

## METAFORA DAN METONOMIA DALAM BAHASA JEPANG

MM.Genoveva

[mariaeva26.mmg@gmail.com](mailto:mariaeva26.mmg@gmail.com)

Gaya bahasa atau majas merupakan kata kiasan untuk menggambarkan ungkapan tentang sesuatu hal. Banyak para ahli sudah melakukan beberapa penelitian tentang gaya bahasa. Setelah melihat penelitian-penelitian tersebut belum ada yang membahas tentang perbedaan dan persamaan gaya bahasa metonomia sehingga penulis merumuskan masalah, pengertian dari majas tersebut, bagaimana sifat dari masing-masing gaya bahasa, penggunaan dan contoh kalimat di dalam bahasa Jepang. Dari rumusan masalah tersebut, penulis bertujuan untuk mendeskripsikan persamaan dan perbedaan yang dimiliki kedua gaya bahasa tersebut.

Dalam penggunaan kata di dalam gaya bahasa dapat menggunakan hal konkret atau abstrak. Kedua hal tersebut dapat dibandingkan atau disetarakan. Salah satu contoh gaya bahasa perbandingan adalah metafora dan metonomia. Meskipun terdapat di kelompok gaya bahasa yang sama tetapi kedua gaya bahasa tersebut memiliki beberapa perbedaan. Di dalam tulisan ini akan membahas tentang pengertian, sifat, dan contoh dari metafora dan metonomia

Kata kunci: metafora, metonomia, pengertian

### PENDAHULUAN.

Ragam Bahasa dapat dibedakan menjadi dua yaitu ragam tulis dan ragam lisan. Ragam tulisan yang digunakanpun menyesuaikan dengan konteks dari tulisannya. Contohnya ketika menulis karya ilmiah ragam yang digunakan adalah ragam bahasa ilmiah dimana bahasa yang digunakan baku, denotatif dan efektif. Kemudian ketika ingin menulis karya sastra maka ragam yang digunakan menggunakan ragam bahasa sastra dimana bahasa yang digunakan memiliki efek estetika, konotatif dan tidak efektif. Pada karya sastra, unsur estetika sangat dominan dan hal tersebut dapat dilihat dari diksi pada beberapa karya sastra Jepang yang memiliki unsur *Wabi,Sabi* dan *Mono no Aware*. Estetika *Wabi* dapat digambarkan dengan sebuah ruang seperti kecantikan pedesaan. Kemudian *Sabi* digambarkan dengan sesuatu yang akan indah ketika usia semakin tua/ Kategori estetika dari *mono no aware*, atau "keindahan yang mengharukan", menggambarkan kepekaan yang berkembang terhadap kefanaan dunia yang tak terhindarkan. Di dalam karya sastra Jepang untuk menunjukkan estetika digunakan pemilihan kata atau simbol menggunakan majas. Penggunaan majas tidak hanya di karya sastra namun juga digunakan di kehidupan sehari-hari. Gaya bahasa juga dapat ditemui di iklan komersial dalam bentuk poster maupun iklan digital.

Gaya bahasa menurut Harimurti (dalam Pradopo, 1993: 265) adalah pemanfaatan ataskekayaan bahasa seseorang dalam bertutur atau menulis, lebih khusus adalah pemakaian ragam bahasa tertentu untuk memperoleh efek tertentu. Efek yang dimaksud dalam hal ini adalah efek estetis yang menghasilkan nilai seni. Menurut Achmadi (1988: 155-156) gaya bahasa adalah kualitas visi, pandangan seseorang, karena merefleksikan cara seorang pengarang memilih dan meletakkan kata-kata dan kalimat-kalimat dalam mekanik karangannya. Gaya bahasa menciptakan keadaan perasaan hati tertentu, misalnya kesan baik ataupun buruk, senang, tidak enak dan sebagainya yang diterima pikiran dan perasaan karena pelukisan tempat, benda-benda, suatu keadaan atau kondisi tertentu.

Kemudian menurut Albertine (2005: 51) mengemukakan, gaya bahasa adalah bahasa yang bermula dari bahasa yang biasa digunakan dalam gaya tradisional dan literal untuk menjelaskan orang atau objek. Dengan menggunakan gaya bahasa, pemaparan imajinatif

menjadi lebih segar dan berkesan. Gaya bahasa mencakup: arti kata, citra, perumpamaan, serta simbol dan alegori. Arti kata mencakup, antara lain: arti denotatif dan konotatif, alusi, parody dan sebagainya; sedangkan perumpamaan mencakup, antara lain: simile, metafora dan personifikasi. Luxemburg dkk (1990: 105) berpendapat bahwa gaya bahasa merupakan sesuatu yang memberikan ciri khas pada sebuah teks. Teks pada giliran tertentu dapat terdiri semacam individu yang berbeda dengan individu yang lain. Dari beberapa kutipan di atas gaya bahasa merupakan suatu ciri khas yang terdapat di setiap penggunaan bahasa lisan maupun tulisan.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan cara mendeskripsikan karena hasil data penelitian ini adalah kata-kata. Teori yang akan digunakan dalam penelitian adalah teori deskriptif analisis. Menurut Sugiono (2009: 29) mengatakan bahwa metode deskriptif analisis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Metode ini dipilih karena sesuai untuk mengatasi masalah-masalah yang diangkat di dalam penelitian ini. Analisis dalam penelitian ini akan memusatkan pada masalah-masalah yang sudah dirumuskan sebagaimana adanya kemudian akan di analisis secara deskriptif. Data-data yang sudah di analisis akan diambil kesimpulannya secara umum.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teori deskriptif dimana hasil yang akhirnya berupa kata-kata. Objek yang diteliti yaitu metafora dan metonimia. Kedua gaya bahasa ini merupakan kelompok gaya bahasa perbandingan. Menurut Slametmuljana (dalam Pradopo, 2006:93) gaya bahasa ialah susunan perkataan yang terjadi karena perasaan yang timbul atau hidup dalam hati penulis, yang menimbulkan suatu perasaan tertentu dalam hati pembaca. Gaya bahasa merupakan peristiwa pemakaian kata yang melewati batas-batas maknanya yang lazim atau menyimpang dari arti harfiah.

## ANALISA

Pradopo menyebutkan bahwa metafora adalah bentuk perbandingan dua hal secara langsung tetapi dalam bentuk yang singkat. Menurut Keraf, metafora termasuk gaya bahasa kiasan. Pertama-tama kata dibentuk berdasarkan perbandingan antar kata ataupun persamaannya. Perbandingan ini untuk menemukan ciri-ciri dan menunjukkan sebuah persamaan di dalam kedua hal. Keraf (1994:136) mengatakan perbandingan biasa atau langsung mencangkup dua anggota yang termasuk dalam kelas kata yang sama, sedangkan perbandingan berupa gaya bahasa kiasa mencangkup dua hal yang termasuk dalam kelas kata yang berbeda. Keraf (1994:137) ada tiga hal yang harus diperhatikan untuk menetapkan apakah suatu perbandingan itu suatu bahasa kiasan atau langsung, yaitu:

1. Tentukanlah kelas kedua hal yang diperbandingkan.
2. Perhatikan tingkat kesamaan atau perbedaan antara kedua hal tersebut.
3. Perhatikan konteks dimana ciri-ciri kedua hal itu ditemukan. Jika tidak ada kesamaan maka perbandingan itu adalah kiasan.

Larson (1998:271) menjelaskan bahwa metafora merupakan bentuk-bentuk gramatikal yang mewakili dua proposisi dalam struktur semantik. Parera (2004:119) salah satu unsur metafora adalah kemiripan dan kesamaan tanggapan pancaindra. Struktur metafora yang utama, sebagai berikut:

1. Topik yang dibicarakan
2. Citra atau topik kedua
3. Titik kemiripan atau kesamaan

Hubungan antara (1) dan (2) dapat bersifat sebenarnya atau objektif dan berhubungan dengan perasaan atau emotif. Pilihan citra menurut Ulmann (1977) dan Parera (2004:119) dibedakan menjadi empat kelompok yaitu:

1. Metafora bercitra antropomorfik.  
Digunakan ketika petutur membandingkan kesamaan pengalaman yang dengan sesuatu yang terdapat pada diri atau tubuh mereka sendiri. Contohnya merupakan satu gejala semesta. Contoh *tulang punggung keluarga, bibir pantai*, dan lain-lain.
2. Metafora bercitra hewan.  
Digunakan ketika petutur ingin menggambarkan suatu hal atau kejadian alam sesuai pengalaman petutur. Metafora ini biasanya lekat dengan unsur binatang yang digunakan ke unsur tanaman. Contoh tanaman *sisik naga, jambu monyet*, dan lain-lain. Parera (2004:120) menyatakan manusia disamakan dengan sejumlah tak terbatas binatang misalnya dengan *anjing, babi, kadal, buaya*, dan sebagainya sehingga dalam bahasa Indonesia kita ungkapan “buaya darat”.
3. Metafora bercitra abstrak ke konkret  
Digunakan untuk mengubah ungkapan-ungkapan yang abstrak ke ungkapan yang lebih konkret. Contoh *seluas semesta* ‘luas yang tidak tahu dimana ujungnya’ dan lain-lain.
4. Metafora bercitra sinestesia atau pertukaran tanggapan/ persepsi indra.  
Digunakan ketika petutur mengalihkan satu indra ke indra yang lain. Contoh *enak dipandang* adalah peralihan dari indra rasa ke indra mata.

Contoh gaya bahasa metafora di dalam bahasa Jepang:

世界一やわらかいダイヤ。

*Sekai ichi yawarakai Daiya*

‘Berlian terlembut di dunia’ (Cancam, September 2012)

Data iklan tersebut merupakan wacana iklan produk lipstick dari brand Maquillage. Dari data tersebut menunjukkan seolah-olah lipstick dari brand tersebut seperti berlian yang terlembut di dunia. Ini merupakan gaya bahasa metafora karena pada data tersebut membandingkan dua hal yang berbeda sehingga menjadi sebuah kiasan. Apabila diartikan maka data tersebut ingin mengatakan bahwa “lipstick brand mereka sangat bagus seperti berlian sehingga dapat mempercantik bibir para konsumen”.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) metonimia adalah gaya bahasa yang berupa pemakaian nama ciri atau nama hal yang ditautkan dengan orang, barang, atau hal sebagai penggantinya, misalnya ia menelaah Chairil Anwar (karyanya); olahragawan itu hanya mendapat perunggu (medali perunggu). Kata metonimia berasal dari bahasa Yunani yaitu *meta* yang memiliki arti menunjukkan perubahan dan *onoma* yang memiliki arti nama. Metonimia disebut oleh Keraf (1992:142) sebagai bagian dari sinekdoke. Sinekdoke dibagi menjadi dua yaitu *pars pro toto*: pengungkapan sebagian dari objek untuk menunjukkan keseluruhan objek, dan *totum pro parte*: Pengungkapan keseluruhan objek padahal yang dimaksud hanya sebagian.

Contoh:

“Dia telah berjuang hingga tetes darah penghabisan”

“Ia telah memeras keringat habis-habisan.”

Menurut Parera (2004:121) metonimia adalah hubungan kemaknaan. Perbedaan gaya bahasa ini dengan metafora adalah pada metonimia hubungan keterikatan makna telah diketahui. Metonimia dapat digunakan untuk mengganti sebuah objek atau hal dengan sesuatu yang identik pada objek atau hal tersebut. Contoh “air mineral” dapat diucapkan dengan “ambilkan saya aqua”. Parera (2004:121-122) mengatakan bahwa metonimia dapat dikelompokkan berdasarkan atribut yang mendasarinya, misalnya metonimia dengan relasi tempat, relasi waktu, relasi atribut (*pars prototo*), metonimia berelasi penemu atau pencipta, dan metonimi berdasarkan perbuatan.

Kelompok Metonimia berdasarkan atribut yang mendasarinya, sebagai berikut :

1. Metonimia berdasarkan atribut tempat.

Contoh oleh Parera seperti “Pasar Blok M” disingkat “Blok M”. Di Jogja terdapat “Pusat Oleh-Oleh Malioboro” diganti dengan “Malioboro”. Masing-masing daerah dikenal dengan ciri atribut yang menonjol dan pada umumnya masyarakat disekitar daerah tersebut akan menyebut hal tersebut berdasarkan ciri atribut yang terkenal.

2. Metonimi berdasarkan atribut waktu.

Contoh “Datanglah setelah magrib”, “Subuh nanti kita berangkat”. Waktu Shalat bagi umat Islam seperti Magrib dan Subuh atau Minggu ada Misa bagi orang kristiani biasanya dipakai sebagai ukuran dan pembagian waktu di Indonesia.

3. Metonimi berdasarkan unsur bagian untuk seluruhnya atau disebut tipe *pars pro toto*.

Contoh Militer atau tentara Nasional Indonesia (TNI) dikenal dengan sebutan “baju hijau”, kelompok pasukan tentara Angkatan Darat yang khusus disebut dengan “Baret Merah”. Masa di Sekolah Menengah Atas (SMA) sering disebut dengan “Putih Abu-Abu” karena seragam sekolahnya.

4. Metonimi berdasarkan penemu dan pencipta.

Contoh oleh Parera sebagai bentuk penyebutan penemu sesuatu yaitu jika seorang ahli fisika mengatakan “satu ampere adalah aliran listrik yang satu volt dapat mengirim melali satu ohm”, maka ia telah menyebut tiga tokoh utama dalam bidang ilmunya, yakni Andre Ampere (orang Prancis), Count Alssandro Volta (orang Italia), dan George Simon Ohm (orang Jerman).

Contoh gaya bahasa metonimia di dalam bahasa Jepang:

ためした人だけ、いいことアリー。

*Tameshita hito dake, ii koto Allie*

‘Hanya orang yang telah mencoba, kebaikan Allie’

(Seventeen, Februari 2012)

Gaya bahasa atau gaya bahasa kiasan yang digunakan pada data tersebut adalah gaya bahasa kiasan metonimia karena membandingkan kata yang memiliki keterikatan makna yang dekat. Kata Allie pada data tersebut merupakan merk dari sebuah produk sunblock. Sunblock memiliki fungsi untuk melindungi kulit dari sinar matahari karena sinar UV memiliki efek buruk bagi kulit. Kebaikan di data tersebut yaitu kandungan atau isi yang ada di dalam produk. Bila dijelaskan makna dari data tersebut adalah “kandungan di dalam produk ini dapat bermanfaat bagi kulit”.

## KESIMPULAN

Gaya bahasa atau majas merupakan ragam bahasa yang dapat kita temui dimana-mana. Majas memiliki banyak kelompok yang sesuai fungsinya. Metafora dan metonimia memiliki kesamaan yaitu merupakan kelompok gaya bahasa perbandingan. Kedua gaya bahasa ini digunakan untuk membandingkan dua hal. Metafora membandingkan dua hal yang memiliki kedekatan jauh bahkan tidak ada ikatannya sedangkan metonimia merupakan perbandingan dua hal yang memiliki kedekatan yang sudah ada. Penggunaan gaya bahasa ini dapat ditemui di kehidupan sehari-hari.

## References

- Abrams, M. (1981). *A Glossary of Literary Terms*. New York: Holt Rinehart and Winston.
- Achmadi. (1988). *Materi Dasar Pengajaran Komposisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Kemendikbud.
- Chaer, A. (1989). *Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Keraf, G. (1994). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kridalaksana, H. (1988). *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Luxemburg, J. V. (1984). *Pengantar Ilmu Sastra (Terjemahan Dick Hartoko)*. Jakarta: Gramedia.
- Lyons, J. (1977). *Semantics. Volume I*. Melbourne: Cambridge University Press.
- Minderop, A. (2005). *Metode Karakteristik Telaah Fiksi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Palmer. (1981). *Semantics*. Sydney: Cambridge University Press.
- Parera, D. D. (2004). *Teori Semantik*. Jakarta: Erlangga.
- Pradopo, R. D. (1994). *Stilistika dalam Buletin Humaniora No.1 tahun 1994*. Yogyakarta: Fakultas Sastra UGM.
- Putri, M. A. (2015). *Gaya Bahasa Kiasan dalam Wacana Iklan Jepang*. Padang: Fakultas Bahasa & Seni Universitas Negeri Semarang.
- Sudaryat, Y. (2009). *Makna dalam Wacana*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ullmann, S. (1977). *Semantics, An Introduction to the Science of Meaning*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.