

BAB II

KAJIAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori yang digunakan pada penelitian ini.

Teori-teori yang digunakan akan dibagi menjadi 4 sub-bab yang terdiri dari stilistika, gaya bahasa, semantik dan makna.

2.1 Semantik

Kata semantik dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Yunani, yaitu *sema* kata benda yang berarti “tanda” atau “lambang”. Kata kerjanya adalah *semaino* yang berarti “menandai” atau “melambangkan”. Semantik merupakan bagian dari cabang ilmu bahasa yang mengkaji tentang makna yang mencakup jenis, pembagian, pembentukan dan perubahan makna tersebut. Pembentukan dan perubahan makna tidak terjadi begitu saja, akan tetapi ada banyak faktor yang memengaruhinya baik pada luar bahasa maupun dalam bahasa. Pateda (2) mengatakan, “Dalam ilmu semantik dapat diketahui tentang pemahaman makna, wujud makna, jenis-jenis makna, aspek-aspek makna hal yang berhubungan dengan makna, komponen makna, perubahan makna, penyebab kata hanya mempunyai satu makna atau lebih, dan cara memahami makna dalam sebuah kata, semuanya dapat ditelusuri melalui disiplin ilmu yang disebut semantik”.

Dalam kajian semantik terdapat cabang ilmu gaya bahasa yang di dalamnya mengkaji tentang gaya bahasa (Djajasudarma 2). (Kridalaksana 15) menjelaskan bahwa stilistika adalah (1) ilmu yang menyelidiki tentang bahasa yang

dipergunakan dalam karya sastra; ilmu interdisipliner antara linguistik dan kesusastraan; (2) penerangan linguistik pada gaya bahasa.

2.2 Stilistika

Istilah stilistika tidak dapat dipisahkan dari *style* mengingat kedua istilah itu saling berkaitan satu sama lain. *Style* adalah salah satu aspek yang digarap oleh stilistika. Menurut Keraf (112) *style* yang diambil dari bahasa Latin *stylus* adalah alat untuk menulis pada lempengan lilin. Kejelasan tulisan dalam lempengan tersebut tergantung pada keahlian sang penulis. Sementara orang-orang Yunani yang juga telah mengembangkan teori terkait *style*, mengartikannya sebagai kualitas dari sebuah ungkapan. Stilistika sendiri dapat dipahami sebagai suatu kajian atau ilmu yang objeknya adalah rangkaian gaya bahasa atau *style*.

Pada hakikatnya kajian stilistika memang untuk mengeksplorasi kreativitas dimana hal tersebut dapat memperkaya pengetahuan kebahasaan seseorang terhadap suatu teks. Selain bahasa itu dapat digunakan untuk menyelidiki seluruh fenomena bahasa dengan ciri-cirinya yang beragam, juga dapat digunakan untuk menentukan seberapa jauh bahasa mengalami bentuk-bentuk penyimpangan. Stilistika terbagi dua yaitu stilistika linguistik dan stilistika sastra.

Darwis (1) Stilistika linguistik berusaha menyingkapkan fakta-fakta linguistik untuk menjelaskan perbedaan penggunaan gaya bahasa antara pengarang yang satu dan pengarang yang lain (serangkaian ciri individualnya) antara kelompok pengarang yang satu dan kelompok pengarang yang lain (serangkaian ciri kolektif), baik secara sinkroni maupun diakronik atau menjelaskan perbedaan ragam bahasa karya sastra dengan ragam bahasa karya nonsastra. Stilistika linguistik tidak bertanggung jawab dalam hal menjelaskan keterkaitan antara pilihan kode bahasa (bentuk linguistik) dan fungsi atau efek estetika atau artistik karya sastra. Stilistika linguistik mempertanyakan mengapa pengarang memilih menyatakan suatu dengan cara tertentu. Stilistika merupakan kajian gaya atau *style* dari segi linguistik. Sesungguhnya gaya bahasa itu tidak lain dari wujud parole setiap penutur bahasa. Parole setiap orang berbeda atau mengandung kekhasan. Darwis (2) parole merupakan wujud konkret penggunaan bahasa.

2.3 Pengertian Gaya Bahasa

Gaya dikenal dalam retorika dengan istilah *style*, pada istilah lain, Keraf (113) mengemukakan bahwa *style* atau gaya bahasa dapat dibatasi sebagai cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan keperibadian penulis (pemakai bahasa).

Gaya bahasa sebagai bagian dari diksi atau pilihan kata bertalian dengan ungkapan-ungkapan individual atau karakteristik yang memiliki nilai artistik tinggi. Keraf mengemukakan bahwa, gaya bahasa yang merupakan bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa atau klausa

tertentu untuk menghadapi situasi tertentu. Semakin kaya perbendaharaan kosakata seseorang maka semakin banyak pulalah gaya bahasa yang dapat dipergunakan. Begitu pula sebaliknya, semakin kurang gaya bahasa yang dikuasai dalam pemakainnya semakin kurang pula penguasaan kosakata orang tersebut.

Tarigan (5) mengungkapkan bahwa gaya bahasa adalah bahasa indah yang dipergunakan untuk meningkatkan efek dengan jalan memperkenalkan serta membandingkan suatu benda atau hal yang lain lebih umum. Pendek kata penggunaan gaya bahasa tertentu dapat mengubah serta menimbulkan konotasi tertentu. Selain itu, dia menambahkan pula bahwa gaya bahasa merupakan bentuk retorik yakni penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau memengaruhi penyimak atau pembaca.

2.3.1 Gaya Bahasa Metafora

Metafora adalah pemakaian kata-kata bukan arti yang sebenarnya, melainkan sebagai lukisan yang berdasarkan persamaan atau perbandingan. Keraf (139) berpendapat bahwa Metafora adalah sejenis gaya bahasa perbandingan yang membandingkan dua hal secara langsung, tetapi dalam bentuk yang singkat. Tarigan (15) juga berpendapat bahwa metafora adalah sejenis majas perbandingan yang paling singkat, padat, dan tersusun rapi. Di dalamnya terdapat dua ide; pertama adalah suatu kenyataan, sesuatu yang dipikirkan, yang menjadi objek; dan kedua merupakan perbandingan terhadap kenyataan tadi; dan menggantikan yang belakang menjadi yang terdahulu. Didukung juga oleh pendapat dari Siswono (49) menyatakan bahwa metafora adalah semacam analogi yang membandingkan dua hal secara langsung, tetapi dalam bentuk yang singkat.

Perumpamaan dengan cara membandingkan istilah yang akan didefinisikan dengan benda-benda, hal-hal, atau sesuatu yang lain yang mempunyai ciri-ciri yang sama atau hampir sama. Metafora sebagai perbandingan antara dua hal yang bersifat menyatu (luluh) atau perbandingan yang bersifat langsung karena kemiripan dan kesamaan yang bersifat konkret (nyata) atau bersifat intuitif (perceptual).

Contoh : *You are a hero.*

Contoh di atas merupakan bagian dari metafora. Namun kalimat metafora tersebut tidak mengharuskan orang untuk berfikir lama dan tidak memerlukan pemahaman lebih untuk memahami maknanya, karena adanya perbandingan langsung antara dua entitas yaitu kata “*you*” dan “*hero*”. Adanya pemahaman dan perbandingan konsep “*you*” dan “*hero*” yang merujuk pada diri manusia. Konsep makna pada kata “*hero*” adalah selalu menolong dan berbuat baik, kemudian kata tersebut diletakkan dengan kata “*you*” sebagai interpretasi terhadap diri manusia. Menjadikan kalimat tersebut bermakna seseorang yang selalu menolong dan berbuat baik.

Ullman (213-214) membedakan jenis metafora atas empat kategori, (1) Metafora antropomorfik (*anthropormic metaphor*), (2) Metafora kehewanian (*animal metaphor*), (3) Metafora dari konkret ke abstrak (*from concert to abstract*), (4) Metafora sinestesis (*synesthetic metaphor*). Adapun penjelasan dari jenis-jenis metafora adalah sebagai berikut.

a. Metafora antropomorfik (*anthropormic metaphor*)

Ullman menyatakan sebagian besar tuturan atau ekspresi yang mengacu pada benda-benda tidak bernyawa dilakukan dengan mengalihkan atau memindahkan dari tubuh manusia atau bagian-bagiannya, dari makna atau nilai dan nafsu-nafsu yang dimiliki manusia. Jadi, intinya penciptaan metafora antropomorfik bertolak dari tubuh atau bagian tubuh manusia atau nilai atau makna dan nafsu-nafsu kesenangan yang dimiliki manusia. Kemudian, dialihkan untuk benda-benda yang sebenarnya tidak hidup atau tidak bernyawa dipersepsi/dipahami sebagai hidup atau bernyawa. Ungkapan metaforis seperti itu yang dikenal dengan gaya personifikasi.

Contoh : *Trees are the lungs of this city*

Kata “*lungs*” dalam kalimat diatas termasuk dalam kategori metafora antropomorfis karena membandingkan benda tidak bernyawa dengan salah satu anggota tubuh manusia.

b. Metafora kehewan (*animal metaphor*)

Jenis metafora ini menggunakan binatang atau bagian tubuh binatang atau sesuatu yang berkaitan dengan binatang untuk pencitraan sesuatu yang lain. Pada umumnya didasarkan atas kemiripan bentuk yang cukup jelas sehingga kurang menghasilkan daya ekspresifitas yang kuat.

Contoh : *You are such a venomous woman!*

Kata “*Venomous*” termasuk ke dalam metafora binatang, meskipun tidak membandingkan dengan binatang tetapi kata “*venomous*” merupakan salah satu

bentuk zat pertahanan diri yang dimiliki binatang. Kalimat diatas diartikan bahwa penutur ingin menjelaskan bahwa perempuan tersebut dianggap sangat menggoda

c. Metafora dari konkret ke abstrak (*from concert to abstract*)

Metafora jenis ini dapat dinyatakan sebagai kebalikan dari hal yang abstrak atau samar diperlakukan sebagai sesuatu yang bernyawa sehingga dapat berbuat secara konkret atau bernyawa.

Contoh : *I'm cultivating anger*

Kata “*Cultivating*” termasuk ke dalam metafora dari konkret ke abstrak. *Cultivating* bermakna memberikan obat kepada tanaman. Kalimat diatas bermakna bahwa penutur sedang menahan kemarahan.

d. Metafora sinestesis (*synesthetic metaphor*)

Metafora jenis ini pada dasarnya adalah suatu pemindahan atau pengalihan dari pengalaman yang satu ke pengalaman yang lain, atau dari tanggapan yang satu ke tanggapan yang lain. Misalnya, “kulihat suara”. Secara umum suara adalah sesuatu yang bisa didengar. Namun, dalam tuturan ini “suara” diperlakukan sebagai sesuatu yang dapat dilihat.

Contoh : *Thank you for the warm reception*

Frasa “*warm reception*” juga termasuk ke dalam metafora sinaestetik. Frasa ini menunjukkan pengalihan indra, yaitu dari indra penglihatan ke indra peraba. Kata “*reception*” berarti reaksi. Kata “*warm*” berarti agak panas dan biasa dipakai sebagai salah satu tolok ukur tingkat suhu air. *Warm* berada di tingkat tengah-tengah,

diapit antara panas dan dingin. Frasa “*warm reception*” dari kalimat diatas bermakna sambutan yang diberikan sangat hangat pada penutur.

2.3.2 Gaya Bahasa Hiperbola

Hiperbola berasal dari bahasa Yunani yang memiliki arti sesuatu yang berlebihan. Penggunaan gabungan kata yang memang sengaja dilebih – lebihkan atau dibesar – besarkan dari sisi jumlah, bentuk, ukuran adalah ciri khas pada majas hiperbola. Menurut Keraf (135) hiperbola adalah semacam gaya bahasa yang mengandung suatu pernyataan yang berlebihan, dengan membesar – besarkan sesuatu hal. Tarigan dalam Sumaria (153) juga menyatakan bahwa hiperbola adalah majas yang mengandung pernyataan yang berlebih – lebih jumlahnya, ukurannya, atau sifatnya dengan maksud memberi penekanan pada suatu pernyataan atau situasi untuk memperhebat, meningkatkan kesan pengaruhnya.

Dari pernyataan ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa majas hiperbola merupakan ungkapan yang “*Hyper*” atau dibesar – besarkan, dilebih – lebihkan, dengan tujuan atau maksud untuk mendapatkan kesan tertentu. Sesuatu yang melebihi – lebihkan akan terkesan menekankan penuturan sehingga pembaca dapat berimajinasi melalui kesan yang berlebihan tersebut walaupun pada kenyataannya itu tidak mungkin. Hiperbola juga dapat diartikan lukisan peristiwa atau keadaan secara berlebihan. Hiperbola sebagai gaya bahasa yang dilambangkan kata – kata yang membawa pernyataan yang berlebih – lebihkan dengan tujuan untuk menegaskan atau menekankan pandangan, perasaan, dan pikiran.

Contoh:

She breaks me into pieces.

Kalimat di atas merupakan hiperbola karena frasa *into pieces* yang memiliki arti berkeping-keping merupakan sesuatu yang berlebih-lebihan karena manusia tidak dapat dipecahkan. Arti sebenarnya yang diinginkan penulis adalah untuk menunjukkan rasa sakit yang luar biasa.

Cruse (80) berpendapat bahwa “*A figure of speech involving deliberate exaggeration for rhetorical effect, to increase impact or to attract attention*”. Menurutnya sebuah majas yang sengaja dilebih-lebihkan untuk menimbulkan efek retorik, sehingga meningkatkan dampak atau menarik perhatian.

Menurut Claridge (41), Hiperbola dapat dibedakan menjadi 9 jenis yaitu *basic hyperbole, composite hyperbole, single-word hyperbole, phrasal hyperbole, clausal hyperbole, numerical hyperbole, the role of superlatif hyperbole, comparison hyperbole, dan repetition hyperbole*.

a. *Basic hyperbole* adalah hiperbola dasar yang tidak meninggalkan domain dari ekspresi yang dimaksud

contoh : *It was so cold in the restaurant, I was freezing!*

Kata “*Freezing*” pada contoh diatas tetap mengungkapkan ekspresi yang benar-benar dingin akan tetapi diungkapkan secara berlebihan tetapi hal ini masih tetap pada domain atau arti yang sama.

b. *Composite hyperbole* adalah majas hiperbola yang penerapannya digunakan bersamaan dengan majas lain

contoh : *When I saw him walking down the street, I was petrified.*

Kata “*petrified*” diatas termasuk dalam jenis *composite* karena didalamnya tidak hanya ada hiperbola akan tetapi mengandung metafora. Contoh tersebut tidak serta merta berarti penutur tersebut membatu namun terdapat makna lain, kemungkinan arti yang ingin disampaikan penutur antara lain ketakutan atau kaget.

c. *Single-word hyperbole* adalah majas hiperbola yang terjadi ketika hanya ada satu konten yang dlebih-lebihkan dalam sebuah kalimat, jika kata tersebut dihilangkan maka hiperbola akan sepenuhnya hilang.

Contoh : *She is allergic to everything.*

Kata “*everything*” tersebut seolah berlebihan karena tidak mungkin bagi seseorang alergi terhadap apapun. Contoh penggunaan kata “*everything*” disini termasuk ke dalam *single-word* karena jika kata tersebut dihilangkan maka makna kata lainnya tidak termasuk hiperbola.

d. *Phrasal hyperbole* merupakan sesuatu yang pasti kombinasi kata sifat, benda dan kata kerja yang dapat menciptakan arti hiperbola

contoh : *He works all bloody hours that God sent*

Kalimat “*all bloody hours that God sent*” adalah termasuk hiperbola dalam bentuk noun phrase. Penanda hiperbola “*all bloody hours that God sent*” adalah suatu ekspresi penyengatan. Bila *noun phrase* tersebut diganti dengan “*all hours*” maka kesan melebih-lebihkan akan hilang.

e. *Clausal hyperbole* adalah hiperbola yang terjadi dengan menggabungkan dua atau lebih konstituen klausa, bentuk ini hampir tidak terjadi dibanding dengan yang lain.

Contoh : *I was the only kid who only needed to walk through a bakery to gain weight*

Dalam kalimat tersebut, hiperbola terjadi karena ketidaksesuaian makna antara konstituen “*Walk through a bakery*” dengan “*to gain weight*”. Apabila konstituen pertama diganti menjadi “*eat a lot of bread*”, makna hiperbolis tidak akan tampak. Dengan demikian, makna hiperbolis tercipta karena pernyataan keseluruhan yang berdasarkan pada keganjilan semantik (Claridge, 55–56).

f. *Numerical hyperbole* adalah gaya bahasa hiperbola yang menggunakan numerik atau angka. Numerik hiperbola dapat ditemukan dalam satu kata hiperbola, hiperbola phrasal atau dalam klausal hiperbola, kata yang penting untuk mengenali *numerical hyperbole* yaitu ratusan, ribuan, jutaan, milyaran, dan lain-lain.

Contoh : *I love you 1000 years*

pada kalimat diatas terdapat penggunaan kata bilangan dalam hiperbola yang ditandai dengan “*1000 years*”. Kata numerik tunggal adalah jenis yang muncul lebih sering, mewakili hiperbola satu kata sederhana. Selain itu, kata-kata numerik bulat tinggi, terutama kelipatan ratusan, ribuan, dan jutaan, lebih mencolok dan efektif karena mudah dikenali bahkan tanpa pengetahuan kontekstual yang terperinci

g. *The role of superlatif* adalah gaya bahasa yang membuat sesuatu terdengar begitu berlebihan dan ekstrim sehingga menyebabkan adanya kesan berlebihan,

contoh : “*Weirdest day that I've seen in my entire life, the world's worst speakers, the most devices fake ever found, and a pair of shoes ugliest i have ever seen in my life*”

Kalimat diatas mengandung ungkapan yang melebih-lebihkan dari setiap kata yang di ungkapkannya, hal itu bertujuan agar tuturan tentang keadaan penutur menimbulkan kesan yang buruk.

h. *Comparison hyperbole* adalah hiperbola perbandingan, yakni dalam kalimat ada sesuatu yang dibandingkan dan berpotensi mengandung hiperbola, tetapi tidak semua komparatif frase masuk akal untuk mencapai tujuan.

Contoh : *He went like lightning*

Frasa “*like lightning*” diatas dapat diartikan sebagai membandingkan secara hiperbola karena penggunaan kata “*like lightning*” yang secara harfiah diartikan pergi secara cepat seperti kilat.

i. *Repetition hyperbole* adalah hiperbola pengulangan, sebagian besar terjadi di percakapan atau kita dapat menyebutnya sebagai fenomena dalam bahasa lisan.

Contoh : *This happened again and again and again*

Kata “*again*” secara berulang ingin menegaskan bahwa hal ini terulang berkali-kali, penggunaan “*again*” ini dimaksudkan untuk memberi kesan yang berlebihan akan keadaan penutur tersebut.

2.4 Jenis Makna

Makna dapat dibagi menjadi beberapa jenis. Wijana dan Rosmadi dalam Suhardi (55) mengatakan, “Terdapat 8 jenis makna, yaitu (a) makna leksikal dan gramatikal; (b) makna denotatif dan konotatif; (c) makna literal dan makna figuratif; (d) makna primer dan makna sekunder”. Pateda (97) menjelaskan terdapat 26 jenis makna di antaranya, yaitu makna afektif, denotatif, deskriptif, ekstensi, emotif, gramatikal, ideasional, intensi, khusus, kiasan, kognitif, kolokasi, konotatif, konseptual, konstruksi, kontekstual, leksikal, lokusi, luas, piktorial, proposional, pusat, referensial, sempit, dan stilistika. Dari berbagai makna yang telah disebutkan, akan dikaji lebih rinci tentang salah satu makna, yaitu makna leksikal.

Makna leksikal adalah makna kata atau leksem sebagai lambang benda, peristiwa dan objek. Chaer (60) menyatakan, “Makna leksikal dapat dikatakan makna yang sesuai dengan referennya atau makna yang sesuai dengan hasil alat indra manusia”. Misalnya leksem kuda di dalam bahasa memiliki makna leksikal sejenis binatang berkaki empat yang biasa dikendarai, sedangkan leksem kuda di luar bahasa memiliki makna dalam kamus, yaitu binatang yang menyusui, berkuku satu, dan biasa dipelihara oleh manusia. Berdasarkan contoh di atas dapat dikatakan bahwa makna leksikal adalah makna yang sebenarnya, makna yang sesuai dengan hasil observasi indera manusia, atau makna apa adanya. Kata-kata tersebut berfungsi sebagai acuan bagi pengguna bahasa.

Kridalaksana dalam Sudaryat (69-72) mengatakan, “Bentuk leksikal adalah kosa kata dilihat dari unsur struktur pembentuknya. Terdapat aneka proses leksemik atau leksikalisasi yang sejalan dengan proses morfologi, antara lain derivasi zero, afiksasi, reduplikasi, pemendekan, derivasi balik, dan perpaduan. Dari beberapa pendapat di atas yang digunakan dalam penelitian mengacu pada pendapat Kridalaksana dalam Sudaryat. Alasannya karena Kridalaksana membagi bentuk makna leksikal menjadi enam bentuk makna, sedangkan ahli lain hanya mengemukakan tentang makna leksikal.

2.5 Diksi

Diksi adalah pilihan kata yang tepat dan selaras (dalam penggunaannya) untuk mengungkapkan gagasan sehingga diperoleh efek tertentu (seperti yang diharapkan). Menurut Keraf (24), diksi adalah kemampuan membedakan secara tepat makna dari gagasan yang ingin disampaikan, dan kemampuan untuk menemukan bentuk yang sesuai (cocok). Dengan situasi dan nilai rasa yang dimiliki kelompok pendengar. Selain diksi mempunyai indikator, diksi juga mempunyai beberapa fungsi diantaranya: Membuat orang yang membaca ataupun mendengar karya sastra menjadi lebih paham mengenai apa yang ingin disampaikan oleh pengarang, Membuat komunikasi menjadi lebih efektif, Melambungkan ekspresi yang ada dalam gagasan secara verbal (tertulis ataupun terucap), Membentuk ekspresi ataupun gagasan yang tepat sehingga dapat menyenangkan pendengar ataupun pembacanya.