau menarik hati pendengar. Berikut pernyataan hiperbolik "*I've got a beard*" dalam kutipan di bawah ini adalah ilustrasi.

Text KP9 > Conversation recorded by Craig

CRAIG>: Who? [whispering] Yeah, oh, I don't like her.

CLAIRE>: [...]

CRAIG>: She's got a moustache.

CLAIRE>: Well, Vicky has, but she can't help it.

CRAIG>: No, Vicky's got a beard.

CLAIRE>: No, *I've got a beard*.

CRAIG>: [tut]! Oh. Teaspoon.

PS000>: If you dry up and put them there now cos it's nearly [...].

JO>: I got nice baggy arse here.

CRAIG>: [laugh] ... *Are they ... riding jodhpurs, aren't they?*

JO>: Yeah, well, such a shame.

CRAIG>: Can I have the erm ... grey thing here? ... You gotta wear that now?

Di sisi lain, mengolok-olok didefinisikan sebagai "ucapan yang menjadikan penampilan pribadi atau kelemahan orang lain sebagai objek hiburan" (Graesser dkk. 50), seperti pernyataan berlebihan "*Are they ... riding jodhpurs, aren't they?*" dalam kutipan di atas. Mengolok-olok, menurut Long dan Graesser, berbeda dengan permusuhan dan sarkasme karena niatnya bukan untuk benar-benar menghina, menyinggung, atau menghukum. Sebaliknya, ini menggambarkan sifat humor yang bermain-main, "di mana pembicara saling menggoda tanpa niat serius untuk merugikan atau mengkritik" (Gibbs 24).

2.3.2.8 Clarification

Fungsi hiperbola ini digunakan untuk memperjelas maksud pembicara dengan melebih-lebihkan pernyataan sebelumnya, sehingga pesan lebih mudah dipahami dan tidak ambigu. Secara khusus, Kreuz dkk. telah menjelaskan dan bahkan menggambarkan fungsi klarifikasi ini melalui pernyataan berlebihan (Kreuz dkk. 91). Mungkin tampak paradoks untuk menganggap klarifikasi sebagai salah satu tujuan dari hiperbola, karena pernyataan semacam itu tidak memberikan informasi yang benar.

Namun, hiperbola sering kali dapat memberikan wawasan tentang mengapa pernyataan tertentu diutarakan. Pertimbangkan, misalnya, pernyataan berikut ini: "*I've just watched the Pittsburgh football team lose for the thousandth time!*" Pernyataan hiperbolik ini memberikan informasi spesifik (bahwa Steelers kalah), tetapi juga menginformasikan kepada pendengar tentang sikap pembicara terhadap

informasi tersebut (dalam hal ini, rasa jijik atau kecewa). Ada perbedaan pandangan mengenai fungsi "klarifikasi" dalam penggunaan hiperbola.

Mora berargumen bahwa pandangan Kreuz dkk. tentang klarifikasi melalui hiperbola sebenarnya lebih mengacu pada penyampaian sikap atau perasaan pembicara daripada memberikan penjelasan yang sebenarnya. Kreuz dkk. berpendapat bahwa hiperbola berfungsi untuk menunjukkan sikap pembicara (misalnya, rasa kecewa atau frustrasi) terhadap pernyataan yang dibuat, dan ini lebih mengarah pada dimensi evaluatif atau afektif, bukan pada klarifikasi dalam arti yang sesungguhnya (91).

Mora membedakan pengertian klarifikasi ini dengan makna klarifikasi yang lebih tradisional, yaitu untuk mempermudah pemahaman dan menghilangkan keraguan atau kebingungan dengan memberikan penjelasan lebih lanjut atau detail yang sederhana. Dengan kata lain, klarifikasi tradisional bertujuan untuk membuat sesuatu lebih jelas dan mudah dimengerti. Dalam konteks hiperbola, Mora berpendapat bahwa melebih-lebihkan pernyataan literal sebelumnya dapat membantu memperjelas maksud yang ingin disampaikan oleh pembicara, bukan sekadar menyampaikan sikap atau emosi pembicara mereka. Dengan melebih-lebihkan pernyataan literal sebelumnya, pembicara dapat berupaya memperjelas makna yang ingin disampaikan. Misalnya:

Text F&J > Newcastle University: lecture on word processing

LECTURER>: Yes, true! It is one paragraph at a time, so it is correct.

PS000>: I hope so.

LECTURER>: I was having a job to recognise what was a pa ... Er, a paragraph as far as Microsoft Word is concerned is the space between two ... hits of the return key, okay? Whereas a sentence ... is, is the space between er the beginning of er, er between two full stops. A NEW WAY OF USING THE ENGLISH LANGUAGE, when you're word processing is absolutely another world! Okay. Erm ... if you go

shift F9, or shift F8 ... it goes through the document, I think, one sentence at a time. Yep! And shift F7 takes you back through the document one sentence at a time. ... Shift F9 selects the current line, we've not er stated I think. ... Yeah, shift F9 ... er ... accepts the current line where the cursor is, is located. And probably the most useful key of all ... when you're doing global formatting, is shift F10 and you select the whole document. So if you wanna select all the text you've written, she shift F10 selects the whole document.

Dalam kutipan ini, pernyataan berlebihan digunakan untuk mengurangi ambiguitas, sehingga meningkatkan kemungkinan maksud pesan pembicara dipahami dengan benar. “Pada kata *when you are...* ini memiliki fungsi untuk mengklarifikasi. Bentuk klarifikasi melalui hiperbola ini bekerja dengan mendorong ide literal selangkah lebih jauh agar tidak ada keraguan tentang maksud yang dimaksud dalam pikiran pendengar.

2.3.2.9 Polite de-emphasis

Fungsi *polite de-emphasis* adalah strategi komunikasi di mana seseorang mengurangi atau menghaluskan pernyataan yang seharusnya terdengar tegas atau mendesak dengan cara yang lebih halus dan sopan. Meskipun konsep ini tampaknya bertentangan dengan hiperbola, yang biasanya menekankan sesuatu secara berlebihan, dalam konteks kesopanan, penurunan tekanan ini digunakan untuk mengurangi rasa keterpaksaan atau beban pada pendengar. Perhatikan di bawah ini bagaimana risiko penolakan berkurang ketika pembicara meminimalkan waktu menunggu.

Text KPC > Conversation recorded by Frances

FRANCES>: Brett, now you stop that this minute. Kaley, I want you to go upstairs and get me a pad for Brett, please. Hurry up so that he's got a paddy on at teatime. Come on, Kaley.

BRETT>: [...] tea.

FRANCES>: What?

BRETT>: Tea.

FRANCES>: You're gonna have some tea in a minute, when daddy comes.

BRETT>: Yes.

FRANCES>: Yes.

FRANCIS>: [...] will be here?

FRANCES>: Six o'clock.

FRANCIS>: Ooh!

FRANCES>: Teatime. ... You'd better watch and get that paddy first or there'll be trouble.