

Dr. M. SURIP, S.Pd., M.Si.
Dr. H. SYAIFUL ROHIM, S.Pd., M.Si.

ANALISIS METAFORA KOMUNIKASI DAN POLITIK



Penerbit **PT REMAJA ROSDAKARYA** Bandung

**ANALISIS METAFORA:
KOMUNIKASI DAN POLITIK**

Copyright © M. Surip &
H. Syaiful Rohim, 2024

Penulis: Dr. M. Surip, S.Pd., M.Si.
Dr. H. Syaiful Rohim, S.Pd., M.Si.
Editor: Rika Indrawati
Desainer Sampul: Eri Ambardi
Layout: Rika Indrawati

RR.SP0020-01-2024
ISBN 978-602-446-715-9
Cetakan pertama, April 2024

Diterbitkan oleh:
PT REMAJA ROSDAKARYA
Jl. Raya Gadobangkong No. 93
Kabupaten Bandung Barat 40552
Tlp. (022) 6654007
e-mail: rosdakarya@rosda.co.id
www.rosda.co.id

Anggota IKAPI

Hak cipta yang dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku tanpa izin tertulis dari penerbit.

Dicetak oleh:
PT Remaja Rosdakarya Offset
- Bandung

Prakata

Puji syukur atas rahmat dan karunia ilmu yang dianugerahkan oleh Allah Swt. karena berkat hidayah dan petunjuk-Nya penulisan buku dengan judul *Analisis Metafora: Komunikasi dan Politik* ini dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan buku ini, penulis sudah berupaya semaksimal agar kajian teori dan analisis permasalahan yang diungkapkan dapat dipahami dengan baik oleh pembaca. Namun, sebagai manusia biasa yang memiliki keterbatasan, penulis tidak luput dari kesalahan maupun kekhilafan, baik dari segi teknik penulisan, penyajian teori, dan analisisnya. Akan tetapi, penulis berusaha untuk menyelesaikan buku yang sederhana dan ringan untuk dibaca ini.

Penulis menyadari tanpa kerja sama yang baik antarpengarang dan beberapa kerabat, kolega dosen jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Medan serta Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka Jakarta, yang telah turut serta memberi masukan yang bermanfaat bagi penulis demi tersusunnya buku ini secara baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang tersebut di atas yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran

serta masukan demi kelancaran penulisan buku ini. Semoga buku ini dapat mendukung pengembangan ilmu pengetahuan, terutama analisis kajian bahasa dan media.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, saran serta kritik dari berbagai pihak akan penulis terima demi kebaikan dan pengembangannya. Terima kasih.

Medan, Maret 2024

Penulis

Daftar Isi

Prakata — iii

Daftar Isi — v

Bab 1 KONSEP METAFORA — 1

A. Konsep Metafora — 1

B. Teori Metafora Konseptual (CMT) — 7

C. Jenis Metafora Konseptual — 17

D. Skema Citra dalam Metafora — 25

E. Metafora Baru — 28

Bab 2 PENGANTAR METAFORA POLITIK — 37

Bab 3 METAFORA DAN WACANA POLITIK — 47

A. Metafora Politik — 47

B. Wacana Politik — 57

C. Pemakaian Metafora dalam Wacana Politik — 59

Bab 4 JENIS METAFORA POLITIK — 69

A. Metafora Politik Jenis Struktural — 69

B. Metafora Politik Jenis Ontologikal — 75

C. Metafora Politik Jenis Orientasional — 81

Bab 5	KONSEPTUALISASI MAKNA METAFORA POLITIK — 87
	A. Identifikasi dan Pemetaan Makna Metafora Konseptual — 87
	B. Hasil Pemetaan Metafora Politik — 166
Bab 6	METAFORA BARU DALAM WACANA KOMUNIKASI POLITIK — 175
	A. Dasar Analisis Metafora Baru — 176
	B. Metafora Baru Berdasarkan Pendekatan Klasik — 178
	C. Metafora Baru Berdasarkan Pendekatan Kognitivisme — 203
	D. Metafora Baru Berdasarkan Pendekatan Dekonstruksionisme — 212
Bab 7	PEMAKAIAN METAFORA DALAM WACANA POLITIK — 223
	A. Pengantar — 223
	B. Pemakaian Metafora dalam Wacana Politik — 223
	Daftar Pustaka — 243
	Glosarium — 251
	Indeks — 255
	Tentang Penulis — 259

BAB 1

KONSEP METAFORA

A. Konsep Metafora

Lakoff dan Johnson (2003) menjelaskan bahwa metafora didasari oleh linguistik kognitif yang memandang metafora secara alamiah, yaitu proses kognitif fundamental, yang juga merupakan aspek fundamental dari bahasa, bukan hanya sekadar pemanis retorik atau permasalahan linguistik semata, melainkan merupakan aspek pingiran dari pikiran dan bahasa, gagasan inilah yang disebut dengan metafora konseptual.

Sementara itu, Geeraerts (2006) mengemukakan bahwa hakikat kognitif merupakan pilar pertama dari pencirian metafora konseptual. Jika metonimi merupakan pemetaan intraranah sehingga hanya melibatkan satu ranah pengetahuan, maka metafora adalah pemetaan konseptual antardua ranah yang berbeda (Kövecses, 2010 dan Langacker, 2008:51), yaitu aspek pengetahuan dari ranah sumber yang umumnya lebih konkret, dipetakan untuk membentuk struktur pengetahuan ranah target yang cenderung lebih abstrak, seperti metafora "*bahagia adalah atas*" (Lakoff dan Johnson, 2003). Pemetaan adalah pilar kedua dari teori metafora konseptual. Pengetahuan

ranah sumber yang dipetakan adalah khazanah prototipikal yang relevan bagi pemahaman ranah target. Pada metafora "*bagian adalah atas*", pengetahuan dari ranah sumber, pergerakan dan arah ke atas yang dipandang berciri positif, dipetakan ke ranah target emosi, khususnya bahagia.

Metafora konseptual terjelma dalam ekspresi metafora. Sebagaimana yang dicontohkan, ekspresi "*I'm feeling up*" dan "*feeling on the top of the world*" (Deignan, 2005:14) adalah bukti ekspresi linguistik metaforis nyata dari metafora konseptual 'bahagia adalah atas'. Pilar ketiga menyatakan bahwa metafora mengakar pada beragam pengalaman badaniah biologis manusia serta budaya (Geeraerts, 2006:207). Skema ini dapat berfungsi sebagai ranah sumber dan mendasari beragam perluasan makna metaforis dengan memetakannya ke beragam ranah pengalaman, misalnya ranah kuantitas (lebih adalah atas - *price is rising up*) atau evaluasi (baik adalah atas - *high quality*) (dalam Lakoff dan Johnson, 2003).

Sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa metafora merupakan persoalan konsep yang terdapat dalam pikiran. Metafora berada dalam kerangka pengalaman hidup. Pikiran manusia bekerja sesuai dengan cara tubuh berinteraksi dengan dunia. Inilah yang dimaksud dengan pengalaman (*experience*). Pengalaman ini bukan pengalaman perorangan, melainkan pengalaman yang berkaitan dengan sosiokultural dan historis dari suatu komunitas. Konsep inilah yang dianut oleh salah satu cara berpikir linguistik kognitif tentang metafora.

Pada hakikatnya, perbedaan yang paling mendasar dari kedua pandangan tersebut adalah dalam linguistik kognitif, metafora bukan sekadar gaya bahasa, sarana retorika, atau puisi, melainkan bagian dari pikiran atau tingkah laku. Linguistik kognitif memandang metafora sebagai suatu yang lebih dari itu, sesuatu yang lebih dalam dan berpengaruh. Metafora meresap di dalam kehidupan sehari-hari manusia, tidak hanya di dalam bahasa, tetapi juga dalam pikiran dan tingkah laku, di mana pikiran manusia tidak hanya berisi unsur inteligensi, tetapi juga berfungsi mengatur hidup manusia sampai ke

hal yang sekecil-kecilnya. Metafora adalah bagian dari sistem kognisi kita sebagai manusia. Metafora menjadi modus kita dalam berpikir dan bertindak. Manusia berpikir dengan melihat kemiripan dari satu pengalaman dengan pengalaman lainnya. Fenomena metafora dalam bahasa adalah salah satu cara berpikir manusia.

Menurut pandangan linguistik klasik, sebuah klausa yang berbunyi "*dunia panggung sandiwara*", hanya akan dimaknai sebagai sebuah bentuk perbandingan yang berfungsi untuk mendukung unsur keputisan atau memberikan sensasi tersendiri bagi pendengarnya. Namun dalam pandangan linguistik kognitif, klausa tersebut tidak sekadar dimaknai secara tekstual atau di permukaan saja seperti halnya pandangan linguistik klasik. Apabila ada metafora yang berbunyi "*dunia panggung sandiwara*", hal itu harus didukung oleh sejumlah pernyataan-pernyataan yang mendukung metafora tersebut atau diwujudkan dalam bentuk metafora ekspresi linguistik.

Selain itu, terdapat pemetaan antara target dan sumber yang digunakan untuk menggambarkan analogi dan kesimpulan. Pada klausa tersebut, kata *dunia* dikonseptualisasikan dengan panggung atau tempat pementasan karena kedua ranah tersebut memiliki sejumlah persamaan; mati laju darahku - takluk sudah hebatku - dia butakan hatiku - hilang akal sehatku. Dalam linguistik kognitif, arti dari "*dunia panggung sandiwara*" ini tidak sekadar sarana retorika, tetapi juga merupakan bagian dari sistem pikir yang memengaruhi tingkah laku sehari-hari dalam konteks memandang seorang wanita.

Kedua pandangan tersebut memiliki persamaan, sekali pun dikonseptualisasikan dengan istilah yang berbeda. Misalnya, dalam pandangan linguistik klasik ada konsep mengenai istilah pokok (*tenor*) dan istilah kedua (*vehicle*). Istilah pokok atau tenor menyebutkan hal yang dibandingkan, sedang istilah kedua atau *vehicle*, yaitu hal yang untuk membandingkan. Dalam linguistik kognitif, juga terdapat istilah *source domain* dan *target domain* yang pada dasarnya juga mengacu pada hal yang sama dengan istilah *tenor* dan *vehicle*, contohnya "*life is a journey*". Linguistik kognitif akan menyebut *life* sebagai target domain dan *journey* sebagai *source domain*.

Sementara itu, linguistik klasik menyebut *life* sebagai tenor (istilah pokok) dan *journey* sebagai *vehicle* (istilah kedua).

Pada intinya, konsep pokok tentang metafora antara linguistik kognitif dan linguistik klasik tersebut memang jauh berbeda. Metafora dalam linguistik klasik hanya berupa penghias karya sastra atau sarana retorika, sedangkan metafora dalam linguistik kognitif benar-benar merupakan bagian dari sistem berpikir manusia yang terealisasi dalam bentuk tingkah laku hidupnya. Pada persamaan yang telah dibahas sebelumnya, jika ditelusuri juga memiliki konsep awal yang berbeda. Ranah sumber didasarkan pada kelompok ide, sedangkan *term* pokok dan istilah kedua sesuai dengan namanya. Dengan demikian, sekali pun kedua pandangan teori ini berbeda, namun setiap teori memiliki tempat dan 'mimbar'-nya masing-masing di hati penganutnya.

Kövecses (2006) menyatakan bahwa metafora berdasarkan tingkatan konvensionalitas, terdapat tiga kelompok metafora, yaitu fungsi, sifat, dan generalitasnya. Ia juga menyebutkan bahwa konseptual merefleksikan apa yang dipersepsikan, dialami, dan dipikirkan orang tentang kenyataan dunia. Semua yang dialami, dipersepsikan, dan dipikirkan merasuk dalam memori semantik yang dapat digunakan kapan saja. Agar dapat menggunakannya, seseorang kemudian mengaktifkan memori itu untuk direalisasikan dalam bentuk verbal yang digunakan dalam komunikasi sehingga ungkapan-ungkapan metaforis terkadang lebih dipilih daripada ungkapan yang tidak metaforis. Ungkapan metaforis mengandung muatan yang diutamakan, diperhatikan, dan emosi yang ada dalam ungkapan sesuai dengan yang diinginkan pengguna ungkapan.

Metafora digunakan untuk memahami konsep abstrak yang dikaitkan dengan konsep lain yang lebih nyata. Secara linguistik kognitif, hal ini disebut dengan memahami suatu ranah konsep dengan cara lainnya. Pandangan kognitif ini mengisyaratkan bahwa ranah konsep (A) adalah ranah konsep (B) yang kemudian membentuk metafora konseptual (Kövecses, 2002:4). Contohnya, "*he shot down all of our arguments*" (dia menembak jatuh semua argumen kami)

menjadi metafora konseptual bahwa *an argument is war* (sebuah argumen adalah perang).

Dua ranah metafora konseptual berupa ranah sumber dan ranah target. Ranah sumber terdiri atas konsep nyata yang digunakan untuk memahami konsep yang lebih abstrak yang menyepakati ranah targetnya. Menurut Kövecses, hal ini disebut dengan teori emosi dan ide. Ciri-ciri ranah tersebut sangat penting dan keduanya tidak dapat mengubah yang satu dengan lainnya. Proses metafora biasanya dari yang lebih nyata ke yang lebih abstrak, bukan sebaliknya (Kövecses, 2002:6).

Metafora konseptual sebagai fokus teori yang digunakan dalam menganalisis data penelitian ungkapan metaforis yang diperoleh pada media massa nasional. Komponen utama dalam metafora konseptual menurut Kövecses (2002) adalah ranah sumber dan ranah sasaran atau target. Teori Kövecses ini memperkuat teori Lakoff dan Johnson yang menyebutkan bahwa ranah sasaran atau target biasanya ungkapannya lebih abstrak dan sumber merupakan ungkapan sebagian masyarakat lebih konkret. Hubungan antara keduanya ditemukan kesamaan karakteristik yang didasarkan pada data metafora.

Pemilihan suatu sumber tertentu untuk suatu target dilakukan karena didasarkan pada pengalaman yang dirasakan tubuh ketika mengalami kondisi yang dirasakan, misalnya yang dicontohkan Kövecses (2002:117) dalam kalimat "*affection is warmth*". Kalimat ini muncul karena ada sesuatu yang didasari oleh pengalaman ketika mendapatkan kasih sayang dari orang lain (*affection*), yaitu seseorang merasakan kehangatan (*warmth*) sehingga muncul metafora tersebut.

Metafora konseptual mengindikasikan suatu proses yang ada dalam ranah untuk menjelaskan suatu entitas yang didasarkan pada perasaan, pengalaman, dan pikiran tentang realitas yang benar-benar ada atau yang dibayangkan ada dengan menggunakan entitas lain yang lebih konkret atau dapat dirasakan oleh tubuh. Atas dasar itu, Kövecses menjelaskan ada beberapa komponen dalam metafora yakni; ranah sumber, ranah target, dan dasar metafora.

Ketiga komponen ini merupakan komponen dasar dalam metafora konseptual. Ranah sumber yang memiliki ciri lebih konkret merupakan dasar untuk menjelaskan target yang bersifat lebih abstrak. Misalnya, pada metafora "*Life is a journey*", dapat dipahami bagaimana kehidupan (*life*) yang bersifat abstrak itu digambarkan sehingga lebih mudah untuk dipahami karena dibandingkan dengan perjalanan (*journey*). Pada kalimat tersebut, dapat dimengerti apa yang dimaksud dengan kehidupan (*life*) yang menjadi target berdasarkan kesamaan ciri yang dimiliki oleh perjalanan (*journey*) sebagai sumber. Kesamaan ciri atau karakteristik yang ada dalam kedua komponen itu menjadi patokan dasar metafora sebagai contoh dalam perjalanan, setidaknya ada unsur tujuan, rintangan, jarak tempuh, dan dalam kehidupan juga ada kesulitan hidup sebagai rintangan, kemajuan hidup, atau tujuan hidup. Pengalaman yang dirasakan tubuh dapat memotivasi hubungan antara sumber dan target. Agar dapat menguatkan penjelasan ini, Kövecses memberi contoh dalam kalimat "*Affection is warmth*" yang artinya "kasih sayang itu kehangatan" dapat ditunjukkan hubungan kasih sayang dengan kehangatan. Apa yang dirasakan oleh tubuh ketika mendapatkan pelukan sebagai bentuk rasa sayang, misalnya tubuh merasa hangat, nyaman, dan tenang. Apa yang dirasakan merasuk ke dalam memorinya, kemudian mencari kata yang tepat untuk menggambarkan bagaimana *affection* tersebut.

Selain itu, kesamaan antara sumber dan target juga dapat menunjukkan hubungan keduanya. Menurut Kövecses, kesamaan tidak selalu menjadi dasar untuk menunjukkan hubungan antara target dengan sumbernya. Ada korespondensi konseptual yang mendasar dan esensial yang dinamakan pemetaan antara ranah sumber dan ranah target. Pemetaan harus disusun agar ungkapan metafora dapat diamati. Inferensi yang diungkapkan oleh Kövecses, yaitu *entailment* yang potensial, yakni pemetaan tambahan. Ranah sumber sering memetakan gagasan melebihi gagasan yang ada dalam ranah target. Pemetaan tambahan dinamakan *entailment* atau inferensi. Aspek konsep yang terlibat dalam metafora hanya aspek tertentu yang ada, baik di sumber maupun target yang ada dalam metafora, tidak semua aspek digunakan. Kövecses menggunakan

istilah *blends* untuk penyatuan ranah sumber dan target. Penyatuan ranah tersebut juga dapat mengakibatkan *blends* atau percampuran, yaitu materi konseptual yang baru sebagai akibat dari kedua ranah sumber dan target. Selain itu, realisasi nonlinguistik juga diperkenankan untuk memahami konsep metafora. Metafora konseptual kadang diwujudkan dalam ungkapan nonlinguistik, misalnya "*important is central*", direalisasikan dengan posisi berbeda melalui orang yang tidak memiliki posisi lebih tinggi. Cakupan metafora konseptual sering menimbulkan model kultural atau *frame* yang ada di dalam pikiran. Misalnya konsep tentang waktu, karena waktu dikonseptualisasikan sebagai entitas yang bergerak, maka lahirlah metafora "*time is a moving path*", yang menimbulkan ungkapan metafora waktu "*berjalan dengan cepat*", waktu sudah tiba, waktu berlari sangat cepat, dan sebagainya.

B. Teori Metafora Konseptual (CMT)

Pertama kali teori metafora konseptual atau *conceptual metaphor theory* yang dikenal sebutan CMT dicetuskan oleh Lakoff dan Johnson dalam bukunya *Metaphor We Live By* (1980). Lakoff dan Johnson mengatakan bahwa metafora bukan hanya upaya mengungkapkan fenomena suatu bahasa, melainkan digunakan manusia dalam kognisinya untuk menyusun konseptual dengan cara mentransfer satu bahasa ke bahasa lain, atau memahami konsep yang abstrak dalam ranah target melalui ranah sumber yang konkret. CMT menggali makna melalui hubungan antarobjek dan melahirkan pemahaman mengenai objek tertentu melalui pemahaman mengenai objek lain. Dengan kata lain, ranah sumber (*source domain*) digunakan oleh manusia untuk memahami konsep abstrak dalam ranah sasaran (*target domain*).

Lakoff dan Johnson (1993) dalam penelitiannya tentang linguistik kognitif selalu menggunakan istilah "ranah sumber" dan "ranah sasaran", serta *invarian*, pemetaan, dualitas, dan kesimetrian. Teori metafora konseptual atau sering disebut *conceptual metaphor theory* (CMT). CMT ini mencoba menjelaskan data bahasa yang

sama dan menyatukan analisis metafora dengan analisis gejala bahasa dan konseptual yang lainnya. Dasar teori ini menganggap metafora bekerja di antara dua ranah. Pada dua ranah ini, terjadi secara sistematis penayangan bahasa, perbandingan, dan struktur inferensial dari ranah sumber kepada ranah target.

Kajian metafora dalam ilmu bahasa menjadi bagian dari pembahasan semantik. Secara umum, semantik memiliki definisi sebagai studi tentang makna Levin (1977), Miller (1979), Lyons, (1989), Leech (2003), dan Leezenberg (2003) menyatakan bahwa semantik memiliki tujuh tipe makna, yaitu makna konseptual, makna konotatif, makna stilistik, makna afektif, makna refleksi, makna kolokatif, dan makna tematik.

Konsep metafora yang dijadikan dasar analisis data dalam penelitian ini adalah CMT dari Lakoff dan Johnson (2003:3) yang mengungkapkan bahwa metafora merefleksikan apa yang kita alami, rasakan, dan apa yang kita pikirkan dalam kehidupan sehari-hari melalui ranah sumber dan ranah target. Black (2007), Ungerer dan Schmid (1996) juga menegaskan metafora bertindak sebagai alat kognitif (1996:118). Saeed (2003) juga menguatkan bahwa bahasa itu merupakan daerah mental dan kemampuan bahasa didukung oleh bentuk pengetahuan khusus (2003:342). Metafora bukan hanya sebagai alat untuk menyatakan ide melalui bahasa, tetapi alat untuk memikirkan sesuatu. Menurut Lakoff dan Johnson dalam Ungerer dan Schmid (1996), kita tidak hanya menggunakan metafora + *time is money* + secara linguistik, tetapi kita memikirkannya atau mengonseptualisasikannya sehingga dapat diibaratkan bahwa *time* sebagai target dan *money* sebagai sumber, yang dipikirkan sebagai komoditi yang berharga dan sumber yang terbatas (1996:118).

CMT berusaha untuk memahami dan menjelaskan konsep-konsep yang relatif abstrak berdasarkan pengalaman fisik dan sensori manusia tentang dunia. Jenis metafora konseptual yang telah diteliti sebagian besar adalah beberapa tempat yang disebut metafora utama (dalam Taylor (2002) dan Searle (1979)). CMT merupakan mekanisme kognitif sehingga seseorang dapat memandang atau menghubungkan suatu

jenis benda sebagai benda lain. CMT dipahami sebagai proses kognitif dalam menyatakan suatu konsep dengan konsep lain, yang berkorespondensi dengan konsep sebelumnya, untuk memahami atau menyusun konsep yang lebih abstrak. Metafora diproses dalam pikiran manusia melalui penalaran konsep abstrak untuk menyusun ide-ide yang samar atau ambigu berdasarkan pengalaman yang lebih konkret (Tobing, dkk., 2016:511).

Dalam pandangan CMT, metafora didefinisikan sebagai pemahaman satu ranah konseptual dalam ranah konseptual yang lain. Contoh ini mencakup hal seperti orang yang berbicara dan berpikir bahwa berargumentasi adalah berperang - "*Argument is War*", (Kövecses, 2010:44). Konsep metafora "*Argument is War*" ini diperkenalkan oleh Lakoff dan Johnson dalam bukunya yang berjudul *Metaphors We Live By*. Dalam konsep "*Argument is War*", Lakoff dan Johnson (2003:88) menjelaskan bahwa proses pemikiran manusia yang metafora. Dalam konsep tersebut, metafora memungkinkan manusia memahami sesuatu yang relatif abstrak atau tidak berstruktur. Pada hal ini, "*argument*" atau "berpendapat" menjadi sesuatu yang lebih konkret atau terstruktur, dalam hal ini "*war*" atau "perang".

Melalui contoh metafora tersebut dapat dikatakan bahwa bahasa yang digunakan merupakan bukti secara sistematis cara manusia mengonseptualisasikan apa yang dipikirkan, dialami, dan apa yang dilakukan. Bahasa menunjukkan bagaimana manusia mengonstruksikan idenya. Lakoff dan Johnson (2003:4) mengatakan metafora "*Argument is War*" merupakan bahasa sehari-hari yang diformulasikan berdasarkan apa yang dilakukan dan dialami dalam berargumentasi.

Metafora "*Argument is War*" mengonstruksikan bahwa argumen adalah perang. Formulasi bahwa argumen adalah perang dibangun dari apa yang dilakukan ketika berdebat dalam forum. Ketika berargumentasi, manusia melakukan suatu hal seperti sedang berperang sehingga digunakan kata *menyerang argumen* atau *pendapat*, *mempertahankan ide*, *merobohkan argumen*, *mengalahkan*, atau *menggunakan strategi untuk menyapu semua*; dan itu terjadi ketika

perang. Apa yang dilakukan dalam perang adalah mempertahankan negara, menyerang musuh, atau mengalahkan musuh. Kaitannya dengan contoh yang diberikan, Lakoff dan Johnson (2003:5) menegaskan bahwa konsep tersebut secara metaforis terstruktur dan aktivitas yang dilakukan juga terstruktur. Dengan demikian, bahasa yang digunakan juga terstruktur dan metafora yang digunakan dalam mengonseptualisasikan seperti yang dijelaskan sebelumnya dinamakan sebagai metafora konseptual. CMT bersifat dinamis karena metafora itu memanifestasikan apa yang sedang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan penggunaanya yang selalu berubah sesuai pikiran, perasaan, dan pengalaman berbeda di setiap budaya.

Kövecses (2010) menjelaskan bahwa CMT bekerja dalam dua ranah, yaitu ranah sumber dan ranah target. Kedua ranah tersebut merupakan organisasi yang koheren dengan pengalaman. Ranah sumber dan target dalam kajian metafora juga dikatakan sebagai *source domain* dan *target domain*. Ranah sumber merupakan ekspresi metafora yang digunakan untuk memahami makna konsep yang lain, sedangkan ranah target adalah ranah konseptual yang dipahami melalui ranah sumber. CMT berusaha memahami dan menjelaskan konsep-konsep yang abstrak berdasarkan pengalaman fisik dan sensori kita tentang dunia. CMT merupakan mekanisme kognitif seseorang dalam memandang atau menghubungkan suatu jenis benda sebagai benda lain.

Manusia dalam kehidupan sosial, untuk berinteraksi antarsesama sering menggunakan bahasa yang cenderung mengandung makna kiasan atau makna konseptual. Menurut Punter (2007), hal tersebut diakibatkan pada hakikatnya bahasa bersifat metafora yang tidak mampu melukiskan hal-hal secara langsung dan memerlukan referen (2007:129). Perbandingan tersebut merujuk pada keseluruhan konteks pesannya. Oleh karena itu, pembentukan metafora selalu memperhatikan sistematika hubungan antara (a) gagasan yang disampaikan, (b) sesuatu yang dicitrakan, (c) pengalaman kultural, dan (d) konteks pesannya (Hiraga, 2005). Sebenarnya, metafora merupakan proses "transfer makna" yang berwujud dalam aturan metafora. Misalnya, untuk sebuah makna "D", maknanya dapat

diganti dengan sesuatu yang mirip dengan "D". Dengan demikian, dapat dipahami bahwa metafora merupakan proses peminjaman konsep dari suatu hal untuk menjelaskan pesan yang disampaikan.

Menurut Siregar (2011), model metafora konseptual memiliki ciri-ciri sebagai berikut.

1. Terdapat konsep "sasaran" A perlu dipahami untuk tujuan tertentu dalam konteks tertentu.
2. Terdapat struktur konseptual yang mengandung A dan konsep lainnya B.
3. B berhubungan dengan A atau berbeda dengan A dalam struktur konseptual tersebut.
4. Dibandingkan dengan A, B dapat lebih mudah dipahami, lebih mudah diingat, lebih mudah dikenal, atau lebih langsung bermanfaat untuk tujuan tertentu dalam konteks tertentu.

Model metafora merupakan model bagaimana B dipetakan kepada A dalam struktur konseptual, hubungan ini ditegaskan oleh fungsi dari B sebagai A (2011:223). Dengan demikian, metafora merupakan pemakaian kata atau ungkapan lain untuk objek atau konsep lain berdasarkan persamaan, misalnya kaki gunung dan kaki meja yang dianalogikan dengan kaki manusia. Lakoff dan Johnson (2003) menjelaskan bahwa esensi dari metafora adalah memahami dan mengalami suatu hal dengan sesuatu yang lain (2003:5).

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahab (1991), bahwa metafora merupakan ungkapan kebahasaan yang maknanya tidak dapat dijangkau secara langsung dari makna yang dipakai. Maksudnya, makna metafora merupakan pemahaman tentang suatu hal yang dimaksudkan untuk hal yang lain (1991:144).

Menurut Saragih (2006), setidaknya ada empat jenis makna metafora dalam kajian media, yaitu (1) metafora dengan analogi persamaan bentuk, (2) metafora dengan analogi persamaan ukuran, (3) metafora dengan analogi persamaan sifat, dan (4) metafora dengan analogi persamaan fungsi (2006:136). Contohnya pada klausa berikut:

“Najamuddin menilai sudah saatnya Sumut memiliki pemimpin yang benar- benar *murni merakyat*” (*Waspada*, 22/12/2023).

Metafora tersebut memiliki makna bahwa Sumut membutuhkan pemimpin yang dekat dengan rakyat, tahu dan menyahuti kebutuhan rakyat, amanah, bertanggung jawab, dan merealisasikan nilai-nilai kepemimpinan (pemimpin murni). Benda yang biasanya memiliki sifat murni adalah emas. Secara leksikal, kata *murni* bermakna tidak bercampur dengan unsur lain. Jadi, pemimpin dibandingkan dengan emas, tetapi bukan dikatakan sebagai pemimpin emas, melainkan pemimpin murni. Pemimpin dianalogikan dengan emas karena memiliki kesamaan sifat, yaitu sama-sama tidak bercampur dengan unsur lain atau murni. Dengan demikian, contoh metafora yang digunakan ini adalah metafora dengan analogi persamaan sifat.

Pada kehidupan manusia, sering menggunakan bahasa yang mengandung makna konseptual dalam proses komunikasi antarsesama. Hal tersebut dikarenakan pada hakikatnya bahasa bersifat metafora yang tidak mampu melukiskan hal-hal secara langsung dan memerlukan referen, (Punter, 2007:129). Grothe (2008) mengatakan perbandingan tersebut selalu merujuk pada keseluruhan konteks pesannya. Oleh karena itu, pembentukan metafora selalu memperhatikan sistematika hubungan antara (a) gagasan yang disampaikan, (b) sesuatu yang dicitrakan, (c) pengalaman kultural, dan (d) konteks pesannya. Sebenarnya, metafora merupakan sebuah proses “transfer makna” yang berwujud dalam aturan metafora. Misalnya, untuk sebuah makna “B”, maknanya dapat diganti dengan “sesuatu yang mirip dengan B”, (Leech, 2003: 217). Jadi, dapat kita pahami bahwa metafora merupakan proses peminjaman konsep dari suatu hal kepada hal lain untuk menjelaskan pesan yang disampaikan.

Menurut Cormac dalam Ratna (2007:268), metafora mempunyai tiga makna. *Pertama*, makna komunikatif: makna yang melibatkan makna semantis, yaitu makna yang timbul melalui hubungan ciri-ciri semantik. Makna komunikatif juga berasal dari tiga kerangka tindak kata, yaitu lokusi, ilokusi, dan perlokusi. *Kedua*, makna kultural:

makna yang dipusatkan pada makna simbolik. *Ketiga*, makna kognitif: makna di mana metafora dapat mengubah keseluruhan struktur pengetahuan.

Dalam konsep CMT, ada komponen metafora konseptual sebagai bagian penting untuk menganalisis data metafora. Menurut Lakoff dan Johnson, metafora memiliki dua komponen, yaitu target/sasaran dan sumber (2003:20). Konsep target biasanya lebih abstrak, sedangkan sumber lebih konkret. Agar dapat memahami maksud yang terkandung dalam metafora ditemukan kesamaan karakteristik yang dimiliki antara target dan sumber. Dengan membandingkan karakteristik yang dimiliki keduanya, maka akan ditemukan dasar suatu metafora digunakan.

Kövecses (2006) menyatakan bahwa metafora konseptual merefleksikan apa yang dipersepsikan, dialami, dan dipikirkan orang tentang dunia nyata atau realitas yang terjadi. Semua yang dialami, dipersepsikan, dan dipikirkan merasuk dalam memori semantik yang dapat digunakan kapan saja (2006:116-126). Agar dapat menggunakannya, seseorang kemudian mengaktifkan memori itu untuk direalisasikan dalam bentuk verbal yang digunakan dalam berbahasa. Dengan demikian, bentuk metafora kadang lebih dipilih dibandingkan bentuk yang tidak metafora. Hal ini dikarenakan ungkapan metafora mengandung muatan yang diutamakan, diperhatikan, dan emosi yang ada dalam metafora sesuai yang diinginkan pengguna atau pembaca.

Pemilihan suatu sumber tertentu sebagai suatu target dilakukan atas dasar pengalaman yang dirasakan manusia realitas hidupnya. Seperti yang dicontohkan oleh Kövecses (2006:117) "*Affection is warmth*" itu didasarkan pada pengalaman ketika mendapatkan kasih sayang dari orang lain, seseorang merasakan kehangatan dan kenyamanan sehingga muncul metafora tersebut.

Berdasarkan pendapat tersebut, CMT mengindikasikan suatu proses yang ada dalam ranah untuk menjelaskan suatu entitas yang didasarkan pada perasaan, pengalaman, dan pikiran tentang realitas yang benar-benar ada atau yang dibayangkan ada. Proses korespondensi ini menggunakan entitas lain yang lebih konkret

atau dapat divisualisasikan/dirasakan oleh tubuh. Oleh karena itu, Kövecses (2006) mengatakan ada komponen-komponen yang melingkupi metafora konseptual, yaitu ranah sumber, ranah target, dan dasar metafora. Ketiga komponen ini merupakan komponen dasar dalam metafora konseptual (2006:128). Ranah sumber memiliki ciri lebih konkret merupakan dasar untuk menjelaskan target yang bersifat lebih abstrak. Kövecses mencontohkan "*Life is a journey*", dapat dipahami bagaimana kehidupan (*life*) yang bersifat abstrak itu digambarkan sehingga lebih mudah untuk dipahami karena dibandingkan dengan perjalanan (*journey*). Orang dapat mengerti apa yang dimaksud dengan kehidupan (*life*) yang menjadi target berdasarkan kesamaan ciri yang dimiliki oleh perjalanan (*journey*) sebagai sumber. Kesamaan ciri atau karakteristik yang ada dalam kedua komponen itu menjadi dasar metafora, misalnya kalau dalam perjalanan ada tujuan, rintangan, jarak yang ditempuh, dan dalam kehidupan ada kesulitan, masalah, kemajuan, tantangan, dan tujuan hidup, dan seterusnya.

Menurut Lakoff dan Johnson dalam Cruse (2004), metafora konseptual dianalisis sebagai proses konseptualisasi kognitif bergantung pada tiga hal, yaitu (1) ranah sumber (*source domain*), (2) ranah sasaran (*target domain*), dan (3) pemetaan atau korespondensi (*a set of mapping relation or correspondences*) (2004: 201). Korespondensi dalam metafora menurut Lakoff dan Johnson (2003) terdiri atas dua kategori, yaitu (1) korespondensi ontologis mengacu pada sifat dasar dari hubungan dua entitas dan (2) korespondensi epistemis mengacu pada pengetahuan kita yang menghubungkan kedua entitas tersebut.

Menurut Lakoff dan Johnson (2003), terdapat dua konsep, yaitu abstrak dan konkret. Konsep abstrak dibangun secara sistematis dari konsep konkret melalui proses metaforis. Lakoff dan Johnson mengungkapkan bahwa konsep abstrak tersebut *conceptual metaphor* yang didefinisikan sebagai *generalized metaphorical formulas that characterize specific abstraction*. Dengan demikian, metafora konseptual merupakan abstraksi tertentu yang diwujudkan dalam metafora-metafora yang digeneralisasi.

Kövecses (2006) menyatakan semua yang dialami, dipersepsikan, dan dipikirkan merasuk dalam memori semantik yang dapat digunakan dalam kehidupan bermasyarakat. Agar dapat menggunakannya, seseorang kemudian mengaktifkan memori itu untuk direalisasikan dalam bentuk verbal yang digunakan dalam proses komunikasi antarsesama (2006: 126). Dengan demikian, bentuk metafora kadang lebih dipilih dibandingkan bentuk yang lain karena bentuk metafora mengandung muatan yang diutamakan, diperhatikan, dan emosi yang ada dalam ungkapan sesuai dengan yang diinginkan pengguna.

Metafora memiliki dua komponen, yaitu target dan sasaran. Berdasarkan penjelasan Lakoff dan Johnson (2003) yang diperkuat oleh Kövecses (2006), target biasanya lebih abstrak, dan sumber lebih konkret. Agar dapat memahami maksud yang terkandung dalam metafora, ditemukan kesamaan karakteristik yang dimiliki antara target dan sumber. Dengan membandingkan karakteristik yang dimiliki keduanya, maka akan ditemukan dasar suatu metafora digunakan. Metafora konseptual mengindikasikan suatu proses yang ada menjelaskan suatu entitas yang didasarkan pada perasaan, pengalaman, dan pikiran tentang realitas yang benar-benar ada atau yang dibayangkan ada. Menggunakan entitas lain yang lebih konkret atau dapat divisualisasikan dan dirasakan oleh tubuh.

Menurut Kövecses (2006), metafora memiliki beberapa komponen, yaitu ranah sumber, ranah target, dan dasar metafora. Ketiga komponen tersebut merupakan komponen dasar dalam metafora konseptual. Ranah sumber yang memiliki ciri lebih konkret menjadi dasar untuk menjelaskan target yang bersifat lebih abstrak. Misalnya, dalam metafora *+ life is a journey +*, dapat dipahami bagaimana kehidupan (*life*) yang bersifat abstrak itu digambarkan sehingga lebih mudah dapat dipahami karena dibandingkan dengan perjalanan (*journey*). Orang dapat mengerti apa yang dimaksud dengan kehidupan (*life*) yang menjadi target berdasarkan kesamaan ciri yang dimiliki oleh perjalanan (*journey*) sebagai sumber.

Kesamaan karakteristik yang ada dalam kedua komponen itu menjadi dasar metafora. Jika dalam perjalanan ada tujuan, rintangan,

jarak yang ditempuh, dan dalam kehidupan ada kesulitan hidup, kemajuan hidup, tujuan hidup, tantangan hidup, dan seterusnya. Pengalaman yang dirasakan tubuh dapat memotivasi hubungan antara sumber dan target. Untuk menjelaskannya, Kövecses memberi contoh *+ affection is warmth +* atau *+ kasih sayang itu kehangatan +*, dapat ditunjukkan hubungan kasih sayang dengan kehangatan. Apa yang dirasakan oleh tubuh ketika mendapatkan pelukan, sebagai bentuk rasa sayang, misalnya tubuh merasa hangat, nyaman, dan tenang. Apa yang dirasakan merasuk ke dalam memorinya, kemudian mencari kata yang tepat untuk menggambarkan bagaimana *affection* itu. Selain itu, kesamaan antara sumber dan target juga dapat menunjukkan hubungan antara sumber dan target.

Berikut ini merupakan contoh dari implementasi teori metafora konseptual:

1. "Calon presiden dihimbau agar tidak melakukan *politik uang dan politisasi SARA* untuk meraih kemenangan", (*Analisa*, 1/12/2023), dan
2. "*Politik blusukan* menjadi strategi jitu bagi ketiga kandidat dalam memenangkan pilpres nanti" (*Waspada*, 5/11/2023).

Pada contoh tersebut, *politik uang* dan *politisasi SARA* yang menjadi ranah sumbernya, yaitu uang dan SARA, sedangkan ranah targetnya, yaitu politik dan politisasi. Konsep abstraknya merupakan politik, sedangkan konsep konkretnya adalah uang dan SARA. Politik menjadi sesuai yang abstrak karena berkaitan dengan berbagai kegiatan, usaha, dan upaya yang ditujukan untuk mendapatkan dan mempertahankan kekuasaan dalam pemerintahan. Sementara itu, uang dan SARA merupakan sesuatu konkret, yaitu alat tukar dalam jual beli dan SARA, yaitu kepanjangan dari suku, agama, ras, dan antargolongan yang dijadikan salah satu isu konflik sosial yang bersifat sensitif. Makna ujaran metafora *politik uang* dan *politisasi SARA* ditujukan agar para capres dan cawapres hendaknya tidak menggunakan uang dan materi SARA untuk memengaruhi masyarakat agar memilihnya saat hari pencoblosan.

Contoh pada ujaran *politik blusukan* menunjukkan bahwa sebagai konsep yang abstrak adalah politik, sama dengan data di atas, sedangkan konsep konkretnya adalah blusukan. Blusukan merupakan aktivitas masyarakat sebagai upaya melihat langsung permasalahan dan kendala yang dialami masyarakat. *Politik blusukan* merupakan pola baru dalam perpolitikan di Indonesia, yaitu calon pemimpin langsung terjun mendekati diri kepada masyarakat pelosok desa dan pasar-pasar atau tempat rakyat beraktivitas. Hal ini dilakukan untuk mendekati diri dan mengambil simpati hati rakyat agar memilihnya. *Politik blusukan* bermakna sebagai upaya memengaruhi sikap dan pendirian rakyat melalui hadir langsung mendekati rakyat dan menanyakan keluh kesah permasalahan yang dialami rakyat sebagai wujud rasa empati atas derita yang dialami.

C. Jenis Metafora Konseptual

Kinanti dan Rachman (2019), Haula dan Nur (2019), Nirmala (2017), dan Utorowati dan Sukoristanto (2016) telah membahas dalam penelitiannya tentang jenis metafora konseptual. Ada dua perbedaan kajian jenis yang telah dilakukan, yaitu jenis metafora konseptual sesuai konsep Lakoff dan Johnson, yakni metafora struktural, ontologikal, dan orientasional. Konsep yang lain, jenis metafora berdasarkan medan semantik ruang persepsi manusia, yaitu keadaan, kosmos, energi, substansi, terestrial, objek, kehidupan, binatang dan manusia.

Buku ini difokuskan pada jenis metafora konseptual berdasarkan konsep Lakoff dan Johnson (2003), yakni membagi jenis metafora konseptual menjadi tiga, yaitu metafora struktural, metafora orientasional, dan metafora ontologis.

1. Metafora Struktural

Metafora struktural dapat dipahami sebagai konsep metafora yang digunakan untuk memahami hal yang abstrak dengan menyamakannya dengan hal konkret. Metafora struktural merupakan sebuah konsep dari suatu hal yang secara metaforis terstruktur

pada suatu hal yang lain (Lakoff & Johnson, 2003:14). Metafora struktural melihat persamaan dari benda abstrak ke dalam benda konkret yang dibentuk dengan menggunakan konsep lain berdasarkan *source domains* (SD) dan *target domains* (TD) (Kövecses, 2002:34). Konsep ini berdasar pada korelasi dalam pengalaman sehari-hari manusia yang konsepnya terstruktur secara sistematis. (Lakoff & Johnson, 2003:53).

Metafora struktural menurut Kövecses (2010:37) adalah membuat pembicara memahami target B melalui struktur domain A. Sebagai contoh, kita memahami konsep waktu distrukturkan sebagai gerak dan ruang. Metafora waktu merupakan gerakan, misalnya *“time passing is motion of object, the time will come when, the time for action has arrived, dan time is flying by*. Berdasarkan contoh tersebut, menyatakan waktu adalah objek dan waktu bergerak secara maju untuk masa depan, serta bergerak mundur untuk masa lalu. Contoh di atas untuk memahami waktu dalam istilah dasar; objek fisik, lokasi, dan pergerakannya. Ada kondisi latar belakang yang diaplikasikan untuk memahami waktu, waktu sekarang adalah sebagai waktu lokasi observasi.

Salah satu contoh konsep metafora struktural adalah pengalaman berargumentasi yang menjelaskan bahwa “perang argumen” (Lakoff & Johnson, 2003:14). Pada perselisihan pendapat antara dua orang atau lebih sering kali ditemukan kalimat metafora *“dia selalu menggunakan sejuta teknik untuk mematikan pendapatku sehingga aku tidak pernah menang beradu argumen dengannya”*. Berdasarkan contoh tersebut, terdapat beberapa kata, seperti *teknik, beradu, dan menang* yang umumnya digunakan dalam peperangan. Klausa tersebut dipinjam ke dalam konsep lain, yaitu berkomunikasi. Proses dalam beradu pendapat dalam berkomunikasi dinilai memiliki kesamaan makna dengan konsep peperangan. Persamaan dalam dua konsep ini, yakni keduanya memiliki konsep kalah dan menang.

Menurut Huford, Heasley, dan Smith (2007:333), metafora struktural adalah sistem konsep yang abstrak distrukturkan ke dalam konsep konkret, yang meliputi beberapa ekspresi individual bahasa yang menerangkan aspek metafora itu sendiri. Misalnya,

ideas are money, John is rich in ideas, that book is a treasure trove of ideas, dan Mary has a wealth of new ideas. Beberapa contoh tersebut menjelaskan bahwa metafora struktural berupaya mengonkretkan hal-hal abstrak, seperti ide dan waktu, dibedakan dalam bentuk objek bergerak dan uang. Pada metafora struktural, suatu konsep ditransfer dengan menggunakan konsep yang lain berdasarkan korelasi sistematis dari pengalaman hidup sehari-hari.

Metafora struktural tidak hanya berupaya mengonkretkan suatu konsep yang abstrak ke dalam suatu hal yang konkret, tetapi berupaya menyandingkan suatu konsep yang bersifat abstrak itu digambarkan sehingga akan mudah dipahami. Sesuai contoh yang diungkapkan Kövecses, yaitu "*Life is a journey*". Konsep kehidupan (*life*) yang bersifat abstrak itu digambarkan sehingga lebih mudah dapat dipahami karena dikorespondensikan dengan perjalanan (*journey*). Nirmala (2010) juga menjelaskan bahwa metafora struktural berusaha membandingkan suatu entitas yang bersifat abstrak yang menjadi target berdasarkan kesamaan karakteristik yang dimiliki oleh entitas sebagai sumber agar lebih mudah untuk dipahami.

2. Metafora Ontologikal

Metafora ontologikal menjadikan pikiran, pengalaman, dan proses hal abstrak lainnya menjadi suatu objek yang memiliki sifat fisik (Lakoff & Johnson, 2003:25). Metafora ontologikal melihat kejadian, emosi, dan ide sebagai entitas dan substansi. Konsep ini dicontohkan dalam bentuk metafora "*inflation is an entity*" yang artinya "kemiskinan dapat membuat kita tersudut dan *jatuh ke dalam kehinaan*".

Menurut Lakoff dan Johnson, suatu entitas memperbolehkan kita untuk merujuk kepada sesuatu hal (*referring*), menghitung jumlahnya (*quantifying*), mengidentifikasi aspek khusus pada hal tersebut (*identifying aspects*), mengidentifikasi penyebab atau alasannya (*identifying causes*), serta menentukan tujuan dan mendorong tindakan (*setting goals and motivating actions*) (2003:26). Pengertian ini diperlukan demi memahami suatu pengalaman secara rasional.

Pada metafora ontologikal, terdapat dua jenis identifikasi lain yang menunjukkan metafora, yaitu metafora kontainer dan personifikasi. Metafora kontainer adalah salah satu subbagian dari metafora ontologikal. Metafora kontainer melihat suatu entitas atau substansi, seperti kontainer, yang memiliki ruang untuk di isi atau mengeluarkan sesuatu (Lakoff & Johnson, 2003:29-30). Personifikasi merupakan suatu corak khusus dari metafora (Keraf, 2010: 140). Personifikasi dalam metafora ontologikal merupakan entitas yang berupa benda mati, baik benda abstrak maupun konkret digunakan dan diperlakukan, seperti layaknya manusia dengan segala aspek dan aktivitasnya (Lakoff & Johnson, 2003:33). Suatu objek fisik, seperti manusia, merupakan metafora ontologikal yang paling nyata dan paling banyak ditemukan.

Metafora ontologis merupakan metafora yang menerapkan konsep perbandingan benda abstrak yang diwujudkan dengan benda konkret. Menurut Kövecses (2010:38), metafora ontologikal ini memberikan lebih sedikit struktur pada konsep target daripada metafora struktural. Tugas kognitif metafora ini hanya memberikan status ontologikal berupa kategori umum pada konsep target yang abstrak dan menghadirkan entitas abstrak baru. Dalam memahami pengalaman kita sendiri dalam istilah objek, substansi, dan wadah seperti apa. Sementara itu, Lakoff dan Johnson (1987:333) mengatakan bahwa metafora ontologikal membantu kita memahami konsep dan pengalaman (acara, aktivitas, emosi, dan ide) abstrak ke dalam bentuk objek fisik dan substansi nyata. Metafora ini juga menjadikan pikiran, pengalaman dan proses hal yang abstrak menjadi suatu objek yang memiliki sifat fisik. Kövecses (2010) menambahkan bahwa metafora ini membantu kita meneliti lebih dalam pada gambaran struktur yang sangat jarang bahkan tidak ada (2010:39).

Metafora ontologikal berupaya memberikan pengalaman tak beracuan menjadi beracuan melalui tugas spesifik, yaitu sebagai referensi, kuantitas, atau untuk mengidentifikasi aspek dari pengalaman. Kemudian, pengalaman abstrak menerima status sebagai suatu benda, pengalaman bisa distrukturkan lebih dalam dengan metafora struktural.

Contohnya, *physical objects is abstract entities- his mind is going to overload, my mind could short-circuited any minute*. Dalam contoh *abstract entities is physical object*, dikonsepsikan sebuah kata sifat abstrak yang tidak ada acuannya dalam kenyataan menjadi sebuah entitas atau benda dalam hal ini, yaitu "komputer" yang memiliki acuan nyata. *Signal word* yang tertera, yaitu pada pemakaian kata sifat dari komputer itu sendiri, yaitu *overload dan short-circuited*, yang sangat jelas mengacu pada sifat komputer pada umumnya.

3. Metafora Orientasional

Metafora orientasional merupakan suatu konsep metafora berorientasi spasial, misalnya naik-turun, dalam-luar, depan-belakang, dalam-dangkal, dan pusat-periferi (Lakoff & Johnson, 2003:14). Orientasi spasial ini muncul berdasarkan konsep tubuh manusia dan kegunaannya dalam lingkungan sekitar. Metafora orientasional berdasar pada pengalaman fisik dan budaya sehingga orientasi spasial pada budaya tertentu perlu diperhatikan karena pengalaman budaya satu dengan yang lainnya memiliki perbedaan (Davidson, 1979:15). Salah satu contoh orientasi spasial pada metafora orientasional adalah ekspresi "bahagia itu luas". Sebaliknya, perasaan sedih diekspresikan ke dalam metafora "sedih itu sempit" (Lakoff & Johnson, 2003:15). Contoh lainnya, "kami sedang bergairah, tetapi semangatku jatuh".

Pembentukan metafora orientasional untuk menunjukkan hal yang positif dan negatif tidak hanya terbatas pada orientasi spasial atas-bawah saja, tetapi juga telah diterapkan pada skema penggambaran dua kutub dan dua nilai (Kövesces, 2002:54). Metafora orientasional merupakan metafora yang berkaitan dengan orientasi ruang, seperti naik-turun dan depan-belakang. Metafora orientasional menurut Kövesces (2010:40), memberikan lebih sedikit struktur konseptual untuk target konsep daripada metafora ontologikal. Pekerjaan kognitif metafora ini membuat seperangkat konsep target koheren pada sistem konseptual manusia. Koheren dapat dipahami bahwa beberapa konsep target sering dikonseptualkan dalam beragam

bentuk dengan dikarakterkan 'atas' sebagai orientasi dan 'bawah' sebagai lawan dari orientasi atas. Nama dari orientasional itu sendiri diambil dari fakta bahwa sebagian besar metafora ini berhubungan dengan orientasi dasar manusia terhadap ruang, seperti naik-turun, tengah-pinggir, dan sebagainya.

Menurut Lakoff dan Johnson (1987:333), metafora orientasional mengacu pada konsep spasial atau ruang dengan mengasosiasikan wilayah pengetahuan ruang abstrak dengan aspek pengalaman dan pengetahuan manusia tentang bagaimana manusia menyadari orientasi ruang nyata. Orientasi metafora atas lebih bermakna positif, sedangkan orientasi metafora bawah lebih bermakna negatif. Misalnya, *"happy is up, sad is down (that smile make up my day so much, he feels on top when you kiss him, Budi feeling down after she moved to another country"*.

Metafora orientasional menurut Lakoff dan Johnson (2003), *"... organizes a whole system of concepts with respect to one another"*. Metafora ini berkaitan dengan orientasi ruang, yaitu atas-bawah, dalam-luar, depan-belakang, ada-tidak ada (*on-off*), dalam-dangkal, atau tengah-pinggir. Mereka mencontohkan bahwa *"happy is up"*. Kenyataan bahwa ketika senang atau bahagia, seseorang berada dalam kondisi semangat. Metafora orientasional merefleksikan konsep spasial yang berbeda-beda menurut pengalaman fisik atau budaya masyarakatnya (2003:14). Oleh karena itu, metafora orientasional berbeda di setiap budaya, karena apa yang dipikirkan, dialami, dilakukan orang di setiap budaya berbeda sehingga yang dikonseptualisasikan juga berbeda dan membawa pengaruh pada sistem konsep yang diwujudkan dalam metafora juga berbeda.

Agar dapat memahami perbedaan ketiga jenis metafora konseptual tersebut, perlu dipaparkan beberapa indikator dari ketiganya. Berikut tabel mengenai indikator jenis-jenis metafora.

Tabel 1. Indikator Jenis Metafora Konseptual

No	Jenis Metafora	Indikator
1	Struktural	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami hal abstrak melalui menyamakannya dengan suatu hal konkret - Melihat korelasi pengalaman sehari-hari manusia yang konsepnya terstruktur secara sistematis
2	Ontologikal	<ul style="list-style-type: none"> - Menjadikan pikiran dan pengalaman manusia sebagai objek yang abstrak menjadi sesuatu yang memiliki sifat fisik - Melihat kejadian, emosi, dan ide sebagai suatu entitas dan substansi, seperti wadah yang memiliki ruang untuk diisi atau mengeluarkan sesuatu - Menjadikan suatu entitas benda mati yang abstrak dan konkret digunakan dan diperlakukan seperti layaknya manusia
3	Orientasional	<ul style="list-style-type: none"> - Melihat suatu konsep yang berorientasi spasial, seperti naik-turun, dalam-luar, depan-belakang, dalam-dangkal, dan pusat-pereferi, melalui mengasosiasikan pengetahuan dan pengalaman manusia - Melihat orientasi spasial yang menunjukkan suatu hal bermakna positif dan negatif

Agar lebih memahami konsep jenis metafora konseptual sesuai tabel tersebut, berikut contoh berdasarkan data metafora dari ketiga jenis metafora.

Tabel 2. Contoh Jenis Metafora Konseptual

No	Jenis Metafora	Data Metafora
1	Struktural	Saat bersamaan, Capres Prabowo memperlakukan secara istimewa pengusaha kaya karena dianggapnya <i>pengusaha kaya adalah raja</i> (Republika, 19 November 2023).

2	Ontologikal	Sebagian besar tim sukses GP yang selamat dari <i>sapuan badai</i> TS lawan yang kini mulai <i>bangkit merapatkan barisan</i> (Analisa, 26 Desember 2023).
3	Orientasional	AMIN akan melakukan berbagai langkah-langkah strategis, gerakan positif yang memiliki target, dan <i>men-setting</i> agenda propaganda, agar <i>mencapai pintu sukses kemenangan, seiring semangat '45</i> (Waspada, 16 November 2023).

Metafora pada contoh di atas, yaitu "*pengusaha kaya adalah raja*", data ini termasuk dalam metafora struktural karena konsep raja memiliki persamaan dengan pengusaha kaya. Persamaan tersebut berkaitan dengan kekayaan dan kekuasaan. Raja secara leksikal memiliki makna kekuasaan tertinggi pada suatu kerajaan, sedangkan pengusaha kaya memiliki makna orang yang memiliki banyak uang dan bisa melakukan apa saja yang diinginkan. Persamaan antara kedua konsep tersebut menimbulkan adanya skema citra identitas. Metafora struktural dalam contoh ini, yakni konsep pengusaha kaya ditransfer dengan menggunakan konsep raja. Pentransferan kedua konsep ini dilakukan berdasarkan korelasi sistematis dari realitas sosial di masyarakat.

Contoh di atas merupakan metafora ontologikal karena ranah sumber yang digunakan adalah "*sapuan badai*" dan ranah targetnya serangan lawan. Sapuan badai menggambarkan peristiwa sebagai suatu entitas yang memiliki makna pergolakan politik yang terjadi pada masa kampanye pilpres. Sementara itu, "*bangkit merapatkan barisan*" memiliki makna merancang ulang untuk melakukan rancangan gerakan untuk perang kembali. Skema citra yang dalam konsep ini adalah tantangan dan perjuangan. Kedua konsep tersebut mengekspresikan tindakan sebagai suatu entitas yang berbeda. Metafora "*sapuan badai*" PG lawan dan "*bangkit merapatkan barisan*" merupakan dua jenis identitas yang berbeda. *Sapuan badai* merefleksikan suatu kejadian cuaca buruk sebagai entitas, sedangkan *bangkit merapatkan barisan* merupakan kegiatan manusia dengan segala aspek aktivitasnya.

Contoh lainnya di atas termasuk metafora orientasional karena ditandai dengan penanda "*pintu sukses kemenangan*" sebagai ranah sumber, sedangkan ranah targetnya adalah bersemainya semangat untuk mencapai kemenangan, yaitu langkah strategis, gerakan positif, dan *setting* agenda propaganda. Ungkapan pintu sukses kemenangan menggambarkan keadaan sebagai suatu entitas skema citra keadaan berupa objek, sedangkan ungkapan "*semangat '45*" memiliki konsep yang sama dengan pintu sukses kemenangan sehingga dapat diorientasikan "berjuang untuk menang".

D. Skema Citra dalam Metafora

Salah satu hal penting dalam metafora adalah memahami konsep skema citra. Skema citra menurut Saeed (1997) sebagai suatu level struktur kognitif yang mendasari metafora dan menyajikan hubungan sistematis antara pengalaman badani dan ranah kognitif yang lebih tinggi, seperti bahasa (1997: 308). Saeed (2009) kembali menegaskan bahwa skema citra menjadi hal penting dari struktur konseptual semantik kognitif. Skema citra merupakan pola mental yang terus-menerus memberikan pemahaman yang terstruktur terhadap berbagai pengalaman dan siap digunakan melalui metafora sebagai satu ranah sumber untuk memahami pengalaman lainnya. Skema citra juga struktur makna yang didapat dari pengalaman yang dihasilkan dari bagaimana tubuh berinteraksi dengan dunia.

Skema citra merupakan hasil dari proses yang sama dan ditransformasikan melalui cara kerja metaforis dan metonimis (Gärdenfors, 1999). Struktur skema citra merupakan bagian dari struktur semantik untuk memahami metafora. Skema citra adalah skala mental, konsep bergambar yang dipelajari melalui pengalaman dan interaksi dengan dunia. Skema citra merupakan pola mental yang terus menerus memberikan pemahaman yang terstruktur terhadap berbagai pengalaman dan siap digunakan melalui metafora sebagai satu ranah sumber untuk memahami pengalaman lainnya.

Citra sebagai unit representasional biasanya dianggap sebagai unit holistik, yang berbeda dengan skema sebagai struktur komposisional,

terdiri atas seperangkat unsur dan seperangkat hubungan di antara unsur-unsur tersebut. Citra memadukan ke dalam satu representasi beberapa kesan yang didapatkan dari realitas, citra melambangkan objek dan tindakan. Citra juga menunjuk suatu unit yang dipakai untuk merepresentasikan pengetahuan tentang dunia luar. Sementara itu, skema lebih dekat dengan pengertian konsep, yaitu seperangkat fitur yang membatasi klasifikasi objek. Skema selalu berhubungan dengan istilah "struktur" dan "unsur". Berdasarkan pendapat Lakoff (1992), struktur skema pemetaan metafora yang dibagi dalam beberapa konsep, seperti waktu (*time*), keadaan (*state*), perubahan (*change*), gerakan (*action*), penyebab (*causation*), tujuan (*purpose*), dan alat (*means*) (1992:10).

Skema citra merupakan tipologi abstrak yang mendasari konseptualisasi berbagai macam model kognitif. Skema citra ini menjadi dasar lahirnya ujaran metafora dalam bahasa manusia. Menurut Croft & Cruse (2004), skema citra terbagi menjadi tujuh bagian, yaitu *space*, *scale*, *container*, *force*, *unity/multiplicity*, *identity*, dan *existence*. Sementara itu, Saeed (2003: 366) membagi skema citra menjadi tiga bentuk, yaitu skema ruang (*containment schema*), skema jalan (*path schema*), dan skema kekuatan (*force schema*). Berikut kategori skema citra menurut Croft dan Cruse (2004).

Tabel 3. Kategori Skema Citra Menurut Croft dan Cruse (2009)

<i>Space</i>	<i>Up-down, front-back, left-right, near-far, center-periphery</i>
<i>Scale</i>	Part
<i>Container</i>	<i>Containment, in-out, surface, full-empty, content</i>
<i>Force</i>	<i>Balance, counterforce, compulsion, restraint, enablement, blockage, diversion, attraction</i>
<i>Unity/Multiplicity</i>	<i>Merging, collection, splitting, iteration, part-whole, mass-count, link</i>
<i>Identity</i>	<i>Matching, superimposition</i>
<i>Existence</i>	<i>Removal, bounded space, cycle, object, process</i>

Menurut Siregar (2014), metafora baru dapat dianalisis melalui pemetaan skema citra. Skema sebagai unit representasi dianggap sebagai unit holistik dan citra sebagai struktur komposisi yang terdiri atas seperangkat unsur dan seperangkat hubungan di antara unsur tersebut. Skema memadukan ke dalam satu representasi beberapa kesan yang diperoleh dari realitas, skema melambangkan objek dan tindakan. Skema adalah pengertian rasional yang harus digunakan untuk merujuk suatu unit yang dipakai untuk merepresentasikan pengetahuan dunia luar. Sementara itu, citra lebih dekat dengan seperangkat fitur yang membatasi klasifikasi objek, citra selalu berhubungan dengan istilah struktur dan unsur. Pemetaan metafora baru berada dalam pengalaman penutur dihubungkan dengan konteks yang mirip atau sama dengan realitas yang ada. Sejalan dengan hal ini, Lakoff dan Johnson (1980b) mengatakan:

“Konsep-konsep tentang dunia dan model-model mental didasarkan pada skema citra. Skema citra digunakan untuk memahami gejala-gejala konkret, seperti bagaimana roda berputar dan bagaimana anak panah mengenai sasaran. Skema citra yang sama digunakan untuk membentuk konsep-konsep metafora (abstrak) tentang cara kerja dunia, nasib yang naik dan turun kemudian dilihat melalui skema citra roda berputar ini atau pertanyaan yang melenceng dari sasaran dipahami melalui skema citra anak panah mengenai sasaran. Metafora skema citra jauh tersemat dalam bahasa dan pikiran, begitu dalam sehingga keberadaannya tidak pernah disadari sama sekali.”

Konsep metafora menurut Lakoff dan Johnson (2003) digunakan untuk menentukan klasifikasi metafora dan asal ranah sumber dari metafora yang terdapat dalam wacana politik. Metafora konseptual melihat keterhubungan antara kedua ranah, yaitu ranah sumber dan ranah target, ke dalam bentuk pemetaan atau korespondensi. Menurut Knowles dan Moon (2006), ranah sumber digunakan untuk konsep area metafora yang digambarkan, sedangkan ranah sasaran

digunakan untuk konsep area metafora yang diaplikasikan (2006: 33). Hubungan keduanya, yakni ranah sumber dan sasaran dapat membentuk skema citra yang menunjukkan suatu konsep dalam teks.

E. Metafora Baru

Konsep metafora baru sudah diteliti oleh beberapa ahli bahasa, di antaranya Martins dan Siregar. Martins (2006) mengembangkan tiga pendekatan untuk menganalisis metafora baru, yakni klasik, kognitivisme, dan dekonstruksionisme. Sementara itu, Siregar (2014) menganalisis metafora baru berdasarkan kejelasan konseptual pesan metafora dengan realitas kekinian di masyarakat. Hasil kajian keduanya diketahui bahwa jika metafora baru digunakan secara terus-menerus, kebaruannya perlahan akan hilang, mati, dan usang, inilah yang dikatakan metafora lama. Bahkan jika metafora tersebut telah dileksikalisasikan ke dalam bahasa Indonesia dan ada dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, maka metafora tersebut tidak lagi dikatakan sebagai metafora.

Metafora baru merupakan satu kajian bahasa semantik kognitif yang jarang dilakukan. Sejatinya, dalam kehidupan realitas sosial, manusia dalam berkomunikasi akan melahirkan metafora baru karena manusia dalam berbahasa akan menggunakan konteks-konteks sosial. Menurut Nietzsche dalam Ricoeur (2003), bahasa menjadi arus kumpulan konseptual, menjadi wadah metafora baru memasuki bahasa dan secara perlahan menjadi mapan, dipakai sampai menjadi bagian konvensionalitas (bahasa). Dalam penggunaan bahasa, metafora lama memberikan kerangka yang digunakan untuk menjelaskan metafora baru. Namun dalam penggunaan bahasa, metafora baru tidak selamanya berubah menjadi konvensional, lalu hilang dari peredarannya dalam wacana.

Metafora baru dapat juga disebut sebagai metafora hidup, imajinatif, dinamis, dan metafora puitis. Metafora lama dapat dikatakan sebagai metafora mati, konvensional, dan metafora usang. Metafora yang termasuk ke dalam kategori ini cenderung dianggap sebagai ungkapan yang sudah bersifat harfiah atau bermakna nonmetaforis

atau tidak dianggap lagi sebagai metafora (Ricoeur (2003), Black (1993), Kittay (1987), dan Fogelin (1994)).

Dasar metafora baru pada cara berpikir yang baru tentang sesuatu hal, tetapi tidak digunakan dalam menata sebagian dari sistem konseptual berbahasa yang normal. Lakoff dan Johnson (1980a) mengatakan bahwa metafora baru dapat memiliki kekuatan untuk mengatasi kenyataan. Metafora baru digolongkan ke dalam metafora imajinatif atau metafora tidak literal. Dalam penggunaan bahasa, manusia menggunakan metafora dengan mencari apa yang dianggapnya paling sesuai dalam mengungkapkan pikirannya. Jika ungkapan metafora tersebut belum familiar digunakan dalam proses berkomunikasi antar manusia atau di media, metafora tersebut digolongkan ke dalam metafora baru. Sebaliknya, jika ungkapan atau kalimat metafora sudah sering digunakan dalam kehidupan sosial, maka metafora tersebut dikatakan metafora lama.

Metafora baru lahir dan digunakannya berada dalam konteks, sama halnya metafora itu dipahami berdasarkan konteksnya. Proses lahirnya metafora dalam konteks dan dipahami berdasarkan konteksnya telah dibuktikan oleh beberapa penelitian yang dilakukan. Salah satunya oleh Cameron (2008), dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa metafora baru dan metafora lama sama-sama bergantung pada konteks. Metafora baru akan lahir saat konten-konten pesan baru memengaruhi proses berpikir manusia dalam berkomunikasi. Bagi penutur, pengguna bahasa mencari apa yang dianggapnya paling sesuai untuk mengungkapkan pikirannya. Metafora baru yang digunakan tersebut, keluar secara sengaja dan sadar karena sudah terkonstruksi dalam akal manusia (2008:202).

Saat metafora baru digunakan dan terus digunakan dalam proses komunikasi langsung dan tidak langsung antarmanusia, kebaruannya perlahan akan hilang. Namun, metafora baru akan tetap berfungsi untuk menunjukkan sesuatu kepada petutur dalam cara yang baru. Metafora baru akan lahir sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, sosial, politik, dan budaya yang melingkupi hidup manusia. Penemuan baru dalam ilmu pengetahuan, misalnya, akan memerlukan cara yang menarik untuk membahasakannya saat

berkomunikasi kepada manusia sehingga metafora menjadi pilihan dalam menyatakan sesuatu hal kepada orang lain.

Gibbs memiliki cara pandang lain terhadap metafora baru, baginya metafora baru tidak melibatkan konseptualisasi baru. Metafora baru hanya menggunakan perikutan yang baru dari skema yang sudah ada. Penggunaan metafora menjadi tepat apabila sebanding dengan metafora yang sudah ada (2010:262). Thibodeau dan Durgin (2008) juga telah membuktikan bahwa metafora yang sudah ada atau metafora lama membantu memahami metafora baru.

Para tokoh linguistik kognitif, pada umumnya sependapat dengan Lakoff dan Johnson (2003), menurutnya metafora lama dan metafora baru merupakan unsur mendasar dalam menyusun pandangan hidup dan proses berpikir manusia. Metafora merupakan bukti peran imajinasi dalam konseptualisasi dan penalaran. Namun, tidak semua sepakat tentang hakikat metafora dalam bahasa. Pada linguistik kognitif, metafora diyakini tidak terdapat perbedaan antara bahasa figuratif dan bahasa literal atau bahasa harfiah. Sementara dalam pandangan semantik kognitif, metafora terdapat di mana-mana dan dianggap sebagai modus berpikir, konsep-konsep tidak metafora juga terdapat dalam bahasa (Novitz, 1985:101).

Penggunaan bahasa dapat berbentuk metafora dan tidak metafora, konsep ini sama-sama ada dalam penggunaan bahasa. Penutur bahasa memiliki pilihan dalam menggunakan makna harfiah atau makna metafora dalam tuturannya, apakah memilih metafora lama (konvensional) atau menggunakan metafora baru, atau bahkan memperluas konsep metafora yang sudah ada untuk membentuk metafora baru bergantung pada konteks penggunaannya dalam berkomunikasi.

Kajian analisis metafora baru dan metafora lama dilakukan untuk menemukan korelasi dalam pengalaman representasi yang membentuk prinsip dasar dari aspek-aspek berpikir. Sesuai dengan pendapat Grady (1999), dia menggunakan tipologi metafora korelasi, metafora persamaan, dan metafora generik spesifik untuk menelusuri dalam menyatukan pandangan teori kemiripan dan teori metafora

konseptual dalam kajian metafora baru dan lama. Sejalan dengan temuan Gibbs (2010), penggunaan tipologi metafora persamaan menekankan kebaruaran pemetaan konseptual, sedangkan yang memanfaatkan metafora korelasi berfokus pada kemungkinan adanya pola pikiran metafora yang mapan. Berkaitan dengan perbedaan kedua tipologi ini, Kövecses (2010:310) mengatakan bahwa kedua tipologi metafora persamaan dan metafora korelasi harus dilihat sebagai saling melengkapi, bukan sebagai dua hal yang bertentangan (2010:310).

Dalam menemukan metafora baru, Martins dalam Siregar menggunakan tiga pendekatan yang dapat dilakukan, yaitu pendekatan klasik, kognitif, dan dekonstruksionisme, dengan tujuan untuk mencoba mencari titik temu dalam ketiga pendekatan ini (2014:168). Pendekatan klasik menganggap bahwa metafora didefinisikan dari segi kebaruannya berdasarkan sistem konseptual yang sudah mapan. Pendekatan kognitif melihat metafora konseptual baru sebagai sesuatu hal yang memungkinkan, tetapi relatif merupakan gejala yang jarang terjadi. Dalam pendekatan dekonstruksionisme terdapat pandangan bahwa kebaruaran metafora merupakan kemustahilan dan tidak perlu dipermasalahkan. Martins (2006) mengungkapkan bahwa penggunaan wawasan Wittgensteinian tentang bahasa dan makna telah membuka kemungkinan untuk menyatukan ketiga pendekatan di atas dalam kajian metafora baru.

Siregar (2014) mengatakan metafora baru berkaitan dengan keajekan pesan metafora dengan realitas yang ada dalam masyarakat. Walaupun ketidakajekan dalam metafora dipertentangkan dengan keajekan konseptual yang diwujudkan melalui metafora konseptual. Lakoff (1992) menggunakan istilah "*metafora citra*" untuk merujuk kepada metafora-metafora yang muncul sebagai metafora fana (tidak ajek), yang tidak pernah menjadi ajek sehingga tidak dileksikalisasikan ke dalam bahasa. Sementara itu, Ureña menyebut kasus ini dengan istilah metafora situasional (2012:247).

Beberapa kajian yang dilakukan mengungkap keajekan konseptual dihubung-hubungkan dengan metafora konseptual. Beberapa peneliti,

seperti Murphy (1996), Lakoff dan Kövecses (1987), dan Glucksberg (1999), menyebutkan metafora konseptual merupakan struktur yang mapan dalam pikiran penutur. Metafora konseptual menurut Lakoff (1992) bersifat ajek dan merupakan penayangan konseptual lintas ranah yang otomatis dalam pikiran penutur (1992:245). Sementara itu Kövecses (2010) mengemukakan bahwa metafora konseptual terkait dengan penciptaan satu struktur yang kuat dan mapan bagi sistem yang kompleks (2010:137).

Mengenai metafora baru, temuan hasil penelitian metafora baru dilakukan oleh Martins (2006) dan Siregar (2014). Martins membahas metafora baru dan keajekan konseptual, serta melihat bagaimana tiga pendekatan yang berbeda, yakni pandangan klasik, kognitivisme, dan dekonstruksionisme dalam melihat metafora baru. Sementara itu, Siregar melihat keajekan metafora baru berdasarkan realitas sosial yang maknanya dominan belum dipahami orang.

Berdasarkan pendapat tersebut, metafora baru dan lama muncul melalui pemetaan skema citra berdasarkan pengalaman penutur dalam konteks yang mirip atau sama. Metafora memetakan skema citra kepada konsep, seperti keadaan, tindakan, waktu, perubahan, tujuan, cara, kategori, dan kuantitas.

Contoh metafora lama, "*sapi perah*" atau "*sapi perahan*". Metafora ini telah dileksikalisasikan ke dalam bahasa Indonesia dan ditemukan dalam KBBI (2008) dengan makna "orang yang diperas tenaganya (penghasilannya) oleh orang lain; orang yang dimanfaatkan secara terus-menerus oleh orang lain". Bahkan, tanpa dipasangkan dengan target atau topik tertentu, orang sudah dapat memahami maknanya. Selanjutnya, apabila dipasangkan dengan target tertentu, seperti dia, PTPN, Pertamina, BNI, BRI, PDAM air itu, menjadikan dia jadi *sapi perahan*, PTPN jadi *sapi perahan*, Pertamina jadi *sapi perahan*, BNI, BRI dan PDAM air itu jadi *sapi perahan*, metafora ini tetap ajek secara konseptual.

Seiring dengan berjalannya waktu dan kekerapan penggunaannya, metafora baru kemudian mengalami leksikalisasi atau terkonvensionalisasi. Pada tingkat ini, metafora baru kemudian menjadi metafora

konvensional dan menjadi bagian dari kamus. Konseptual metafora baru dapat ditentukan berdasarkan sedikitnya dua hal, yaitu (a) kekerapan penggunaan metafora tersebut dalam berbagai konteks yang berkaitan dan (b) ketertonjolan semantik makna metafora itu di antara makna-makna unsur kata yang mendukung metafora tersebut, misalnya makna pada ranah sumber. Faktor kekerapan penggunaan metafora berkaitan dengan tingkat kemapanan metafora itu juga diakui oleh Jones dan Estes (2006:19). Tingkat kemapanan metafora baru mempunyai pengaruh terhadap tingkat keajekan konseptual metafora. Sementara itu, aspek ketertonjolan cenderung bersifat laten sehingga satu metafora yang menonjol beberapa saat dapat saja meredup penggunaannya dan pada saat lainnya muncul kembali dalam penggunaan bahasa pada kasus penggunaan yang serupa, tetapi dalam konteks yang berbeda.

Menurut Siregar (2014), kekerapan penggunaan metafora baru dan ketertonjolan (*saliency*) makna metafora itu juga memungkinkan metafora tersebut menjadi mapan (terkonvensionalisasi atau dileksikalisasi) sehingga metafora itu kehilangan kebaruannya dan menjadi bagian dari leksikon (2014:246). Dari penggunaannya tingkat kemapanan metafora baru berpengaruh pada keajekan konseptual dalam metafora itu. Selain itu, ketidakajekan konseptual pada metafora baru berpotensi menimbulkan kesalahpahaman penutur dalam penggunaan metafora itu dan kesalahpahaman petutur menafsirkan maknanya dalam berbagai konteks.

Dalam menentukan dan menganalisis data metafora baru, penulis memilih pendapat Martins (2006) dan Siregar (2014) melalui tiga pendekatan yang berbeda, yaitu pendekatan klasik, kognitivisme, dan dekonstruksionisme, serta keajekan pesan metafora dengan realitas di masyarakat. Pendekatan klasik dalam memahami metafora baru dapat dilihat dari segi kebaruannya berdasarkan sistem konseptual yang sudah mapan. Pendekatan ini melihat dari sisi perluasan metafora lama yang sudah ada. Sesuai pendapat Surip, dkk. (2021), Pendekatan klasik menganggap metafora baru merupakan pengembangan dan perluasan dari metafora lama, seperti "*hoaks musuh kita bersama, mari kita perangi agar tidak merusak minat*

rakyat untuk ambil peran dalam pesta demokrasi". Metafora baru ini lahir dengan mencari kesamaan asosiasi dan latar belakang realitas sosial di masyarakat. Metafora baru tersebut juga didasari perluasan metafora lama, yakni "*sebelum pilpres dimulai, ribuan hoaks dan fitnah sudah menghantui rakyat*". Kalimat metafora yang digolongkan dalam metafora baru dapat dilihat dari konten dan konteksnya yang merupakan suatu hal baru, atau perluasan dari metafora lama, seperti "*Jokowi menampilkan politik blusukan untuk menyakinkan basis suara (Kompas, 21/11/2019)*".

Ungkapan metafora tersebut merupakan perluasan dari metafora lama yang sudah ada, yaitu calon presiden menerapkan *politik dagang sapi untuk meningkatkan suara*. Ujaran metafora lama ini memiliki makna bahwa capres menerapkan sistem politik dengan melakukan dialog guna mengumpulkan data-data kemauan dan kebutuhan yang diminta oleh rakyat. Selanjutnya, sebagai upaya mengambil simpati dan agar rakyat memilihnya, para capres dan tim sukses memberikan dan mewujudkan apa yang diinginkan oleh rakyat. Sementara itu, ujaran metafora baru tersebut memiliki makna capres Jokowi melakukan berbagai rangkaian kegiatan politik dengan langsung turun ke masyarakat bawah, ke pasar-pasar, dan tempat keramaian rakyat, guna melihat, mendengar keluh kesah, menanyakan berbagai kendala hidup, dan menerima saran dan masukan. Selanjutnya, dalam waktu dekat diberi respons atau tindakan nyata dari data yang diperoleh. Pendekatan kognitif melihat metafora baru sebagai suatu hal yang memungkinkan hadir berdasarkan pengalaman sensoris dan persepsi suatu komunitas masyarakat yang konten serta konteks yang masih baru. Pengalaman ini bukan perorangan, melainkan pengalaman yang berkaitan dengan sosiokultural dan historis dari suatu komunitas, contohnya *Prabowo gandeng agamawan untuk sukses menuju Indonesia satu*, (Analisa, 15 November 2023).

Metafora ini secara historis merupakan pengembangan berdasarkan pengalaman sejarah politik di Indonesia. Sejak dahulu, para politisi merangkul para kiai dan alim ulama untuk memperoleh suara rakyat agar meraih kemenangan pada pemilihan anggota legislatif.

Adapun pendekatan dekonstruksionisme berpandangan bahwa metafora baru merupakan kemustahilan dan tidak perlu dipermasalahkan. Pendekatan ini tidak mempermasalahkan antara metafora baru dan lama. Hal ini diperkuat dengan pendapat Urena (2012) bahwa pendekatan ini disamakan dengan istilah metafora situasional. Jika metafora yang sudah ada dan sering diujarkan oleh publik, maka masuk dalam kategori metafora lama. Sementara itu, jika belum pernah muncul dan diujarkan oleh masyarakat, maka disebut sebagai metafora baru, misalnya "*Politik medsos harus kita maksimalkan untuk menarik suara kaum milenial (SIB, 14 Januari 2023)*".

Metafora ini merupakan metafora baru yang sebelumnya belum ada karena *politik medsos* dan *kaum milenial* menjadi konten yang banyak diperbincangkan di berbagai media massa dan sosial media saat proses pemilu. Saat proses pemilu, biasanya medsos dan kaum milenial belum menjadi kata yang familiar dan berkembang di masyarakat sehingga tidak memberi stimulasi persepsi masyarakat dalam memunculkan diksi dan kalimat yang baru dalam bentuk metafora.



“Waktu adalah objek. Waktu bergerak secara maju untuk masa depan, serta bergerak mundur untuk masa lalu”.

BAB 2

PENGANTAR METAFORA POLITIK

Metafora masih menjadi pilihan bagi jurnalis dalam menyampaikan informasi kepada publik melalui media massa. Penggunaan metafora bagi jurnalis merupakan bentuk kreativitas berpikir yang menimbulkan keindahan berbahasa. Di kalangan jurnalis, metafora sering digunakan dan ditemukan dalam berbagai berita, baik secara lisan dan tulisan, seperti teks berita dalam media massa, dialog politik di media elektronik, dan komunikasi antarjurnalis. Bentuk metafora dalam berbahasa menunjukkan ciri keekonomisan karena dapat menjelaskan situasi, konsep, atau gagasan dengan ringkas dan lebih komprehensif daripada ungkapan secara harfiah.

Metafora tidak hanya sebagai gejala bahasa yang bersifat estetis dan retorik, tetapi juga sebagai gejala umum dalam aktivitas berbahasa bagi manusia. Metafora terpadu ke dalam bahasa dan pikiran, sebagai suatu cara untuk mengalami dunia dan digunakan untuk mengungkapkan suatu pemikiran atau konsep tertentu yang sering bersifat abstrak tentang suatu gejala atau peristiwa yang menjadi pusat perhatian melalui pemetaan lintas ranah dalam sistem konseptual (Siregar, 2004:140). Lakoff dan Johnson (2003:3) juga menyatakan bahwa metafora dapat menembus dalam kehidupan

sehari-hari tidak hanya lewat bahasa, tetapi juga dalam pikiran dan tindakan. Metafora sudah menjadi fenomena bahasa sehari-hari yang berakar dalam sistem kognitif manusia. Dalam ilmu bahasa, metafora bukanlah menjadi kreativitas individu yang unik dalam berbahasa, melainkan juga memiliki landasan sistematis dalam sistem bahasa.

Metafora politik menjadi salah satu aktivitas berbahasa yang menggunakan konten politik yang dikemas dalam bentuk metafora agar lebih unik dan menarik. Letak keunikan dan kemenarikannya, yaitu pada penggunaan bentuk bahasa yang mengasosiasikan berbagai kosakata politik yang sedang marak diperbincangkan masyarakat. Misalnya, *mari gelorakan Perang Badar untuk melawan musuh-musuh kita*. Metafora politik ini mengasosiasikan proses pilpres sebagai 'Perang Badar' yang dalam sejarah sebagai perang besar dalam Islam dan mengasosiasikan melawan musuh-musuh, seolah-olah pemilu yang berlangsung menjadi proses perlawanan antarmusuh yang harus dibunuh.

Beragam analisis metafora telah dilakukan oleh beberapa ahli karena metafora memiliki peranan yang bersifat kreatif. Agar dapat memahami makna metafora, maka harus memahami makna lain di balik makna yang tersurat (Black, 2007:265). Penggunaan bahasa tulis di media massa memiliki beberapa sifat, di antaranya singkat, padat, sederhana, lancar, jelas, lugas, menarik, dan baku. Sifat singkat, lancar, dan jelas dipandang dari penuturnya; sifat padat dipandang dari segi isinya; dan sifat sederhana, lugas, dan baku dipandang dari segi bahasanya. Bahasa yang menarik menjadi daya tarik tersendiri bagi pembaca untuk mengetahui lebih dalam isi sebuah teks. Agar dapat membuat judul atau teks lebih menarik, salah satu usaha jurnalis adalah dengan memanfaatkan metafora.

Penelitian metafora setiap saat tetap menarik untuk diteliti karena esensinya dalam hidup manusia tidak lepas penggunaan metafora dalam mengekspresikan minat dan bakatnya dalam bersosial antarsesama. Manusia bermetafora sebagai wujud keterampilan dalam berbahasa karena dapat memperindah dan mengalihkan makna harfiah. Penggunaan metafora juga mencerminkan kecerdasan, pengalaman,

dan keahlian seseorang. Analisis kajian metafora setiap saat akan menarik untuk dikembangkan dan dielaborasi dalam berbagai varian, terutama konten besar yang melingkupi kehidupan manusia, seperti pilpres di setiap negara yang menguras energi dan emosi rakyatnya.

Penelitian tentang metafora telah dilakukan oleh beberapa peneliti, di antaranya Surip, dkk. (2021) meneliti metafora baru di media massa dengan menggunakan pendekatan semantik wacana tulis. Menganalisis metafora baru teks wacana politik di media massa nasional berdasarkan tiga pendekatan klasik, kognitivisme, dan dekonstruksionisme, serta melihat keajegan realitas sosial. Beyribey (2020) meneliti penggunaan metafora bagi dokter dan politisi dalam wacana terorisme pada media massa di Turki. Heyvaert dkk. (2020) meneliti penggunaan metafora yang disengaja oleh anggota parlemen Belgia yang berbahasa Prancis. Objek penelitiannya tentang penggunaan metafora politisi berdasarkan jenis kelamin, senioritas, dan afiliasi politik. Malah dan Taiwo (2020) meneliti metafora konseptual dalam retorika politik Presiden Muhammadu Buhari. Stojan dan Mijic (2019) meneliti perbedaan dalam penggunaan domain sumber dalam metafora konseptual di antara politisi Kroasia, Amerika, dan Italia pada surat kabar. Gondolfo (2019) meneliti penggunaan metafora konseptual dalam teks Cina klasik serta membedakan teks Cina kuno dan modern yang berbentuk metafora.

Kinanti dan Rachman (2019) meneliti penggunaan tumbuh-tumbuhan dalam metafora konseptual. Surip dan Mulyadi (2019) meneliti penggunaan metafora dalam proses komunikasi antarmanusia. Haula dan Nur (2019) meneliti jenis metafora konseptual dalam penulisan opini di *Kompas*. Ardiansyah dan Saifullah (2018) meneliti ungkapan metafora dinilai mengandung ujaran kebencian dan menyudutkan empat partai politik, yaitu Gerindra, Demokrat, PKS, dan PAN. Saad, dkk. (2018) meneliti manifestasi linguistik metafora konseptual diterjemahkan dari bahasa Melayu kepada bahasa Prancis. Nirmala (2017) meneliti bagaimana terjadinya proses kognitif pada penggunaan ungkapan-ungkapan metaforis yang terdapat dalam surat pembaca pada surat kabar harian *Suara Rakyat* dan Budiman (2017) meneliti penggunaan metafora dalam teks berita

pada media massa. Beberapa penelitian di atas, tidak ditemukan penelitian yang menganalisis konten metafora politik pilpres 2019 di media massa nasional dengan menggunakan analisis *conceptual metaphor theory* (CMT).

Ada dua hal perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan di atas, yaitu 1) objek penelitian ini difokuskan pada teks wacana politik pilpres tahun 2019 dalam bentuk ujaran metaforis pada enam media massa nasional, yakni *kompas.com*, *republika.go.id*, *waspada.co.id*, *detik.com*, *antaranews.com*, dan *hariansib.com*, terbitan 1 Januari-17 April 2019 atau saat masa kampanye, 2) objek analisis metafora difokuskan pada teori metafora konseptual (CMT) yang dipopulerkan oleh Lakoff dan Johnson, serta Kövecses dengan sebutan CMT. Analisis yang dilakukan diarahkan pada pemetaan jenis metafora, konseptualisasi makna metafora, metafora baru, dan pemakaian penggunaan metafora dalam wacana politik.

Analisis penelitian ini menggunakan teori metafora konseptual yang familiar di kenal dengan CMT. Dalam CMT, metafora bukan hanya sebatas ungkapan ujaran bahasa, melainkan juga konsep yang digunakan manusia dalam kognisinya. CMT ini merupakan konsep dengan cara mentransfer suatu konsep bahasa ke dalam konsep lain atau konsep yang sudah dikenal/familiar kepada konsep yang masih asing/belum dikenal. Sebagaimana pada pendapat Lakoff dan Johnson (1980), "*the essence of metaphor is understanding and experiencing one kind of thing in terms of another*" (1980: 5). Dalam CMT, menganalisis ujaran metafora melalui konsep ranah konseptual, yaitu ranah sumber dan ranah target. Berupaya memahami makna ujaran metafora melalui ranah sumber digunakan untuk memahami konsep abstrak dalam ranah target. Ranah sumber biasanya berupa hal yang biasa ditemukan dalam kehidupan sehari-hari.

Pentingnya momentum pilpres karena menjadi salah satu tonggak demokrasi besar di Indonesia dalam upaya memilih pemimpin negara, yaitu presiden dan wakil presiden pilihan rakyat untuk pemimpin negara Indonesia masa kepemimpinan lima tahun ke depan periode 2024-2027 mendatang. Pilpres sesuai rilis KPU pusat digelar pada

14 Februari 2024, bersamaan dengan pemilihan anggota legislatif, DPR, DPD, dan DPRD. Masa kampanye calon presiden dan wakil presiden dimulai pada 28 November 2023 sampai 10 Februari 2024. Selama masa kampanye, isi teks berita terkait pilpres di media massa sarat perang urat saraf dengan menggunakan berbagai pola bahasa untuk berhasil memengaruhi masyarakat dalam memilih. Setiap hari berita tentang kegiatan dan strategi kampanye calon, menghiasi media massa, baik media cetak dan elektronik lokal dan nasional. Proses pilpres 2024 ini memiliki persaingan yang sangat ketat karena hanya ada dua pasangan yang bersaing. Masing-masing calon didukung oleh berbagai kalangan masyarakat yang mempertaruhkan berbagai kepentingan ideologi, budaya, agama, dan lainnya. Berbagai hal yang melingkupi suasana pemilu yang ketat ini dibahasakan dalam teks wacana politik dalam bentuk metafora agar lebih menarik.

Pemakaian metafora dalam berita menurut Laksana (1994) dikatakan lebih produktif dibandingkan dengan pemakaian bahasa harfiah. Ada tiga alasan mengapa pemakaian metafora lebih banyak digunakan oleh para jurnalis dalam mengonstruksi berita, yaitu 1) metafora lebih disukai oleh wartawan dan editor karena berbeda dari kelaziman biasanya, (2) metafora potensial untuk memenuhi kebutuhan wartawan dan editor karena dapat menggunakan kata yang baru, dan (3) metafora lebih menarik dalam berita dari pada realitas bahasa lainnya (1994: 128). Selain tiga hal tersebut, penggunaan metafora didukung pula oleh pentingnya pembaca mengetahui berita yang ditulis dalam sudut pandang jurnalis dan makna konseptual dalam ranah lainnya. Begitu juga yang terjadi dalam fenomena wacana politik pilpres yang berlangsung saat masa kampanye. Teks wacana politik dalam media massa tidak lepas dari unsur metafora pada setiap wacana politik yang disajikan. Kecenderungan penggunaan metafora politik bagi jurnalis, dapat digunakan sebagai upaya pengungkapan yang lebih spesifik sebagai ciri khas pembeda dengan jurnalis lain.

Efek keindahan yang ditimbulkan melalui penggunaan metafora, bukan hanya bagi para jurnalis, melainkan juga bagi pembaca karena

akan banyak menggunakan kosa kata baru dengan kombinasi yang baru. Oleh karena itu, penggunaan metafora dalam wacana politik bertujuan untuk memberikan perspektif yang berbeda terhadap suatu topik berita kepada para pembaca dengan cara pengungkapan yang lebih menarik.

Metafora digunakan untuk mengungkapkan suatu pemikiran atau konsep tertentu yang sering bersifat abstrak tentang suatu gejala atau peristiwa yang menjadi pusat perhatian melalui pemetaan lintas ranah dalam sistem konseptual (Siregar, 2004:140). Penggunaan metafora dalam wacana dapat ditelusuri melalui ungkapan atau ekspresi metafora yang digunakan. Ekspresi metafora merupakan ekspresi bahasa, bisa berupa kata, frasa, atau kalimat yang merupakan wujud lintas ranah sistem konseptual. Merujuk pada Siregar (2004:143), hasil liputan pers dalam media massa, baik dalam bentuk berita, tajuk rencana, opini, ataupun surat pembaca, merupakan sumber data yang sangat tepat untuk melihat penggunaan metafora.

Metafora menjadi gejala umum dalam aktivitas berbahasa di berbagai bidang kehidupan manusia, mulai dari wacana keagamaan, ilmu pengetahuan, politik, kesusastraan, hingga bahasa sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa metafora bukanlah semata-mata gejala estetis dan retorik, melainkan juga fenomena bahasa sehari-hari yang berakar dalam sistem kognitif/konseptual manusia. Dari segi kajian bahasa, metafora bukanlah kreativitas individu yang unik, melainkan sekaligus mempunyai landasan sistemik dalam sistem bahasa, sehingga layak dijadikan objek kajian kebahasaan.

Kegiatan jurnalistik di era ini masih aktif memakai metafora sebagai bagian dari inovasi dalam mengonstruksi berita. Pemakaian metafora dalam teks wacana politik tidak hanya ditemui pada teks berita, tetapi dalam judul berita di berbagai surat kabar atau berita *online* juga banyak. Hal ini menjelaskan bahwa metafora telah dipahami dan digunakan masyarakat secara umum karena menjadi pilihan bagi jurnalis dan media massa dalam menyampaikan berita. Contoh pemakaian ujaran metafora dalam teks wacana politik pilpres 2024, yaitu (a) "saya siap *bertarung untuk rakyat* dan tak akan mundur

(*Tempo*, 2 Oktober 2023)", (b) "jangan sampai proses *pertarungan politik* itu memecah belah kita (*Kompas*, 3 November 2023)", (c) "praktis, pertemuan AMIN, PG, dan Gofud menjadi *jurus pamungkas* dalam menghadapi sejumlah indikasi *menghangatnya suhu politik* dan menurunnya sejumlah indikator ekonomi makro (*Kompas*, 12 November 2023)", dan (d) "walhasil, ini kesekian kalinya kubu AMIN dan Gofud *terpelanting dalam persaingan* melawan kubu PG (*Kompas*, 13 November 2023)".

Pada wacana teks berita, Parera (2004) mengatakan salah satu unsur metafora adalah kemiripan dan kesamaan tanggapan pancaindra (2004:119). Struktur metafora utama adalah a) topik yang dibicarakan, b) citra atau topik kedua, dan c) titik kemiripan atau kesamaan. Hubungan antara topik atau citra dapat bersifat objektif dan emotif. Berdasarkan pilihan citra yang dipakai oleh pemakai bahasa dan para penulis di berbagai bahasa, pilihan citra oleh Perera (2004) dibedakan dalam empat kelompok, yaitu a) metafora bercitra antropomorfik, b) metafora bercitra hewan, c) metafora bercitra abstrak ke konkret, dan d) metafora bercitra sinestesia atau pertukaran tanggapan/persepsi indra.

Media massa merupakan salah satu alat atau media dalam menyebarkan informasi kepada khalayak luas yang heterogen. Media massa menjadi saluran bagi jurnalis dalam memuat hasil liputan yang dituangkan dalam bentuk berita untuk disampaikan kepada publik. Laporan berita tersebut terbit secara periodik, bersifat umum dan aktual agar dapat diketahui pembaca. Media massa nasional atau sering disebut pers nasional lebih banyak berkedudukan di ibu kota negara. Wilayah penyebaran dan pembacanya meliputi sebagian besar provinsi yang berada dalam jangkauan sebaran nasional melalui transportasi udara, darat, sungai, dan laut bagi media cetak, sedangkan media *online* dilihat dari keberadaan kantor beritanya dan pembaca yang sudah meluas. Kebijakan redaksional pers nasional lebih banyak menekankan pada masalah, isu, aspirasi, tuntutan, dan kepentingan nasional secara keseluruhan tanpa memandang sekat-sekat geografis atau ikatan primordial, seperti agama, budaya, dan suku bangsa.

Hal di atas sesuai dengan pendapat Sumadiria (2006) yang mengungkapkan bahwa media massa nasional atau pers nasional merupakan media yang wilayah penyebaran dan pembacanya meliputi sebagian provinsi atau setidaknya beberapa provinsi yang berada dalam jangkauan sirkulasi melalui transportasi umum bagi media cetak dan pembacanya sudah meluas dan tepercaya. Kebijakan materi beritanya lebih menekankan pada masalah, isu, aspirasi, tuntutan, dan kepentingan nasional, tanpa memandang sekat-sekat geografis, agama, budaya, dan suku bangsa (2006:44).

Berdasarkan cakupan beritanya, media massa nasional dapat dilihat dari jangkauan dan keterpercayaan pembacanya. Media massa nasional merupakan media yang distribusi penerbitan dan pembacanya berskala nasional. Media massa lokal adalah media massa yang cakupan distribusi dan pembacanya berskala lebih sempit dan beragam, bisa mencapai satu provinsi, satu wilayah kota atau kabupaten, maupun skala yang lebih sempit lagi. Hikmat dan Purnama (2005) juga mengatakan bahwa media massa nasional setidaknya memiliki oplah cetak sebanyak 40.000 eksemplar per hari bagi media cetak, sedangkan media *online* memiliki pembaca dan wilayah publikasi di beberapa daerah. (2005:41).

Metafora terpadu ke dalam bahasa dan pikiran sebagai suatu cara untuk menyelami dunia. Metafora digunakan untuk mengungkapkan suatu pemikiran atau konsep tertentu yang sering bersifat abstrak tentang suatu gejala atau peristiwa yang menjadi pusat perhatian melalui pemetaan lintas ranah dalam sistem konseptual (Siregar, 2004:142). Lakoff dan Johnson (2003:4) juga menyatakan bahwa metafora dapat menembus dalam kehidupan sehari-hari tidak hanya lewat bahasa, tetapi juga dalam pikiran dan tindakan.

Pentingnya penelitian ini dilakukan adalah karena pilpres tahun 2024 merupakan pesta demokrasi politik nasional yang ketat dan tinggi persaingan. Pilpres tahun 2024 merupakan pesta demokrasi terbesar dalam sejarah karena proses pemilunya dilakukan secara terbuka dan bersamaan dengan pemilihan anggota legislatif DPR, DPD, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten/kota. Persaingan yang

ketat dan tinggi ini menuntut perang urat saraf antarpolitisi dan tim yang berkepentingan serta jurnalis dalam mengonstruksi berita. Temuan hal baru dalam analisis buku ini diarahkan pada metafora baru dalam wacana politik pilpres 2024. Kajian metafora baru dalam wacana politik belum ditemukan, padahal metafora baru akan muncul dalam realitas berbahasa antarsesama karena pesan yang disampaikan dalam bahasa akan terkonstruksi dengan realitas sosial atau hal-hal baru yang tengah hangat diperbincangkan oleh masyarakat. Sebagai makhluk sosial yang terus aktif berbahasa, tentu akan aktif melahirkan metafora baru dalam bersosial antarsesama.

Berdasarkan pendapat tersebut, fenomena politik sebagai bagian dari aktivitas masyarakat yang tecermin dalam penggunaan metafora pada teks wacana politik di media massa nasional menjadi daya tarik tersendiri untuk diteliti. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Analisis Metafora: Komunikasi dan Politik". Penelitian ini berusaha mengungkapkan makna ujaran atau teks politik dalam konteks pilpres yang digunakan secara metaforis oleh jurnalis di media massa nasional. Orientasi kajiannya diupayakan untuk menemukan jenis metafora, konseptualisasi makna metafora konseptual, metafora baru, dan pemakaian metafora yang diamati melalui penggunaan metafora dalam wacana politik pilpres pada media massa nasional, kompas.com, republika.go.id, waspada.co.id, detik.com, antaranews.com, dan hariansib.com.



“Penggunaan metafora di media massa juga memberikan efek puitis yang dapat menjadi daya tarik bagi pembaca untuk membaca pesan-pesan yang ada di media massa”.

BAB 3

METAFORA DAN WACANA POLITIK

A. Metafora Politik

Memahami metafora politik harus didasari pengetahuan tentang konsep metafora. Secara etimologis, metafora dibentuk melalui kata *meta* atau di atas, dan *pherein* atau mengalihkan/memindahkan. Makna kata *metafora* dalam bahasa Yunani, yaitu "transfer" atau "transpor". Classe (2000) mengatakan bahwa metafora merupakan pengalihan citra, makna, atau kualitas sebuah ungkapan kepada suatu ungkapan lain (2000: 941). Pengalihan tersebut dilakukan dengan cara merujuk suatu konsep lain untuk mengisyaratkan kesamaan atau hubungan antara keduanya. Menurut Knowless dan Moon (2006), metafora secara terminologi terdiri atas prefiks *meta-* dan *pherein*, *meta* bermakna menyampaikan suatu ide akan perubahan, sedangkan *pherein* bermakna membawa. Secara harfiah, metafora memiliki makna memindahkan makna ke dalam makna lain yang memiliki hubungan. Saragih (2019: 249) juga mengatakan bahwa metafora merupakan pemaknaan arti dari dua sisi atau memaknai konsep dari dua sisi, yaitu ungkapan yang lazim (harfiah) kepada tidak lazim.

Kajian metafora tidak terlepas dari semantik dan gaya bahasa. Secara umum, semantik dipandang sebagai kajian tentang makna (Lyons, 1989:1). Ada beberapa disiplin ilmu yang menjadikan metafora sebagai kajian utama, yaitu linguistik, teori kesusastraan, filsafat, dan psikologi. Di antara tokoh yang telah mengembangkan kajian metafora adalah Aristoteles. Menurutnya, fungsi utama metafora sebagai stilistika atau ornamen retorik, seperti majas dan bahasa figuratif. Majas tersebut digunakan untuk memperindah ungkapan-ungkapan dalam puisi. Aristoteles lebih mementingkan metafora sebagai ekspresi linguistik, bukan sebagai konsep berpikir (Danesi, 2004:118). Kajian metafora merupakan ungkapan figuratif yang didasarkan pada perbandingan (Larson, 1998:271). Metafora yang dikembangkan oleh Aristoteles berada pada teori perbandingan (*comparison theory*), karena melalui perbandingan terjadi pemindahan makna dari konsep yang sudah dipahami kepada konsep yang abstrak.

Bandingkan dengan pendapat Richards (1936), metafora sebagai proses berpikir untuk memahami suatu gagasan yang asing melalui interaksi gagasan tersebut dengan gagasan lain yang maknanya secara harfiah sudah dikenal, bukan melalui pemindahan makna (1936:96). Gagasan Richards tersebut didukung oleh Black. Bagi Black, metafora pada hakikatnya merupakan instrumen kognitif yang tidak dapat berlangsung tanpa adanya interaksi antarelemen pembentuknya yang terdiri atas aspek konteks, situasi, pembicara/pendengar, penulis/pembaca, dan tema penuturannya (Black via Stockwell, 2002:106).

Metafora yang dikembangkan oleh Richards dan Black merupakan teori interaksi yang menekankan bahwa proses metafora bukan pemindahan makna, melainkan proses interaksi dalam memahami suatu gagasan yang ada. Sementara itu, Davidson berpendapat bahwa metafora mengungkapkan makna kata-kata sesuai dengan makna harfiahnya, tidak lebih dari itu. Metafora tidak membentuk makna-makna yang berbeda karena metafora tidak berkreasi. Metafora merupakan kata-kata yang makna harfiahnya digunakan untuk membentuk pemahaman Davidson (1978:32).

Metafora tidak memiliki makna khusus, penggunaan ungkapan metafora bertujuan untuk menyarankan, mengakrabkan, atau mengarahkan penutur kepada makna yang mungkin diabaikannya. Sejalan dengan pendapat Davidson, Searle juga menolak konsep perubahan makna pada metafora. Makna ungkapan metafora berbeda dengan makna harfiah kata-kata atau kalimat penyusunnya. Namun, hal itu tidak disebabkan oleh perubahan makna elemen-elemen leksikal, tetapi karena penutur bermaksud mengungkapkan makna yang lain melalui kata-kata atau kalimat (981:103). Searle menjelaskan bahwa metafora perlu dibedakan antara makna harfiah kata-kata atau kalimat dan makna yang disampaikan penutur. Metafora menurut Davidson dan Searle ini berada pada ranah teori pragmatik karena proses pembentukan makna metafora tidak hanya ditentukan oleh pemindahan makna atau oleh interaksi antara kedua ranah. Makna metafora tersebut juga dibentuk oleh hubungan internal elemen-elemen kontekstual tuturan tersebut, termasuk makna yang disampaikan penutur.

Secara berbeda, Lakoff dan Johnson menguraikan bahwa metafora tidak hanya digunakan dalam karya sastra, tetapi metafora meresap dalam cara berpikir, berbicara dan bertindak sehari-hari setiap manusia. (Lakoff dan Johnson, 2003:63). Prinsip utama metafora yang dikembangkan oleh Lakoff dan Johnson adalah metafora berlangsung dalam tataran proses berpikir. Metafora menghubungkan dua ranah konseptual, yakni ranah sumber dan ranah target/sasaran (Ortony, 1993:209). Ranah sumber terdiri atas sekumpulan entitas, atribut atau proses yang terhubung secara harfiah, dan tidak secara semantis terhubung dan tersimpan dalam pikiran. Mendukung pendapat Lakoff dan Johnson, Kövecses (2010) juga menyatakan bahwa metafora konseptual berada pada tataran proses berpikir yang digunakan untuk memahami suatu ranah konseptual dengan cara mengaitkan dengan suatu ranah konseptual lain (2010:4). Pernyataan Lakoff dan Johnson memberikan implikasi bahwa metafora berada pada ranah kognitif manusia.

Berkorelasi dengan pendapat Lakoff dan Johnson, seorang ahli bernama Kövecses (2010) memetakan metafora berada dalam ranah

teori kognitif. Basis teori ini menganggap pikiran itu lebih penting dari bahasa. Teori kognitif tidak dimaksudkan untuk menjelaskan ungkapan-ungkapan bahasa berbentuk metafora yang digunakan, tetapi hanya sebagai manifestasi permukaan dari fenomena bahasa yang lebih penting. Penggunaan metafora diarahkan untuk memahami konsep abstrak yang dikaitkan dengan konsep lain yang nyata. Metafora konseptual Kövecses mengisyaratkan adanya ranah sumber dan ranah target/sasaran, serta kesamaan antarsumber dan target dapat menunjukkan hubungan antara keduanya. Metafora memiliki tiga elemen penyusun, yaitu *tenor*, *vehicle*, dan *ground*. *Tenor* merupakan konsep atau objek yang dideskripsikan, dibicarakan, dan dilambangkan. *Vehicle* merupakan kata pengiasan dan *ground* merupakan relasi persamaan antara tenor dan *vehicle*. Ketiga elemen ini mengatur hubungan antarobjek metafora yang menciptakan pengertian melalui pemahaman mengenai objek lain.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli tentang konsep metafora tersebut, dapat dipahami bahwa metafora didasari pada daya kognitif manusia dalam berbahasa. Metafora menghubungkan dua ranah konseptual yang berbeda, yaitu ranah sumber dan target. Pada buku ini, penulis memilih dan memfokuskan pada konsep metafora menurut Lakoff dan Johnson, serta Kövecses dalam ranah kajian semantik kognitif. Dasar pemilihan ini karena metafora telah masuk ke dalam berbagai ranah kehidupan manusia, seperti sosial, politik, pendidikan, agama, kedokteran, dan sebagainya. Menurut Leech (2003) kajian semantik terdapat tujuh tipe makna, yaitu makna konseptual, konotatif, stilistik, afektif, refleksi, kolokatif, dan tematik (2003:19).

Metafora dalam linguistik menurut Lakoff dan Johnson, serta Kövecses, berada pada kajian semantik kognitif, karena ketiga ahli bahasa tersebut merupakan tokoh yang mengembangkan metafora dalam ranah semantik kognitif. Semantik kognitif merupakan bagian dari cabang linguistik kognitif yang memandang bahwa setiap fenomena bahasa pasti ada yang melatarbelakangi dan memotivasinya. Menurut Gustianingsih (2006), fenomena bahasa didasarkan pada realisasi pengalaman nyata ke dalam pengalaman linguistik yang kemudian

menjadi kebiasaan (2006:104). Kajian ini menjadikan penampilan berbahasa sebagai objek kajiannya, yakni pemakaian bahasa secara konkret dalam situasi yang sebenarnya (Prayuda, 2015:28). Tolok ukur dalam semantik kognitif terkait benar tidaknya suatu kalimat atau berterima tidaknya berdasarkan pada penutur pengguna bahasa.

Menurut Prayuda, prinsip utama semantik kognitif, yaitu a) tata bahasa itu memanifestasikan konsep dunia yang dipegang dalam suatu budaya, b) pengetahuan bahasa diperoleh dan kontekstual, serta c) kemampuan untuk menggunakan bahasa mengacu pada sumber daya kognitif umum dan bukan modul bahasa khusus (2015: 171). Pada semantik kognitif, bahasa merupakan bagian kemampuan dari kognitif yang bersifat umum karena hanya bisa menggambarkan dunia sebagaimana orang menggambarkannya.

Menurut Saeed (1997), salah satu penganut paham semantik kognitif, manusia tidak memiliki akses langsung terhadap realitas yang tecermin dalam bahasa karena hal tersebut merupakan produk pikiran manusia berdasarkan pengalaman dan tingkah laku (1997:300). Makna merupakan struktur konseptual yang dikonvensionalisasi, sedangkan bahasa merupakan cara eksternalisasi diri seluruh mekanisme yang terdapat dalam otak (Jaszczolt: 2002:345). Proses konseptualisasi metafora sangat dipengaruhi oleh cara manusia memahami dan membicarakan dunia. Selain itu, dalam semantik kognitif juga ditelaah proses konseptual pembicara yang terdiri atas *viewpoint shifting* (sudut pandang), *figure-ground shifting* (makna yang tersembunyi/ bergeser), dan *profiling* (isi pesan) (Saeed, 1997:302).

Metafora merupakan bagian kecil dari kajian semantik, lebih spesifik dalam semantik kognitif yang menyelidiki hubungan antara pengalaman, sistem konseptual, dan struktur semantik yang diwujudkan dalam bahasa. Secara khusus, penganut semantik kognitif menyelidiki struktur konseptual (representasi pengetahuan) dan konseptualisasi (makna konstruksi). Metafora dalam semantik kognitif merupakan proses kognitif dari konseptualisasi yang bergantung pada pemetaan antara dua ranah, yaitu ranah sasaran dan target. Siregar (2011) berpandangan bahwa metafora merupakan mekanisme kognitif di mana satu ranah pengalaman (sumber) sebagian dipetakan, yaitu

ditayangkan kepada ranah pengalaman yang lain (target) sehingga ranah yang kedua sebagian dipahami dari segi ranah pertama (2011: 222).

Richards mendefinisikan metafora sebagai proses berpikir untuk memahami suatu gagasan yang asing melalui interaksi gagasan dengan gagasan lain yang maknanya secara harfiah sudah dikenal, bukan melalui pemindahan makna (1936:96). Gagasan Richards tersebut didukung oleh Black (2002), menurutnya metafora merupakan instrumen kognitif yang tidak dapat berlangsung tanpa adanya interaksi antarelemen pembentuknya yang terdiri atas aspek konteks, situasi, pembicara/pendengar, penulis/pembaca, dan tema pertuturannya (Black via Stockwell, 2002:106).

Metafora yang dikembangkan oleh Richards dan Black merupakan teori interaksi yang menekankan bahwa proses metafora bukan pemindahan makna, melainkan proses interaksi dalam memahami suatu gagasan yang ada. Sementara itu, Davidson (1978) berpendapat bahwa metafora mengungkapkan makna dari kata-kata yang sesuai dengan makna harfiahnya, tidak lebih dari itu. Metafora tidak membentuk makna-makna yang berbeda karena metafora tidak berkreasi. Metafora merupakan kata-kata yang makna harfiahnya digunakan untuk membentuk pemahaman (1978:32).

Metafora tidak memiliki makna khusus, penggunaan ungkapan metafora bertujuan untuk menyarankan, mengakrabkan, atau mengarahkan penutur kepada makna yang mungkin diabaikannya. Sejalan dengan pendapat Davidson, Searle juga menolak konsep perubahan makna pada metafora. Makna ungkapan metafora berbeda dengan makna harfiah kata-kata atau kalimat penyusunnya. Namun, hal itu tidak disebabkan oleh perubahan makna elemen-elemen leksikal, tetapi karena penutur bermaksud mengungkapkan makna yang lain melalui kata-kata atau kalimat (Searle, 1981:103). Serle menjelaskan bahwa metafora perlu dibedakan antara makna harfiah kata-kata atau kalimat dengan makna yang disampaikan penutur. Menurut Davidson dan Searle, metafora berada pada ranah teori pragmatik karena proses pembentukan makna. Metafora tidak hanya ditentukan oleh pemindahan makna atau oleh interaksi antara kedua

ranah. Makna metafora tersebut juga dibentuk oleh hubungan internal elemen-elemen kontekstual tuturan tersebut, termasuk makna yang disampaikan oleh penutur.

Berbeda pendapat dengan beberapa ahli di atas, Lakoff dan Johnson menguraikan bahwa metafora tidak hanya digunakan dalam karya sastra, tetapi metafora meresap dalam cara berpikir, berbicara, dan bertindak sehari-hari pada setiap manusia (Lakoff dan Johnson, 2003:63). Prinsip utama metafora yang dikembangkan oleh Lakoff dan Johnson adalah metafora berlangsung dalam tataran proses berpikir. Metafora menghubungkan dua ranah konseptual, yakni ranah sumber dan ranah target/sasaran (Ortony, 1993:209). Ranah sumber terdiri atas sekumpulan entitas, atribut, atau proses yang terhubung secara harfiah serta tidak secara semantis terhubung dan tersimpan dalam pikiran. Mendukung pendapat Lakoff dan Johnson, Kövecses (2010) juga menyatakan bahwa metafora konseptual berada pada tataran proses berpikir yang digunakan untuk memahami suatu ranah konseptual dengan cara mengaitkan melalui suatu ranah konseptual lain (2010:4). Pernyataan Lakoff dan Johnson memberikan implikasi bahwa metafora berada pada ranah kognitif manusia.

Berkorelasi dengan pendapat Lakoff dan Johnson, Kövecses (2010) memetakan metafora berada dalam ranah teori kognitif. Basis teori ini menganggap pikiran itu lebih penting dari bahasa. Teori kognitif tidak dimaksudkan untuk menjelaskan ungkapan-ungkapan bahasa berbentuk metafora yang digunakan, tetapi hanya sebagai manifestasi permukaan dari fenomena bahasa yang lebih penting. Penggunaan metafora diarahkan untuk memahami konsep abstrak yang dikaitkan dengan konsep lain yang nyata. Metafora konseptual menurut Kövecses mengisyaratkan adanya ranah sumber dan ranah target/sasaran. Selain itu, kesamaan antarsumber dan target dapat menunjukkan hubungan antara keduanya. Metafora memiliki tiga elemen penyusun, yaitu *tenor*, *vehicle*, dan *ground*. *Tenor* merupakan konsep atau obyek yang dideskripsikan, dibicarakan, dan dilambangkan. *Vehicle*, yakni kata pengiasan, sedangkan *ground* adalah relasi persamaan antara *tenor* dan *vehicle*. Ketiga elemen

ini mengatur hubungan antarobjek metafora yang menciptakan pengertian melalui pemahaman mengenai objek lain.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli tentang konsep metafora tersebut, dapat dipahami bahwa metafora didasari pada daya kognitif manusia dalam berbahasa. Metafora menghubungkan dua ranah konseptual yang berbeda, yaitu ranah sumber dan target. Pada buku ini, penulis memilih dan memfokuskan pada konsep metafora menurut Lakoff dan Johnson, serta Kövecses, dalam ranah kajian semantik kognitif. Dasar pemilihan ini karena metafora telah masuk ke dalam berbagai ranah kehidupan manusia, seperti sosial, politik, pendidikan, agama, dan kedokteran. Menurut Leech (2003), kajian semantik memiliki tujuh tipe makna, yaitu makna konseptual, konotatif, stilistik, afektif, refleksi, kolokatif, dan tematik (2003: 19).

Metafora aktif dipakai oleh para jurnalis dalam wacana teks berita media massa. Hingga saat ini, para jurnalis memiliki kecenderungan yang cukup produktif menggunakan metafora dalam menulis wacana politik. Metafora, bagi jurnalis, dapat digunakan sebagai cara pengungkapan yang lebih spesifik, dapat dijadikan ciri khas, dan dapat membedakan mereka dengan jurnalis lain. Metafora juga dapat menimbulkan efek keindahan agar lebih menarik, tidak hanya bagi para jurnalis, tetapi juga bagi khalayak pembaca. Pemakaian metafora dalam wacana politik bertujuan untuk memberikan perspektif yang berbeda terhadap suatu konten pada media massa kepada para pembaca, tentu saja dengan cara pengungkapan yang lebih menarik.

Penggunaan metafora pada wacana politik bukan berarti tidak menimbulkan efek negatif, terutama jika merujuk pada bahasa surat kabar yang lebih spesifik dan apabila penggunaannya secara berlebihan serta tidak proporsional. Bahasa yang digunakan dalam wacana politik seharusnya mengikuti kaidah-kaidah bahasa jurnalistik yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami karena surat kabar akan dibaca oleh berbagai kalangan masyarakat yang tentu saja memiliki latar belakang variasi kemampuan berbeda-beda. Suatu wacana politik juga seharusnya menggunakan kalimat-kalimat singkat dan hemat kata-kata karena berkaitan dengan ruang penyajian (*lay out*) surat kabar yang memang terbatas. Penggunaan metafora secara tidak proporsional

berpotensi menimbulkan ambiguitas penafsiran terutama bagi khalayak pembaca dengan latar belakang pendidikan yang tidak memadai karena menggunakan pilihan kata dengan kombinasi baru dan secara semantik merujuk pada hal lain di luar makna leksikalnya.

Begitu juga dalam memahami metafora politik, harus diketahui apa itu metafora dan apa itu politik. Secara mudah, metafora adalah bentuk bahasa yang digunakan dalam menyampaikan maksud kepada orang lain dengan mengasosiasi atau menggambarkan bentuk lain yang memiliki kesamaan. Ungkapan dengan menghadirkan perbandingan antara dua hal yang sebenarnya tidak memiliki kesamaan, namun yang dibandingkan tersebut memiliki ciri tertentu yang menggambarkan persamaan karakteristik. Politik sesuai yang telah dipaparkan di atas, yaitu suatu topik yang berkaitan dengan kekuasaan, pengaruh, dan otoritas dalam pemerintahan. Politik juga berkaitan dengan berbagai aktivitas yang dilakukan untuk mempertahankan dan mengupayakan merebut kekuasaan dalam pemerintahan.

Metafora politik jika dilihat dari penjelasan di atas merupakan penggunaan suatu bentuk bahasa dengan mengasosiasi bentuk lain yang memiliki kesamaan karakteristik dengan tema politik yang berhubungan kekuasaan, pengaruh, dan otoritas dalam pemerintahan. Fokus metafora politik ada pada pesan yang dikemas dalam bentuk metafora. Pesan yang diungkapkan berkaitan dengan kegiatan dan aktivitas politik dengan mengasosiasi konsep lain yang memiliki karakteristik sama.

Metafora politik menurut Carver dan Pikalo (2008), yaitu *"metaphor in the text of political discourse that describe social and political problems, discuss political issues and certain social capital"*. Metafora dalam teks wacana politik yang membicarakan masalah sosial politik, membahas isu-isu politik dan kepentingan sosial tertentu (2008: 46). Metafora yang temanya berkaitan dengan ungkapan permasalahan sosial politik, baik kekuasaan, kewenangan, otoritas dan kekuatan pengaruh, dinamakan sebagai metafora politik.

Metafora politik merupakan penggunaan ungkapan dengan mengambil konsep lain atau mengasosiasikan bentuk lain yang

memiliki kesamaan karakteristik tentang tema-tema sosial politik, isu-isu politik, dan kepentingan sosial tertentu guna memperebutkan kekuasaan. Penggunaan variasi bahasa dengan menggabungkan bentuk bahasa harfiah dan tidak harfiah yang disebut di atas sebagai konsep yang mengasosiasi bentuk lain dalam suatu ungkapan. Sebagai contoh, "Prabowo *lompat pagar* masuk *gerbong pemerintahan*". Ungkapan ini jika kita ubah dengan menggunakan bahasa harfiah dan tidak menjadi metafora, yaitu Prabowo berubah komitmen dengan masuk ke dalam kubu pemerintahan. Kata *lompat pagar* dan *gerbong pemerintahan* merupakan bahasa yang tidak harfiah dalam kalimat di atas karena menggunakan diksi *lompat pagar* dan *gerbong pemerintahan* dalam ungkapan Prabowo yang mengubah komitmen dengan masuk ke dalam pemerintahan.

Menjadi penting mengetahui bagaimana cara mengidentifikasi data metafora politik dalam wacana media massa nasional. Penulis mengutip pendapat Steen, dkk. (2010:45-50) yang memaparkan bagaimana cara mengidentifikasi data metafora dalam teks berita, beberapa upaya yang dapat dilakukan, antara lain a) adanya perbedaan yang nyata antara makna kontekstual dan makna dasar, b) menggunakan istilah-istilah khusus untuk menentukan makna kontekstual secara tepat, c) adanya ambiguitas kontekstual sehingga informasinya kurang cukup, d) makna metafora bergantung pada perbedaan yang nyata antara makna dasar dan makna kontekstual, serta e) adanya perbedaan dan membandingkan makna konkret dan abstrak.

Berdasarkan pendapat Steen, dkk. tersebut, penulis menentukan bagaimana cara mengidentifikasi data metafora dalam teks berita, yaitu a) dalam teks berita tersebut ada perbedaan yang nyata antara makna kontekstual dan makna dasar, b) adanya penggunaan istilah-istilah khusus dalam teks berita, c) terdapat ambiguitas kontekstual dalam teks berita, d) penggunaan konsep abstrak daripada konsep konkret dalam teks berita, serta e) adanya penggunaan ungkapan yang menggabungkan makna konkret dan abstrak dalam teks berita.

B. Wacana Politik

Secara etimologis, kata *wacana* berasal dari bahasa Sanskerta *wac/wak/vak*, yang memiliki arti berkata atau berucap (Douglas dalam Mulyana, 2005: 3). Kata ini mengalami perubahan menjadi *wacana* yang bermakna perkataan atau tuturan. Dalam bahasa Inggris, *wacana* dipadankan dengan *discourse*, bahasa Prancis *le discours*, dan bahasa Yunani *discursus* yang memiliki arti berlari ke sana kemari (Sudaryato, 2009: 110).

Wacana merupakan wujud penggunaan bahasa oleh manusia dengan cara memilih topik pembicaraan dan menyusunnya dengan pola tertentu. Bentuk pesan informasi yang disampaikan kepada orang lain dalam *wacana* harus merupakan kesatuan kalimat dan paragraf yang memiliki makna pesan yang berkesinambungan. Semua ujaran yang tatarannya lebih tinggi dari pada kalimat, berdasarkan sudut pandang aturan rangkaian-rangkaian kalimat yang saling berkaitan juga dikatakan *wacana*. *Wacana* juga disebut sebagai satuan bahasa terlengkap, bentuk karangan yang utuh, serta terdiri atas kata, kalimat, dan paragraf yang membawa amanat lengkap. Sebagai wujud tulisan yang utuh, *wacana* dilengkapi preposisi yang saling berhubungan dalam kesatuan makna untuk menghasilkan rasa kepaduan bagi pembaca dan pendengar. Sesuai dengan pendapat Sinar (2008:5), *wacana* merupakan unit bahasa yang lengkap dan tertinggi yang terdiri atas pada deretan kata atau kalimat, sama ada dalam bentuk lisan atau tulisan, yang dijadikan bahan analisis linguistik. Ada delapan unsur penting yang terdapat dalam *wacana*, yaitu satuan bahasa, terlengkap dan tertinggi, di atas kalimat/klausa, teratur/rapi/rasa koherensi, lisan dan tulis, serta ada awal dan akhir yang nyata.

Wacana merupakan pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan yang isinya merefleksikan suatu realitas. Menurut Fairclough (2010), *wacana* dipusatkan pada perhatian bahasa karena pemakaian bahasa digunakan untuk merefleksikan sesuatu. *Wacana* merupakan bentuk tindakan yang merepresentasikan realitas sehingga bahasa bukan hanya diamati secara tradisional, melainkan lebih luas dan tidak

lepas dari konteks (2010:47). Wacana tidak hanya berisi pesan yang tampak dapat dimaknai oleh pembaca dan pendengar, namun di balik teks ada realitas lain yang ingin dituju oleh penulis. Sesuai dengan pendapat Setia dan Surip (2019), realitas makna teks akan selalu berubah-ubah bergantung pada konteks pembicaraan (2019: 337). Ketika memahami makna, teks tidak dapat dipisahkan dari konteks.

Wacana yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bentuk karya tulisan lengkap para jurnalis yang ada di media massa cetak dalam bentuk berita, opini dan artikel. Tulisan lengkap tersebut merupakan rentetan kalimat yang berkaitan sehingga terbentuk makna yang serasi, menghubungkan preposisi yang satu dengan yang lainnya membentuk dalam satu kesatuan yang dapat melahirkan pernyataan. Keutuhan sebuah wacana dapat diketahui apabila antarkalimatnya mendukung topik diulas, sedangkan wacana yang padu apabila antarkalimatnya disusun secara teratur dan sistematis sehingga menunjukkan keruntutan ide yang disampaikan.

Wacana politik merupakan bagian dari klasifikasi wacana yang mengulas suatu topik atau isi ungkapan yang berkaitan dengan politik yang terkadang menyembunyikan kenyataan realitas. Isi pesan yang disampaikan berhubungan dengan aktivitas dan kegiatan politik yang menyangkut kekuasaan, pengaruh, dan otoritas dalam pemerintahan. Pesan tentang politik disampaikan oleh politisi dan media dalam bentuk ujaran tulisan dan lisan dalam rangka mencapai, mempertahankan, dan memperbesar kekuasaan.

Memaknai definisi politik yang dikemukakan oleh Davis V.J. Bel dalam Dan Nimmo (1993: 75), ada tiga jenis kepentingan dalam materi pembicaraan yang mempunyai kepentingan politik, yakni membicarakan kekuasaan, pengaruh, dan otoritas. Merujuk pada pendapat tersebut, pesan politik yang diungkapkan dalam wacana berhubungan dengan konten perebutan kekuasaan, memengaruhi orang untuk menentukan pilihan, dan perwujudan dari otoritas serta kewenangan yang berhubungan dengan pilpres. Pesan politik ini sebagai strategi yang bertujuan untuk memengaruhi publik dalam perebutan

dan mempertahankan kekuasaan. Wacana politik merupakan teks ungkapan lisan atau tulisan bermakna yang isi pesannya berkaitan dengan pesan politik, yaitu mengulas tentang kekuasaan, memengaruhi orang untuk memilih, dan otoritas kewenangan. Sementara itu, analisis wacana ditujukan pada kajian terhadap analisis isi pesan dalam bahasa yang digunakan. Sesuai dengan pendapat Fairclough (2010), analisis wacana kritis memusatkan perhatian pada pemakaian bahasa dalam teks dan melihat integrasi bahasa dengan perubahan sosial. Melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan juga menjadi inti dari analisis wacana Fairclough.

C. Pemakaian Metafora dalam Wacana Politik

Gandolfo (2019), Ardiansyah dan Saifullah (2018), dan Nirmala (2017) telah melakukan analisis pemakaian metafora dalam penelitiannya yang ditujukan mengetahui pemakaian digunakannya metafora dalam wacana. Melalui kajian yang telah dilakukan tersebut telah diungkapkan bahwa ungkapan metafora dalam data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan penggunaan metafora dalam berbagai media. Pemakaian metafora dalam data tersebut dapat diklasifikasi berdasarkan penggunaannya.

Pemakaian metafora dalam wacana dilakukan agar lebih menarik dan dapat menghidupkan bahasa guna menggugah pembaca. Selain itu, pemakaian metafora juga dapat memberikan andil pada penciptaan kata baru. Sebuah kata baru bisa sulit diterima oleh masyarakat, namun melalui pemakaian metafora akan mempermudah dalam menggambarkan realitas dan makna. Metafora memungkinkan kita untuk mengerti dan dapat menyampaikan hal-hal yang abstrak dan konsep yang sulit.

Media massa cetak dan elektronik sering memakai metafora dalam wacana politik untuk mengonkretkan konsep yang abstrak, mengaburkan maksud, dan menguatkan pesan ideologi. Pemakaian metafora dalam wacana politik merupakan bentuk jawaban dari

pertanyaan mengapa pembaca media menggunakan metafora dalam memahami wacana politik. Pada wacana politik, metafora digunakan untuk memahami suatu hal yang sulit dipahami dan digunakan untuk mengonkretkan konsep yang abstrak. Dalam penggunaannya, metafora terkandung makna konseptual (makna kognitif).

Leech (2003) menyatakan bahwa makna konseptual dianggap sebagai faktor sentral dalam komunikasi bahasa karena makna konseptual mempunyai susunan yang sangat kompleks dan rumit. Sasaran makna konseptual ini adalah untuk memberikan tafsiran kalimat, suatu konfigurasi atau simbol abstrak yang merupakan 'representasi makna', dan menunjukkan secara pasti hal yang harus diketahui untuk membedakan makna dari semua kemungkinan makna kalimat yang lain dalam suatu bahasa.

Manfaat metafora dalam konteks pemakaian bahasa menurut Leech (2003), yaitu informasi, ekspresif, direktif, dan fatik (2003:19). Manfaat sebagai informasi ialah penggunaan bahasa metafora sebagai sarana untuk menyampaikan informasi tentang pikiran dan perasaan dari penulis kepada pembaca dengan ciri mengandung ide, keyakinan, kepastian, kemarahan, kekhawatiran, kegelisahan, dan keberanian. Manfaat ekspresif ialah penggunaan bahasa yang mengandung suatu harapan dan keinginan kepada pembaca dengan ciri adanya pengarah, anjuran, atau harapan yang tersirat dalam pesan. Manfaat direktif ialah pesan metafora tersebut mengandung unsur-unsur yang dapat memengaruhi sikap dan kemandirian yang biasanya dicirikan dengan adanya perintah, instruksi, ancaman, atau pertanyaan. Manfaat fatik ialah penggunaan metafora yang dimaksudkan untuk menyampaikan pesan dengan tujuan menjaga hubungan agar tetap harmonis yang bercirikan penggunaan bahasa yang secara implisit bermakna hubungan baik dan buruk, kedekatan hubungan sosial dan keakraban, serta hubungan keakraban antarpemuter.

Sejalan dengan pendapat Leech (2003), manfaat pemakaian metafora menurut Murdika (2016) ada beberapa hal, yaitu metafora sebagai penyederhanaan, mengonkretkan konsep yang abstrak, dan mendramatisasi situasi (2016:123). Lebih lanjut penjelasan ketiganya adalah sebagai berikut.

1. Metafora sebagai Penyederhanaan

Berkaitan dengan makna konseptual yang ditemukan dalam wacana politik, manfaat metafora yang pertama digunakan untuk penyederhanaan. Penyederhanaan yang dimaksud adalah metafora digunakan untuk menyederhanakan hal yang sulit dipahami. Hal ini sesuai dengan pendapat Trckova (2011) yang menyatakan bahwa sebagai alat kognitif, metafora membantu orang untuk memahami fenomena yang kompleks, hal itu untuk menyederhanakan realitas (2011: 146). Manfaat tersebut dapat dilihat pada contoh data berikut.

“Di awal masa kampanye, tim pemenangan AMIN mulai disibukkan dengan upaya *menangkal isu gelap yang ditembakkan ke arah pasangan itu*. Mereka berusaha *memantapkan dukungan di kantong suara*, seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur.” (Tempo, 13 November 2023)

Contoh tersebut menggunakan ungkapan “*menangkal isu gelap yang ditembakkan ke arah pasangan itu (AMIN)*”. Ungkapan tersebut merupakan ekspresi bahasa yang ikut membentuk konseptualisasi metafora perebutan kekuasaan, yaitu perang. Ungkapan tersebut memudahkan pembaca untuk memahami konseptualisasi perang. Di dalam pernyataan tersebut mengandung makna persaingan, perebutan kekuasaan, dan pertahanan diri.

“Walau tim pemenangan bersifat ad hoc, Anis sebagai calon presiden harusnya tidak tinggal diam terhadap anak buah yang nakal. Ingatlah bahwa *pemegang saham terbesar dalam pemerintahan AMIN* nanti adalah publik atau masyarakat umum yang menginginkan pemerintahan baru terdiri atas *orang-orang yang jujur dan trengginas bekerja*”. (Tempo, 15 November 2023)

Pada contoh tersebut, terdapat ungkapan “*pemegang saham*” yang di dalamnya terkandung makna dan kekuasaan. Ungkapan “*pemegang saham*” dapat diartikan sebagai orang yang memiliki

hak atas kekuasaan tersebut. Dengan demikian, pemegang saham juga merupakan penguasa. Penggunaan ungkapan pemegang saham tersebut memudahkan pembaca untuk memahami bahwa di balik kekuasaan yang dimiliki oleh pemimpin terdapat penguasa sebenarnya yang lebih besar. Apabila ungkapan pemegang saham dalam konteks data diganti dengan ungkapan yang bermakna literal, konsep adanya penguasa di balik penguasa lebih sulit untuk dipahami. Hal itu dapat dilihat pada contoh data berikut.

“Walau tim pemenangan bersifat *ad hoc*, Anis sebagai capres seharusnya tidak tinggal diam terhadap anak buah yang nakal. Ingatlah bahwa pemilik hak kekuasaan terbesar dalam pemerintahan nantinya adalah publik masyarakat luas yang menginginkan pemerintahan baru terdiri atas mereka yang jujur dan trengginas bekerja”.

2. Mengonkretkan Konsep yang Abstrak

Selain untuk memudahkan memahami hal yang sulit dipahami, metafora dalam wacana politik digunakan untuk mengonkretkan konsep yang abstrak. Fungsi ini berkaitan dengan sendi gaya bahasa kejelasan. Kejelasan tersebut dapat diukur dari penggunaan kiasan dan perbandingan (Keraf, 2010:114). Fungsi tersebut dapat dipahami melalui contoh data berikut.

“Prabowo harus menganggap konsep dan rancangan strategi kampanye yang dirancang tim sebagai *masakan prasmanan yang tersaji di atas meja*. Sayur dan lauk yang akan disantap Prabowo sepenuhnya merupakan hak capres untuk ditindaklanjuti dalam aksi”. (*Tempo*, 17 Desember 2023)

Data di atas merupakan pengonkretan dari perencanaan konsep strategi kampanye yang dibuat oleh tim. Pada data tersebut, ungkapan “*rancangan strategi kampanye*” dikonkretkan melalui ranah sumber masakan prasmanan. Ungkapan “*sayur dan lauk*” dalam data di atas

merupakan pengonkretan dari bentuk langkah-langkah strategi yang akan diambil sebagai wujud konkret dalam mencapai kemenangan, sedangkan kata *disantap* merupakan pengonkretan dari pilihan atau konsep yang akan diwujudkan dalam aksi.

Untuk membandingkannya, penggunaan ungkapan nonmetafora dapat dilihat dalam data berikut.

“Prabowo harus menganggap konsep dan strategi kampanye yang dirancang oleh tim sebagai perancangan mencapai kemenangan. Pembagian tugas masing-masing tim kerja akan membantu Prabowo dalam melaksanakan aksi menuju kemenangan”.

Pada data tersebut, terdapat persamaan makna kata yang bisa berpotensi ambigu jika menggunakan kata literal, yaitu antara kata *dirancang* dan *perencanaan* karena keduanya bermakna [+merencanakan].

3. Mendramatisasi Situasi

Metafora dalam media massa memiliki fungsi sosial, yaitu sebagai dramatisasi situasi (Trckova, 2011:147). Metafora digunakan untuk menggambarkan keadaan dan memberikan efek dramatisasi. Contohnya dapat dilihat pada data berikut.

“Rezim narsistik tak lebih dari *manekin-manekin yang nangkring di etalase mall kekuasaan* dan tidak pernah mencium harum aroma penderitaan rakyat. Mereka hanya pamer gebyar pasar murah, sementara rakyat hidup dalam kegelapan tanpa masa depan”. (Kompas, 14 Desember 2023)

Ungkapan metafora “*rezim narsistik tak lebih dari manekin-manekin yang nangkring di etalase mall kekuasaan dan tidak pernah mencium harum aroma penderitaan rakyat*” merupakan penggambaran pemimpin bangsa Indonesia saat ini.

Berdasarkan data di atas, hal yang terjadi di negeri ini adalah ketidakpedulian pemimpin terhadap rakyatnya. Penggambaran dramatisasi kelompok elite yang dapat dipahami dari ungkapan tersebut hanya pamer gebyar pasar murah. Kelompok semacam itu menggunakan berbagai cara salah satunya dengan mengambil dana negara dalam korupsi untuk mempertahankan segala "kenyamanan" yang dimilikinya. Sementara itu, rakyat yang menderita semakin menderita, hidup dengan masa depan yang tidak jelas. Hal itu dapat dipahami dari ungkapan rakyat hidup termasuk dalam kegelapan tanpa masa depan.

Untuk membandingkan apakah metafora dapat memberikan efek dramatisasi, berikut contoh penggunaan ungkapan bukan metafora. "*Rezim narsistik*" tak lebih dari boneka yang mirip manusia, yang ada di area kekuasaannya dan tidak pernah peduli dengan rakyat yang menderita. Mereka hanya pamer kekayaan, sementara rakyat hidup dalam kemiskinan tanpa masa depan. Penggunaan metafora yang berfungsi sebagai dramatisasi situasi memunculkan fungsi lainnya yang berkaitan dengan politikus dan masyarakat. Fungsi tersebut dapat ditemukan dari penggunaan metafora di media massa yang digunakan oleh politikus sebagai sarana retorika dan masyarakat sebagai sarana untuk memberikan kritik dan sindiran yang berkaitan dengan politik.

Selain itu, penggunaan metafora di media massa juga memberikan efek puitis yang dapat menjadi daya tarik bagi pembaca untuk membaca pesan-pesan yang ada di media massa. Hal ini sesuai dengan pendapat Mulyani dan Subangun (2008) bahwa salah satu sifat penggunaan bahasa di media massa adalah menarik dan bahasa yang menarik tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi pembaca (2008:3). Menurut Murdika (2016), fungsi metafora yang digunakan untuk dramatisasi situasi dapat dibagi menjadi beberapa hal, yaitu metafora digunakan sebagai alat retorika elite politik, mengkritik, menyindir, dan puitik (2016:152). Penjelasanannya adalah sebagai berikut.

a. Metafora digunakan sebagai alat retorika elite politik

Sebagai alat retorika, metafora sering digunakan oleh para elite politik untuk menahan kritik dan menjaga orang-orang di tempat mereka (Ringmar, 2008: 57). Metafora sebagai alat retorika elite politik dapat dilihat dari contoh berikut ini.

“Bersama dengan AMIN mereka berjanji akan membentuk pemerintahan yang kuat untuk menciptakan ekonomi Indonesia maju. ‘*Kami menjual harapan*, membuktikan harapan itu, dan meyakini membawa harapan itu dapat dipercaya,’ kata Muhaimin”. (*Kompas*, 28/12/2023)

Ujaran “*kami menjual harapan*” merupakan ungkapan Muhaimin saat kampanye capres-cawapres 2023 di Jakarta. Data tersebut mengungkapkan bahwa “*kami menjual harapan*” untuk kemajuan dan kemaslahatan rakyat. Harapan yang diberikan kepada rakyat diibaratkan sebagai sesuatu yang dapat dijual. Secara implisit, dapat dipahami bahwa Muhaimin menginginkan masyarakat bertindak sebagai pembeli harapan dengan cara memberikan dukungan kepada AMIN untuk menang. Muhaimin meyakinkan pendukungnya dengan ungkapan lanjutan untuk membuktikan harapan dan meyakini dapat membawa harapan itu untuk diwujudkan setelah menjadi presiden dan wakil presiden nanti. Melalui ungkapan tersebut, cawapres Muhaimin berharap agar masyarakat sebagai pemilih dapat memberi dukungan dan memilihnya saat pencoblosan.

b. Metafora digunakan untuk mengkritik

Metafora yang digunakan untuk mengkritik dapat dilihat pada contoh data berikut ini.

“Di sebagian besar masa kemerdekaan, yakni sejak demokrasi terpimpin, bangsa dan negara kita berkiprah tanpa perangkat aturan politik yang matang ditopang oleh prinsip Rechtsstaat, tanpa rasionalitas politik. Bangsa kita belum lepas dari tuduhan Clifford Greertz: *tiada*

hentinya terombang-ambing di antara kegairahan pada demokrasi dan kerinduan pada otoritarisme". (Kompas, 4 November 2023).

Ungkapan metafora yang digunakan dalam contoh di atas bernada mengkritik pelaksanaan demokrasi di Indonesia. Hal itu dapat dipahami dari ungkapan "*bangsa kita belum lepas dari tudingan Clifford Greertz: tiada hentinya terombang-ambing di antara kegairahan pada demokrasi dan kerinduan pada otoritarisme*". Clifford Greertz merupakan seorang ahli antropologi asal USA yang dikenal penelitiannya dalam bidang perkembangan ekonomi dan struktur politik tradisional. Dengan menambahkan pendapat yang disampaikan oleh Clifford Greertz tentang demokrasi di Indonesia, penulis berusaha untuk memberikan kritikan kepada bangsa Indonesia pasca-Orde Baru yang dianggap belum melaksanakan demokrasi sepenuhnya.

c. Metafora digunakan untuk menyindir

Metafora yang digunakan untuk menyindir dapat dilihat pada contoh data berikut ini.

"Pasca-episode 'negeri tanpa telinga' rakyat sudah sangat lelah dan tidak butuh akrobat politik. Rakyat telah berkorban dalam pemilihan presiden dan wapres. Kini saatnya mereka menyodorkan rekening tagihan kepada presiden terpilih untuk mewujudkan semua janjinya saat kampanye". (Kompas, 19 November 2023).

Ungkapan "*negeri tanpa telinga*" dalam contoh di atas bermakna sindiran kepada pemerintah. Ungkapan tersebut menyiratkan makna bahwa dalam negara demokratis ini, keluhan, aspirasi, dan penderitaan rakyat tidak dipedulikan. Negara seolah-olah tidak memiliki alat pendengaran (telinga) sehingga tidak peduli dengan penderitaan rakyatnya.

Ungkapan "*akrobat politik*" dapat dimaknai sebagai keadaan politik yang bisa berubah-ubah dengan cepat. Menurut KBBI, akrobat politik didefinisikan sebagai pernyataan yang dikeluarkan hari ini, bisa bertentangan dengan pernyataan beberapa saat kemudian. Hal ini bisa dikaitkan dengan ungkapan selanjutnya, yaitu "*rekening tagihan*" terhadap janji pemimpin saat kampanye. Ungkapan "*rekening tagihan*" dapat dipahami sebagai pembayaran tagihan janji. Janji yang diberikan saat kampanye dapat begitu saja berubah dan mengalami akrobatik. Oleh karena itu, yang diinginkan masyarakat adalah pembuktian janji saat kampanye dalam wujud konkret dan riil.

d. Metafora sebagai puitik

Jakobson (dalam Halliday dan Hasan, 1994:21) menjelaskan bahwa sebagai puitik metafora bermanfaat menjadi dasar pada amanat (*message*) pembicaraan. Manfaat ini dapat dilihat dari pesan tertentu yang terkandung dalam pembicaraan. Selain digunakan untuk menarik perhatian pembaca, penggunaan metafora dalam media massa untuk memperindah bahasa tulis di massa cetak.

"Lebih dari sekadar membentuk kabinet profesional, Anis kelak tak boleh ragu mengganti anggota kabinet yang terbukti tak cakap dalam bekerja atau terindikasi korupsi. Tak perlu menunggu hingga pembantunya itu berstatus tersangka. Dengan bukti permulaan yang meyakinkan saja, presiden mestinya harus berani *menyatakan talak tiga*". (*Tempo*, 10 November 2023)

Amanat yang terkandung pada contoh di atas adalah sebaiknya presiden tidak ragu atau segan mengganti atau memecat anggota kabinetnya jika yang bersangkutan terbukti tidak cakap bekerja atau terlibat kasus korupsi. Ungkapan metafora tersebut menyatakan talak tiga dalam contoh di atas memiliki makna + putus, + berhenti. Ungkapan tersebut berfungsi untuk memperindah makna kata yang sebenarnya secara literal, ungkapan tersebut dapat digantikan dengan ungkapan melakukan pemecatan.

“Pimpinan DPR dan fraksi-fraksi pendukungnya tak bisa seenaknya menganggap DPR wilayah kekuasaan sendiri. Sudah waktunya pimpinan DPR dan pendukungnya tak lagi memperlakukan DPR sebagai *arena pertarungan* antara kelompok AMIN, GP, dan Gofud”. (*Tempo*, 9 November 2023).

Penggunaan ungkapan "*arena pertarungan*" dalam contoh di atas memiliki makna + tempat. Ungkapan tersebut untuk memperindah pengungkapan tempat untuk bertarung. Apabila ungkapan tersebut digantikan dengan ungkapan yang bermakna literal, tempat bertarung seperti pada contoh di atas, maka penggunaannya tidak memunculkan efek yang indah dan tidak menarik perhatian pembaca.

BAB 4

JENIS METAFORA POLITIK

Metafora politik memiliki kekhasan yang membedakan dengan metafora lainnya. Metafora politik memiliki persinggungan kognitif dengan konteks politis. Metafora figuratif, seperti tulang punggung, melempar senyum, atau mencuri hati tidak akan ditemukan dalam buku ini. Contoh yang diangkat merupakan metafora yang melekat dalam konteks politik, seperti metafora politik blusukan, jenderal kardus, atau infrastruktur langit yang konteksnya sangat melekat dengan realitas situasi politik.

A. Metafora Politik Jenis Struktural

Metafora politik jenis struktural identik dengan melihat persamaan dari benda abstrak ke dalam benda konkret dengan menggunakan konsep lain dan berdasarkan korelasi pengalaman hidup sehari-hari manusia yang konsepnya terstruktur secara sistematis. Istilah-istilah politik yang diungkapkan merupakan bentuk penyederhanaan konsep yang dikorelasikan dengan pengalaman manusia sehari-hari. Secara naturalistik, manusia mengonstruksi bahasa berdasarkan apa yang dapat terindra.

Data metafora struktural tersebut melihat korelasi pengalaman hidup sehari-hari manusia yang memiliki konsep terstruktur. Keempat ujaran metafora tersebut melihat perbandingan dan persamaan antarentitas yang disandingkan. Kata *menyebarkan* merupakan sesuatu hal abstrak yang memiliki struktur sendiri, disandingkan dengan kata *optimisme* yang merupakan hal konkret karena berkaitan dengan ketetapan sikap dan keyakinan. Kedua entitas yang disandingkan kemudian dikorespondensikan berdasarkan suatu hal yang konkret, yaitu *menyebarkan* dan *menebar*. Kedua kata ini bersifat riil dan nyata karena berkorelasi dengan pengalaman sehari-hari para petani di Indonesia, yaitu *menebar bibit* atau *menyebarkan benih*.

Contohnya, (a) AMIN selalu *menyebarkan optimisme* di masyarakat, sedangkan pasangan lainnya yang kerap menakuti-nakuti masyarakat, (b) "PG bersimpati dan turut prihatin dengan upaya-upaya *menebar rasa takut* dan juga teror," kata politisi Gerindra di Seknas, (c) Waketum PAN meminta elit dan tokoh di Indonesia tidak *menyebarkan ketakutan* menjelang pelaksanaan pilpres pada 14 Februari mendatang, serta (d) suka melakukan provokasi, *menebar fitnah*, dan memecah belah kedua kubu.

Ungkapan metafora "*menyebarkan optimisme di masyarakat*" memiliki makna agar para calon, tim sukses, dan para relawan dapat menyakinkan masyarakat pemilih melalui berbagai hal positif. Tidak menyampaikan pesan yang mengarah kepada pesimisme dan menakuti-nakuti masyarakat. Begitu juga ungkapan metafora "*menebar rasa takut*" dan "*menebar fitnah*" memiliki makna yang tidak jauh berbeda, yakni hendaknya informasi dan pesan yang disampaikan kepada pemilih merupakan informasi yang positif dan mencerdaskan masyarakat, bukan informasi fitnah dan hoaks yang cenderung berdampak timbulnya rasa takut dan sikap apatis bagi rakyat. Contohnya, (a) "calon presiden nomor urut 02 mengatakan Indonesia mengalami *kebocoran kekayaan*" atau (b) "Prabowo meminta lawannya melapor ke KPK jika ditemukan indikasi *kebocoran anggaran negara*".

Hal serupa terjadi pada data metafora "*kebocoran kekayaan*" dan "*kebocoran anggaran negara*". Data metafora struktural ini melihat persamaan suatu hal yang abstrak ke dalam hal yang konkret dan melihat korelasi dari pengalaman sehari-hari manusia. Entitas kata *kebocoran* dekat dengan pengalaman sehari-hari manusia saat beraktivitas, seperti rumah bocor saat hujan dan wadah/tempat bocor saat membawa sesuatu. Diksi *kebocoran* merupakan suatu hal yang abstrak, yaitu kena air dari sesuatu yang bocor atau akibat berlubang sehingga air atau udara dapat keluar atau masuk. Sementara itu, entitas kata *kekayaan* dan *anggaran negara* digambarkan sebagai suatu yang lebih mudah dipahami karena memiliki makna anggaran dan kekayaan yang dapat dirinci sumbernya dari APBN berdasarkan catatan dan pengesahan negara. Metafora "*kebocoran kekayaan dan anggaran negara*" memiliki makna hilangnya anggaran APBN karena dicuri atau dibawa lari ke luar negeri, serta dibelanjakan untuk kebutuhan pribadi dan keluarga para pejabat negara yang korupsi. Padahal, anggaran tersebut merupakan kekayaan negara yang seharusnya digunakan untuk menyejahterakan rakyat dan membangun kemajuan negara.

Contohnya, (a) "*Pileg tenggelam, enggak ada guna kita bicara,*" kata Priyo, (b) "*Sudah saatnya politik yang menggunakan rasisme kita tenggelamkan bersama-sama,*" ujar Wahyu, (c) Priyo mengatakan tokoh nasional, seperti Bung Hatta, pernah mengatakan *Indonesia akan tenggelam di dasar lautan* jika menjadi embel-embel negara lain, dan (d) "*masih berkutat tentang Jokowi, bahkan semakin kelihatan tenggelam dengan obsesinya* kepada paslon lain." tuturnya.

Hal yang sama juga terjadi pada ujaran metafora *pileg tenggelam, rasisme kita tenggelamkan, Indonesia akan tenggelam di dasar laut, dan tenggelam dengan obsesinya*. Ujaran di atas juga melihat persamaan suatu hal abstrak melalui menyandingkan dan membandingkan sesuatu entitas yang lebih mudah untuk dipahami karena dikorelasikan dengan pengalaman sehari-hari manusia. Entitas kata *tenggelam* identik dengan hal-hal yang dapat terindra, yaitu konkret, seperti batu, manusia, dan kapal. Sementara entitas kata *pileg, rasisme, dan obsesi* yang bersifat abstrak itu disandingkan

dengan entitas yang lebih mudah dapat dipahami karena dilekatkan pada pengalaman sehari-hari yang dapat diindra oleh manusia. Penggunaan diksi *tenggelam* pada empat data di atas merupakan sesuatu entitas yang lebih mudah dipahami karena memiliki kesamaan makna dari diksi *tenggelam*. Sementara kata *pileg*, *rasisme*, dan *obsesi* merupakan suatu entitas yang bersifat abstrak. Orang dapat memahami apa yang dimaksud dengan *tenggelam* yang menjadi target berdasarkan kesamaan ciri yang dimiliki oleh entitas *pileg*, *rasisme*, dan *obsesi* sebagai sumber.

Makna *pileg tenggelam* dikorespondensikan berdasarkan situasi politik yang masyarakatnya lebih aktif dan intens membicarakan pilpres, baik secara langsung dan tidak langsung. Intensitasnya tidak seimbang antara pembicaraan terkait pilpres dan pemilihan anggota legislatif. Dengan demikian, *pileg* dimaknai tenggelam seperti suatu benda yang tenggelam di air. Begitu juga *rasisme kita tenggelamkan, Indonesia akan tenggelam, dan tenggelam dengan obsesinya*. Data metafora struktural ini selain memiliki makna kritikan terhadap apa yang terjadi pada lawan paslon, juga mengarah pada rasisme terhadap lawan politik agar memengaruhi proses pilpres. Indonesia sulit bangkit dan tenggelam jika bangsa lain ikut mencampuri urusan bangsa ini, serta obsesi atau ambisinya akan gagal jika tidak diimbangi dengan usaha secara maksimal dan kesungguhan.

Data metafora di atas melihat persamaan suatu konsep abstrak ke dalam hal konkret berupaya meleburkan dua entitas yang berbeda, tetapi memiliki kesamaan sifat dan konteks. Hal tersebut juga muncul pada data berikut, yakni secara simbolis, *lambung* menjadi basis struktur metafora dengan melihat persamaan struktur lain dalam ranah politik. Contohnya, (a) Jawa Barat, bersama Jawa Tengah dan Jawa Timur, merupakan *lambung suara untuk pemilu* dari masa ke masa karena jumlah pemilih di sana sangat mendominasi jumlah pemilih di tingkat nasional, dan (b) Ketua Tim Pemenangan Pemilu Wilayah (TPPW) PKS Jawa Barat, Haru mengatakan, "*Jabar masih menjadi lambung suara untuk pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden nomor urut 01 AMIN*".

Ujaran "*lambung suara*" merupakan bentuk metafora struktural melalui melihat korespondensi antara konsep suara pemilih dalam pemilu dengan *lambung* yang dipahami sebagai tempat untuk menyimpan padi. Bagi petani, *lambung* sangat berharga karena dapat menjadi wadah disimpannya hasil panen sebelum diolah atau dijual. Melalui *lambung* juga ketersediaan kebutuhan pangan dapat diperhitungkan. Konsep menyimpan padi pada *lambung* merupakan satu pengalaman sehari-hari para petani di kampung. Entitas kata *lambung suara* berkorespondensi dengan basis massa pemilih untuk memberikan suara saat pencoblosan. Orang lebih mudah dapat mengerti apa yang dimaksud kata *lambung* berdasarkan kesamaan ciri pada diksi suara yang bermakna basis suara. Sementara data di bawah ini menggambarkan adanya keterikatan sifat dan konteks yang dilekatkan, seperti (a) Ia yakin *mesin politik* AMIN sangat andal dalam pemenangan dirinya bersama capres Anis Baswedan, (b) Nasdem memberikan pembekalan dan pelatihan kepada saksi serta mengingatkan kalau pekerjaan mereka merupakan tugas vital *jantungnya demokrasi*, (c) Dia pun mengatakan pihaknya terus *menggenjot mesin politik AMIN*, parpol koalisi, relawan, hingga simpatisan agar elektabilitas AMIN terus meningkat, dan (d) Gus Irfan menyindir balik NU yang selama ini seolah menjadi *mesin kampanye* bagi kandidat tertentu.

Begitu juga pada data metafora *mesin politik*, *mesin kampanye*, dan *jantung demokrasi*. Keduanya, *mesin* dan *jantung* dianggap sebagai suatu hal penting atau vital bagi kehidupan manusia. *Mesin* dan *jantung* merupakan penggerak pada konteksnya. *Mesin* menjadi unsur penting bagi alat transportasi untuk dapat difungsikan, sedangkan *jantung* juga merupakan unsur penting dalam mengalirkan darah dalam proses kehidupan manusia. Metafora konseptual di atas melihat persamaan suatu hal yang abstrak ke dalam hal konkret. Persamaan kedua sisinya antara *mesin* dan *jantung* dengan politik, demokrasi, dan kampanye menjadi metafora konseptual, yakni *mesin politik*, *mesin kampanye* dan *jantungnya demokrasi*. Korespondensi persamaan keduanya dapat menghasilkan makna baru yang secara struktur memiliki kesamaan sifat dan konteks. Makna *mesin* dijadikan

sebagai penggerak dalam mendorong jalannya strategi politik untuk mencapai kemenangan pilpres, sedangkan *jantung*-nya demokrasi bermakna pentingnya para saksi bekerja dan bertanggung jawab dalam memaksimalkan pengawasan, guna meraih kesuksesan dan kemenangan.

Data ujaran metafora politik lainnya, yaitu (a) Menyebar secara daring (*online*), sebagaimana ditunjukkan oleh *pabrik hoaks yang bertebaran* pada tahun politik ini, (b) Tim PG sering terkena *semburan fitnah, hoaks, dan ujaran kebencian* yang menuduhnya antek asing dan aseng, (c) Presiden Jokowi mengatakan bahwa *fitnah dan hoaks yang akhir-akhir ini menyembur kencang* termasuk di Indonesia, harus diluruhkan untuk menghindari perpecahan bangsa Indonesia, dan (d) Ia menyebutkan *semburan berita-berita fitnah, hoaks yang tiada henti*, akhir-akhir ini tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga negara lain

Ungkapan metafora "*pabrik hoaks*", "*semburan hoaks*", "*fitnah*", "*hoaks menyembur kencang*", atau "*semburan berita-berita fitnah*" menjadi lekat dalam pilpres yang dilakukan para capres dan tim sukses. Pilpres kali ini, ujaran metafora konseptual di atas dimunculkan sebagai terjemahan dari "*firehose of falsehood*". Pilpres memang dipenuhi dengan berita-berita fitnah dan hoaks, yang bermakna menyerang dan menjatuhkan lawan untuk mendapatkan simpati rakyat sebagai pemilih. Begitu masifnya kebohongan atau fitnah yang dipersepsikan publik kepada kedua kontestan pilpres sehingga muncul istilah "*semburan dusta*" atau "*semburan fitnah*". Entitas kata *semburan* yang sifatnya abstrak sebagai target, dilekatkan pada entitas kebohongan dan fitnah berdasarkan kesamaan ciri sebagai ranah sumber agar mudah dipahami.

Ada beberapa citra pada data ungkapan metafora struktural, yaitu *menebar* dan *menyebar* yang bermakna menyampaikan dan memberikan informasi atau pesan dalam kegiatan kampanye pilpres. Sementara itu, skema yang dibangun adalah *menyebar optimisme*, *menebar rasa takut*, *menyebar ketakutan*, dan *menebar ketakutan*. Skema ini diarahkan agar para politisi dan capres/cawapres dapat

menyampaikan pesan atau informasi yang membangun optimisme kepada rakyat serta tidak menimbulkan rasa takut sehingga masyarakat dapat berpartisipasi secara nyaman dan terbuka.

Selain itu, ada data yang menggunakan *citra kebocoran, tenggelam, lumbung, mesin, dan semburan*, sedangkan skema yang dipakai pada data ungkapan metafora adalah *kebocoran anggaran, pileg tenggelam, rasisme kita tenggelamkan, Indonesia akan tenggelam, tenggelam dengan obsesinya, lumbung suara partai, lumbung suara pemilu, mesin politik, mesin partai, mesin kampanye, semburan dusta dan kebohongan, serta semburan hoaks*. Makna skema yang dipakai dalam ungkapan metafora struktural ini melalui mencari kesamaan suatu hal yang abstrak kedalam hal konkret dan melihat korelasi berdasarkan pengalaman sehari-hari manusia yang konsepnya terstruktur secara sistematis. Dengan demikian, makna yang diperoleh dilihat dari korespondensinya antara suatu hal abstrak dan konkret agar mudah dapat dipahami.

B. Metafora Politik Jenis Ontologikal

Metafora ontologikal menjadikan pikiran, pengalaman, dan proses hal abstrak menjadi suatu objek yang memiliki sifat fisik, serta memberikan persepsi hidup terhadap benda mati, baik suatu yang konkret dan abstrak. Melihat kejadian, emosi, dan ide sebagai suatu entitas serta substansi, seperti wadah yang memiliki ruang untuk di isi atau mengeluarkan sesuatu. Kemudian, setiap konsep abstrak ditampilkan menjadi objek yang memiliki sifat fisik secara riil. Selain itu, metafora ontologikal juga menjadikan suatu entitas benda mati, baik abstrak dan konkret digunakan dan diperlakukan seperti layaknya manusia, serta melihat perbandingan benda abstrak yang diwujudkan dalam benda konkret. Contohnya, (a) "Sudah saatnya tak hanya *perang udara, tapi perang darat, door to door, man to man marking*, dengan kata lain, jangan ada sejengkal tanah pun yang lepas dari kerja relawan," (b) "Ini 'kan analogi ya, *pertempuran politik* atau kompetensi politik kan biasa-biasa saja," kata Fadli, (c) Menurut dia, *GA ITB akan mengambil peran*

sebagai *infanteri*, dan (d) Makanya Jawa Tengah dan Jawa Timur jadi *wilayah pertempuran* bagi semua calon.

Ujaran metafora ontologikal di atas merupakan konten berita politik pilpres 2019 yang identik peperangan. Jurnalis dan politisi menyandingkan dengan mencari korespondensi antara konsep pilpres dan konsep peperangan. Pola ini mengacu melalui melihat suatu kejadian dan emosi sebagai suatu entitas dan substansi yang memiliki ruang aktivitas. Peperangan tentu memunculkan pertarungan dan berbagai aktivitas sebagai upaya meraih kemenangan. *Pertarungan politik* sebenarnya hanya kontestasi ide dan gagasan untuk memperoleh simpati dan suara rakyat dalam pemilu. Namun, proses demokrasi tersebut justru berubah menjadi peperangan yang secara konsep dianalogikan melalui melibatkan banyak orang, persenjataan perang, dan medan pertempuran.

Ujaran metafora ontologikal *perang udara*, *perang darat*, *pertempuran politik*, *GA ITB sebagai infanteri*, serta *wilayah pertempuran* melihat suatu kejadian dan emosi sebagai suatu entitas yang memiliki ruang aktivitas dan melihat perbandingan suatu hal yang abstrak diwujudkan dalam hal yang konkret. *Perang udara* dan *perang darat* berkoresponden dengan berbagai aktivitas politik yang dilakukan oleh kandidat kontestan capres/cawapres dan tim sukses masing-masing. *Perang udara* melalui berbagai media jaringan, berita *online*, dan media sosial yang menyampaikan sisi positif dan negatif dari kedua pasangan sebagai upaya meyakinkan dan mengacaukan masyarakat dalam menentukan pilihan.

Pertempuran politik dan *wilayah pertempuran* juga berkorespondensi dengan berbagai aktivitas yang dilakukan kedua capres dan tim suksesnya dalam mendapatkan simpati masyarakat dan hal ini juga menjadi wilayah pertempuran. *Wilayah pertempuran* tidak hanya sebatas berbagai aktivitas fisik di darat, tetapi ruang hampa melalui pemberitaan *online* dan media sosial yang diarahkan mengubah pola pikir pemilih dalam menentukan pilihannya. Sementara itu, *GA ITB* sebagai infanteri dikorespondensikan pada prajurit perang yang menjadi garda depan pertempuran dalam meraih kemenangan. Begitu

juga pada data metafora "*jenderal kardus*" berikut, "Prabowo adalah *jenderal kardus* karena memilih Sandiaga Uno sebagai cawapres demi sejumlah uang, ujar Andi".

Metafora ini sangat khas saat pilpres 2023 karena viral dan menjadi bahan perbincangan hangat di tengah-tengah masyarakat. Ungkapan metafora ini juga bermakna kritikan dan juga rasisme terhadap capres tertentu atas keputusan memilih calon tertentu sebagai cawapresnya. *Prabowo dianggap sebagai jenderal kardus* karena lebih memilih Gibran yang notabene memiliki kelebihan karena anak presiden dan modal finansial yang jauh lebih kuat dibandingkan dengan calon wapres lain. Sebagai wadah untuk membawa barang banyak, *kardus* identik dengan wadah bawaan. Tentu barang bawaan yang diberikan kepada Prabowo bukan barang bawaan biasa, melainkan nominal yang disinyalir melanggengkan jalan Gibran untuk mendampingi Prabowo sebagai cawapres. Pernyataan bahwa Prabowo adalah "*jenderal kardus*" dianggap sebagai kampanye hitam yang menyerang kubu Prabowo. Munculnya metafora kampanye hitam tentu tidak lepas dari anggapan bahwa hitam adalah warna yang identik dengan keburukan dan kejahatan, salah satunya kampanye melalui fitnah dan hoaks.

Metafora "*jenderal kardus*" didasarkan pada korespondensi antara seorang jenderal yang tidak memiliki karakter utuh yakni pemberani, tegas, konsisten, dan memiliki pendirian. Dilihat sisi perbandingan benda abstrak kardus yang memiliki sifat mudah diubah dan dibentuk menjadi berbagai hal mainan dan keperluan lainnya. Selain itu, data metafora "*jenderal kardus*" juga didasarkan pada suatu entitas benda mati kardus dan digunakan dalam konteks manusia, yakni seorang jenderal. Kemudian, data metafora "*jenderal kardus*" juga menjadikan pikiran, pengalaman, dan proses hal abstrak menjadi objek yang memiliki sifat fisik.

Metafora "*jenderal kardus*" memiliki dasar skema yang diarahkan pada sifat dari kardus yang lembek, mudah dilipat, dan mudah dibentuk menjadi berbagai hal hiasan, mainan, dan sebagainya. Sementara citra dari "*jenderal kardus*" ditujukan pada watak seorang jenderal yang berani, kuat, gigih, keras, ulet, dan memiliki pendirian

yang kokoh dalam membela keutuhan negara. Kedua skema dan citra tersebut digunakan sebagai upaya mengungkapkan realitas politik pilpres yang terus memanas dan aktif diperbincangkan oleh masyarakat. Contohnya, (a) media sosial telah *dipersenjatai oleh pasukan daring atau "pasukan siber" (cyber troopers)*, (b) "kami punya *pasukan darat* yang berputar dari pintu ke pintu menjelaskan," kata politisi PDI-P ini, dan (c) "Enggak perlu kita *bertempur dan perang politik*, enggak perlu, memang kondisi politik jelang pemilu biasanya memang seperti ini, tapi tidak perlu sampai meledak," ungkap Wiranto.

Ujaran metafora ontologikal di atas, seperti "*pasukan daring*", "*pasukan darat*", dan "*bertempur/perang politik*". *Perang darat* berkorespondensi pada berbagai usaha kampanye yang dilakukan kedua capres dan para relawannya untuk bertemu muka secara langsung dengan rakyat sebagai pemilih. Begitu juga *pasukan daring* yang dipersenjatai sebagai upaya menguasai media *online* dalam memengaruhi pola pikir rakyat. Sementara itu, *bertempur dan perang politik* dikorespondensikan pada berbagai aktivitas kampanye, baik di darat dan di udara untuk meraih kemenangan dalam pilpres. Data di atas didasarkan pada menjadikan pikiran dan pengalaman suatu hal yang abstrak menjadi objek yang memiliki sifat fisik. Kata *daring*, *darat*, dan *politik yang abstrak* dijadikan suatu objek, yakni perang yang memiliki sifat fisik karena membutuhkan berbagai kegiatan dan aktivitas dalam perang.

Beberapa ujaran metafora politik, di antaranya (a) Zulkifli mengemukakan, data-data terutama capaian pemerintahan telah dikumpulkan sebagai *bekal atau 'amunisi' persiapan debat capres putaran kedua*, (b) *NU memiliki senjata berupa tiga ukhuwah*, yakni Islamiyah, Wathoniyah, dan Insaniah yang telah melekat dan menjadi bagian dari kekuatan bangsa, dan (c) atas perubahan peta politik Jawa Barat itu, maka seluruh Parpol, relawan, dan tokoh mendapatkan *amunisi baru* untuk memenangkan AMIN di atas 50 persen," lanjut dia.

Senjata dan amunisi juga menjadi bahan dalam ujaran metafora di atas. *Amunisi* digambarkan sebagai alat untuk menyerang lawan politik dari sisi argumentasi. *Amunisi* sangat dekat dengan konsep perang dan militer. Di sisi lain, beberapa data justru menunjukkan konsep yang dibangun begitu sejalan dengan terminologi agama, khususnya agama Islam. Data di atas memanfaatkan berbagai aktivitas keagamaan, yakni Islamiyah, Wathaniyah, dan Insaniah dijadikan media untuk meyakinkan anggota dan simpatisannya agar mendukung pasangan capres tertentu.

Metafora ontologikal di atas menjadikan pikiran, pengalaman, dan proses hal abstrak menjadi suatu objek yang memiliki sifat fisik, serta menjadikan suatu entitas yang abstrak digunakan dan diperlakukan seperti layaknya manusia. Metafora "*amunisi persiapan debat*", "*senjata ukhwah Islamiyah*", serta "*relawan dan tokoh mendapat amunisi baru*" mengasosiasi suatu konsep yang abstrak dalam realitas politik pilpres ke dalam suatu objek yang memiliki sifat fisik, yakni aktivitas dan kegiatan dalam peperangan melawan musuh.

Contohnya, (a) "Saya sebagai *panglima santri* menginstruksikan kepada seluruh santri untuk mendukung PG," kata Ridwal Kamil yang juga mantan Gubernur Jawa Barat, (b) "*Pilpres adalah jihad besar* karena hal ini akan menjadi bagian dari pertarungan besar untuk menjaga keutuhan NKRI," tutur Khofifah, dan (c) "Kita ke TPS *jihad pakai paku-paku* untuk mencoblos, awasi juga TPS," sebutnya.

Gejolak pilpres 2024 di dunia maya memang sangat panas. Pertarungan politik yang menggambarkan arah positif maupun negatif menjadi bahan berita yang menarik. Jurnalis memainkan peran untuk menghasilkan produk-produk kebahasaan berupa metafora ontologikal sehingga pembaca dapat memaknai sebuah konsep dengan cara menyandingkannya dengan konsep lain. Pilpres yang notabene hanya kontestasi politik diubah konsepnya menjadi sebuah peperangan yang memiliki banyak arena serta melibatkan banyak orang. Selain itu, juga muncul terminologi militer, seperti

infanteri darat yang secara substansi memiliki kesamaan dengan yang dilakukan relawan ketika mendatangi masyarakat secara langsung untuk memengaruhi calon pemilih. Begitu juga dengan metafora "*panglima santri*". Secara kontekstual, Ma'ruf Amin adalah salah satu kandidat wakil presiden yang merepresentasikan kalangan santri pada pilpres 2024. Lagi-lagi, muncul metafora ontologikal yang berhubungan dengan perang.

Menyandingkan "*santri*" dengan "*panglima*" semakin mengukuhkan kontestasi politik pilpres 2024 menjadi ajang pertempuran atau peperangan yang disebabkan oleh refleksi panasnya situasi yang terjadi pada saat itu. Selain itu, muncul metafora yang menyandingkan antara "*pilpres*" dan "*jihad*". Secara etimologi, jihad merupakan terminologi agama yang identik dengan perang, tetapi kata *jihad* tidak identik dengan peperangan. Jadi, dari sini tergambar begitu jelas betapa panasnya situasi pilpres 2024 sehingga muncul metafora-metafora "*perang*" dalam kontestasi politik tersebut.

Metafora ontologikal juga memuat tentang perubahan suatu entitas benda mati, baik benda konkret atau abstrak, digunakan dan diperlakukan seperti layaknya manusia atau lebih dikenal sebagai personifikasi. Personifikasi memungkinkan benda mati, baik yang konkret maupun yang abstrak distrukturasi secara persona sehingga menyerupai manusia. Ujaran metafora politik, seperti "*perampangan lembaga*", "*lembaga negara lebih lincah*", "*roh debat*" dan "*pertanyaan yang dilemparkan*", bentuk ujaran ini berkaitan dengan dinamika politik saat pemilu.

Lembaga negara adalah benda mati, meskipun secara organisatoris suatu lembaga pasti terdiri atas persona-persona di dalamnya. "*Lembaga negara*" yang berorientasi pada konsep umum merupakan benda mati yang pada konteks di atas diibaratkan seperti manusia yang memiliki kelincahan untuk bergerak. Konsep yang dibangun adalah bahwa "*lembaga negara*" dapat secara aktif menggunakan otoritas dan personanya untuk bekerja dan berpihak pada kepentingan rakyat. Pada data di atas, "*debat*" yang merupakan benda mati abstrak juga disandingkan seperti manusia yang memiliki roh. Roh

adalah jiwa manusia yang menjadi bagian terpenting bagi kehidupan dalam perspektif spiritualisme. Debat tentu tidak memiliki roh. Hanya manusia dan hewan yang memiliki roh. Personifikasi atau penginsanan dimungkinkan terjadi untuk menegaskan pentingnya daftar pertanyaan dalam sebuah debat.

Pada kesempatan yang berbeda, beberapa ujaran metafora politik, seperti "*pemberantasan korupsi yang saat ini sudah kronis atau masuk level stadium 4*", "*Indonesia dalam keadaan sakit*", dan "*ibu pertiwi sedang diperkosa*". Ujaran Prabowo menyajikan metafora yang bahkan cenderung hiperbola dengan mengatakan bahwa "*ibu pertiwi sedang diperkosa*". Konteks yang ingin dibangun Prabowo adalah menyandingkan kondisi '*sakit*' yang diderita negara merupakan sakit yang memiliki sebab eksternal (dalam hal ini ada subjek tertentu yang dicitrakan menghadirkan masalah kepada negara). Masalah yang bertubi-tubi menimpa bangsa Indonesia, seperti korupsi dan kebocoran anggaran, bukan merupakan masalah organis, melainkan masalah yang terstruktur dan disebabkan oleh kejahatan sekelompok orang yang berniat untuk '*memperkosa*' atau memaksakan kehendaknya demi kepuasan diri dalam mengambil kekayaan bangsa Indonesia.

C. Metafora Politik Jenis Orientasional

Metafora orientasional berkaitan dengan suatu konsep yang berorientasi spasial yang muncul berdasarkan konsep tubuh manusia dikaitkan melalui kegunaannya dalam lingkungan sekitar atau bagian tubuh manusia dikaitkan dengan terminologi politik. Kombinasi ini juga dikorelasikan dengan orientasi kebudayaan. Setiap kebudayaan memiliki konteks dan perspektifnya sendiri yang membedakan satu kebudayaan dengan kebudayaan lain. Kebudayaan dalam hal ini merupakan kebudayaan dalam konteks yang luas. Metafora orientasional merupakan orientasi spasial berdasarkan konsep tubuh dan kegunaannya dalam lingkungan sekitar, dan menunjukkan suatu hal yang bermakna positif dan negatif dalam ujaran metafora. Contohnya, (a) Mardani menyatakan, "*Hoaks menjadi parasit*

kemajuan bangsa”, dan (b) *korupsi telah menjadi penyakit kanker yang menggerogoti demokrasi di Indonesia*.

Menyandingkan antara pemberantasan korupsi dan *penyakit kanker yang menggerogoti demokrasi di Indonesia* tentu terkait dengan orientasi kebudayaan yang menganggap bahwa sakit kanker merupakan sakit yang mematikan dan sulit untuk disembuhkan. Betapa parahnya praktik korupsi di Indonesia sehingga secara orientasional diarahkan pada pemahaman tentang level penyakit kanker yang kronik. Begitu juga ungkapan *“hoaks telah menjadi parasit kemajuan bangsa”*, berarti hoaks sudah sangat masif memengaruhi pola pikir dan kemajuan bangsa karena hampir setiap hari di saat pilpres, berita dan informasi hoaks secara terus-menerus menghampiri masyarakat pemilih melalui berbagai media. Hoaks sudah menjadi penghambat bagi kemajuan bangsa, karena telah berhasil memengaruhi pola pikir masyarakat, bahkan pejabat publik sebagai pelayan masyarakat.

Contoh lainnya, (a) calon presiden Anis menyebut *Indonesia dalam keadaan sakit* dan (b) harapan kita bahwa setelah terpilih menjadi anggota dewan terhormat dan sudah duduk di kursi empuk, jangan sampai *dihinggapi oleh penyakit lupa*. Konstruksi orientasional juga menempatkan negara yang diibaratkan seperti manusia. Negara Indonesia dicitrakan *‘sakit’* sebagai sebuah penggambaran betapa kondisi pemerintahan saat itu berada pada tingkat keparahan yang tinggi terkait dengan banyaknya kasus korupsi yang melibatkan pejabat. Personifikasi tersebut muncul sebagai suatu bentuk kritik terhadap pemerintahan Jokowi saat ini yang mendukung pasangan PG. Dalam konteks yang hampir sama, *“penyakit lupa”* juga muncul sebagai kritik bagi anggota dewan. Lupa bukanlah merupakan penyakit, melainkan kondisi wajar yang kemudian diasosiasikan secara negatif karena pada praktiknya anggota dewan selalu melupakan janji-janjinya kepada rakyat yang sudah memilih dan memberikan mandatnya. Data metafora tersebut merupakan orientasi spasial berdasarkan konsep tubuh manusia dan kegunaannya dalam lingkungan sekitar. Data metafora *“Indonesia dalam keadaan sakit dan penyakit lupa”*

menjadikan konsep tubuh manusia, yaitu keadaan sakit digunakan dalam orientasi kegiatan politik.

Sementara dalam contoh berikut, (a) saya bersyukur kita bangun infrastruktur secara merata di seluruh tanah air, baik di wilayah Barat, Tengah, dan Timur, kita harap ini menjadi *lompatan besar* bagi kita untuk maju ke depan lebih baik dan (b) "Itu sudah konkret, buka kesempatan ke petani-petani untuk *melompat dalam berproduksi*," tutur dia. Jika kebudayaan Barat memberikan orientasi kebaikan sebagai *up* atau atas/naik, maka budaya Timur, khususnya Indonesia menempatkan orientasi *positif* pada besar atau lompatan besar. Orientasi melompat tentu pada tinggi, bukan besar. Jadi, lompatan besar adalah bagian dari penempatan orientasi metafora untuk menunjukkan hal positif yang dilakukan secara sporadis dan revolusioner dalam hal ini terkait tentang infrastruktur yang merata. Berbeda dengan data di bawah ini.

Contoh ujaran metafora, "Jadi, *membangun ekonomi itu tidak menetes ke bawah*, yang bawah semakin lemah, yang di atas semakin kuat sehingga melahirkan disparitas," ujar Muhaimin, dan "Pangan PG ingin memastikan bahwa *harga bahan bakar tidak akan melukai masyarakat yang berada di bagian paling bawah piramida*". Kata *bawah* menjadi representasi kelemahan. Secara orientasional, "*bawah*" identik dengan rakyat dan rakyat dianggap lemah sehingga memerlukan perhatian lebih dalam proses pembangunan ekonomi. Selanjutnya, metafora politik orientasional juga terkait dengan anggota tubuh manusia yang diorientasikan secara keseluruhan.

Contoh lainnya, (a) Sudah saatnya *kaum milenial unjuk gigi* mengerahkan daya kreativitas untuk membangun negeri, (b) "HIPMI ini *kepalanya saja ada di sana, tapi badan dan hatinya di sini* dan nyoblosnya PG", kata Erwin, dan (c) "Elite di Jakarta saya katakan, *hatinya sudah beku*, mereka hanya mikir kekayaan diri dan keluarganya saja" ucap Anis. Ungkapan "*unjuk gigi*" tentu tidak dimaknai sesungguhnya. Generasi milenial menunjukkan eksistensi dirinya melalui prestasi dan daya kreasi untuk membangun negeri. Gigi menjadi simbol kepercayaan diri dengan mengorientasikan gigi

yang awalnya hanya parsial tubuh manusia menjadi keseluruhan eksistensi manusia, maka pemaknaannya akan jauh lebih mendalam kepada pembaca. Begitu juga pada metafora "*kepalanya saja ada di sana, tapi badan dan hatinya di sini*". Tentu orientasi yang dibangun tidak semata-mata menysar pada anggota tubuh, tetapi entitas lain yang ingin dicapai. "*Kepala*" sebagai simbol pikiran dan orientasi kekuasaan, sedangkan "*badan dan hati*" identik dengan usaha dan perasaan.

Pada ujaran metafora berikut, (a) saya berjuang agar Indonesia dihormati, Indonesia kuat, Indonesia *berdiri di atas kaki sendiri*, Indonesia menyejahterakan rakyatnya, (b) lalu ada *program TNI mendengar suara rakyat*, dan (c) agar TNI biasa mendengar gak mudah *telinganya merah* di atas. Metafora negara yang "*berdiri di atas kaki sendiri*" merupakan konsep yang diciptakan oleh Presiden Pertama Soekarno dalam membangun pemerintahannya yang ingin lepas dari bantuan dan kekangan bangsa asing. Soekarno berusaha untuk mengoptimalkan potensi yang dimiliki agar tetap berkomitmen mempertahankan negara dan bisa keluar dari penjajahan Belanda. Kata *negara* dipersonifikasi seolah memiliki kaki sehingga dapat berdiri tentu bukan dalam konteks yang sesungguhnya, melainkan sebagai sebuah citra orientasional bahwa berdirinya sebuah negara dilandasi dari kedaulatan di berbagai sektor. Kata *kaki* menjadi perwakilan dari keseluruhan aspek yang ingin dituju.

Hal serupa juga ditemukan beberapa contoh ujaran metafora di atas, seperti "*mendengar suara rakyat*" dan "*telinganya merah*", keduanya tentu tidak berorientasi pada anggota tubuh semata, tetapi secara keseluruhan. "*Mendengar suara rakyat*" itu artinya mengakomodasi seluruh keinginan dan harapan rakyat. Dalam hal ini, suara menjadi representasi konkret dari bentuk aspirasi, keinginan, cita-cita, dan harapan. Sementara itu, "*telinga merah*" merupakan bentuk orientasi simbolis mengenai kemarahan. Secara fisiologis, tidak ada relasi konkret antara kemarahan dan warna telinga, tetapi skema citra yang dibangun mengacu pada warna *merah*. Secara psikologis, warna merah dapat dimaknai sebagai sebuah simbol

kemarahan, keberanian, kekuatan, dan kegarangan. Sementara itu, *telinga* merupakan alat pendengaran manusia yang di kala tersinggung atau tidak senang atas pesan-pesan yang didengarnya dari orang lain, telinga diidentikkan merah yang dimaknai sebagai simbol atau mencerminkan kemarahan.



“Manusia menggunakan bahasa mencari apa yang dianggapnya paling sesuai dalam mengungkapkan pikirannya”. -Cameron-

BAB 5

KONSEPTUALISASI MAKNA METAFORA POLITIK

Konseptualisasi makna metafora politik dalam kajian ini merupakan uraian analisis ujaran metafora politik yang di akan bahas berdasarkan teori metafora Lakoff, Johnson, dan Kövecses. Pada bab ini akan dipaparkan identifikasi dan konseptualisasi makna metafora politik. Semua ujaran metafora yang diperoleh dikelompokkan berdasarkan ranah sumber dan ranah target/sasaran, setelah diidentifikasi berdasarkan indikator yang ditetapkan. Setiap ujaran metafora dipetakan berdasarkan ranah sumber dan ranah target, kemudian dianalisis makna metafora tersebut berdasarkan teori metafora konseptual (CMT).

A. Identifikasi dan Pemetaan Makna Metafora Konseptual

Pemakaian ujaran metafora, baik secara struktural, ontologikal, maupun orientasional, selalu melibatkan hal-hal yang terindra oleh manusia. Warna, tubuh, alam, tumbuhan, benda, dan bangunan mengilhami manusia dalam menciptakan narasi metaforis pada konteks pilpres 2019. Manusia menggunakan metafora dalam berkomunikasi,

dilatarbelakangi atas apa yang dipikirkan dan dirasakan. Sesuai pendapat Lakoff dan Johnson (2003) metafora merefleksikan apa yang kita alami, rasakan, dan apa yang kita pikirkan dalam kehidupan sehari-hari (2003:3).

Beberapa istilah memang sudah ada dan lazim digunakan, tetapi secara kontekstual, hal tersebut berbeda karena dilekatkan pada konsep-konsep politik. Berdasarkan ribuan contoh ujaran metafora yang diperoleh, dapat diidentifikasi lima belas ranah dalam pemetaan metafora konseptual. Beberapa ranah tersebut, antara lain ranah perang, ranah warna, ranah fenomena, ranah agama, ranah tubuh, ranah aktivitas, ranah olahraga, ranah transportasi, ranah alam, ranah binatang, ranah tumbuhan, ranah bangunan/tempat, ranah benda sehari-hari, ranah ekonomi/bisnis, dan ranah mistis/alam gaib. Pemetaan lima belas ranah metafora konseptual didasarkan pada proses untuk memahami bentuk abstrak dihubungkan dengan sesuatu yang konkret. Proses berpikir dalam menyatakan suatu konsep dengan konsep lain, berkorespondensi dengan konsep lain untuk memahami konsep yang lebih abstrak. Hal ini juga diungkapkan oleh Lakoff (2003) bahwa metafora konseptual merupakan proses memahami bentuk abstrak melalui hubungannya dengan bentuk konkret (2003:5).

Dasar dan indikator penentuan data metafora ke dalam beberapa ranah seperti pada contoh tersebut, didasarkan pada pilihan diksi dalam metafora yang secara harfiah ada dalam ranah yang disasar. Ujaran metafora politik memilih diksi-diksi yang tepat digunakan dan bisa dihubungkan dan diasosiasikan ke dalam konteks ujaran perang, agama, tubuh, aktivitas, olahraga, transportasi, alam, binatang, tumbuhan, bangunan/tempat, benda sehari-hari, ekonomi/bisnis, dan mistis/alam gaib. Pemetaan ranah data penelitian ini merupakan hasil pemetaan metafora konseptual berdasarkan diksi yang ada dalam metafora politik.

Menurut Kinanti dan Rachman (2019: 72), penentuan data metafora didasarkan pada penggunaan leksikon dalam metafora, seperti "*bagai air di daun talas*", dan "*bagai rasa batang pisang*".

Kedua contoh tersebut merupakan ungkapan metafora dengan menggunakan leksikon tumbuh-tumbuhan. Data metafora yang menggunakan leksikon tumbuh-tumbuhan dikategorikan ke dalam ranah tumbuh-tumbuhan. Begitu juga data ungkapan metafora yang menggunakan leksikon perang, dimasukkan dalam ranah perang. Sementara itu, yang menggunakan leksikon warna, dimasukkan dalam ranah warna, begitu juga dalam ranah fenomena, ranah agama, ranah tubuh, dan ranah lainnya.

Penentuan ranah didasarkan pada bagaimana proses relasi dominan yang muncul dari metafora tersebut. Metafora konseptual memberikan ruang untuk menghubungkan antara objek bahasa dan konsep yang selama ini dipahami manusia. Dengan kata lain, setiap pernyataan metaforis, pasti meminjam konsep lain dari pengalaman manusia. Pernyataan-pernyataan politis pada pilpres 2024 tidak hanya dikonstruksi berdasarkan konsep politik semata, tetapi hasil relasi atau pinjaman dari konsep-konsep lain dalam upayanya untuk mengonkretisasi makna. Untuk menjelaskan konsep politik yang dianggap menakutkan rakyat, maka dipinjamlah konsep mistis untuk membentuk struktur konkret sesuai dengan konsep pemahaman rakyat Indonesia, khususnya masyarakat Jawa, sehingga muncullah metafora "*politik genderuwo*." Genderuwo hadir memenuhi konseptualisasi mistis untuk menggambarkan nuansa ketakutan pada objek tertentu.

Beberapa contoh ujaran metafora yang berhasil dikumpulkan, dapat diklasifikasikan dalam dua ranah yang berbeda. Konsep "*jihad*", misalnya, dapat diklasifikasikan dalam ranah agama, juga dapat diklasifikasikan dalam ranah perang. Begitu juga dengan diksi "*benteng*", dapat berada pada ranah perang, juga pada ranah bangunan/tempat. Beberapa data sifatnya cair sehingga identifikasinya tidak harus kaku dan dikotomis.

Setelah ujaran metafora dipetakan dalam beberapa ranah, kemudian dilakukan analisis data berdasarkan ranah sumber dan ranah target. Hal ini dilakukan sesuai dengan pendapat Kövecses (2010) yang mengatakan bahwa analisis metafora konseptual dilakukan

dalam dua ranah, yaitu ranah sumber dan ranah sasaran/target. Ranah sumber merupakan ekspresi metafora yang digunakan untuk memahami ranah konseptual lain, sedangkan ranah sasaran/target dapat dipahami melalui ranah sumber. Pemilihan suatu target dalam metafora konseptual dilakukan berdasarkan pengalaman yang dirasakan, dipikirkan dan dialami sesuai realitas. Sama halnya dengan yang diungkapkan Kövecses tentang ujaran "*affection is warmth*", makna ujaran tersebut didasarkan pada pengalaman ketika mendapatkan kasih sayang dari orang lain, yakni akan merasakan kehangatan dan kenyamanan (2006:117).

1. Metafora Ranah Perang

Pilpres 2019 dapat dikategorikan sebagai ajang perang dalam politik yang paling panas sepanjang pemilihan presiden secara langsung yang pernah dihelat bangsa Indonesia. Situasi jauh lebih panas dibandingkan dengan pilpres periode sebelumnya yang melibatkan tokoh dan polarisasi yang relatif sama. Panasnya situasi didukung pula dengan munculnya metafora-metafora yang mengaitkan entitas politik dengan konsep-konsep dalam peperangan. Ungkapan metafora ranah perang menjadi temuan data paling dominan dalam penelitian ini. Hal tersebut menjadi indikator bahwa kontestasi politik pilpres yang digelar saat itu sarat dengan intrik-intrik yang mengindikasikan ketatnya persaingan antarkedua kandidat.

Ujaran metafora politik yang dapat dihimpun, yaitu "*sudah saatnya tak hanya perang udara, tapi perang darat*", "*kami tidak ingin ada paslon diserang atau dipermalukan*", dan "*analoginya pertempuran politik atau kompetensi politik yang biasa-biasa saja*". Secara konseptual, ranah perang bersinggungan dengan aktivitas militer sehingga beberapa metafora dapat juga diklasifikasikan dalam aktivitas militer. Beberapa metafora sudah umum dipakai meskipun tidak dalam ranah politik. Namun, konteks yang dibangun merupakan konteks politik yang lekat dengan dinamika politik pilpres. Data metafora tersebut didasarkan dengan melihat korespondensi kesamaan antara realitas politik pilpres dan aktivitas perang/militer.

Ungkapan metafora di atas, "sudah saatnya tak hanya *perang udara, tapi perang darat*", dikategorikan metaforis karena ungkapan ini dikorespondensikan dengan strategi peperangan dalam melawan musuh. Ungkapan metafora ini dengan mencari titik kesamaan antara kedua konsep perang dan realitas politik pilpres. Pola korespondensi antara strategi perang dan strategi kampanye ditujukan untuk merebut suara pemilih, agar pada saat pencoblosan semua relawan yang ikut turun bergerak melakukan hal-hal baik sebagai upaya menguatkan komitmen pemilih dalam menentukan pilihannya. Pergerakan yang dilakukan harus mencakup semua wilayah yang bisa dilakukan, baik melalui udara dengan memanfaatkan berita *online* dan media sosial, kegiatan positif dan inovatif di masyarakat, langsung turun dari pintu ke pintu, dan semua tim sukses serta relawan melakukan berbagai gerakan dalam menyakinkan pemilih.

Ujaran metafora yang diperoleh, kemudian dianalisis dengan cara mencari korespondensi objek yang diungkapkan dengan konsep perang. Strategi perang darat dan perang udara berkorespondensi dengan kegiatan peperangan yang membutuhkan strategi kampanye melalui pergerakan yang dilakukan pendukung, tim sukses dan simpatisan dengan memanfaatkan alat/bahan perang dalam meraih kemenangan. Penggunaan strategi asosiatif dan korespondensi ini guna mengaktifkan memori semantis dan pengalaman sensori ketika ikut dalam peperangan. Begitu juga situasi saat pilpres 2024, masing-masing kandidat melakukan strategi kampanye yang terukur dalam memperoleh dukungan maksimal dari masyarakat pemilih.

Selanjutnya, ujaran metafora di atas menggunakan ungkapan "kami tidak ingin ada *paslon diserang* atau dipermalukan karena persoalan-persoalan atau pertanyaan-pertanyaan yang sangat-sangat teknis dan tidak substansial" dan "*pertempuran politik* atau kompetensi politik". Kedua data metafora tersebut mengonseptualisasikan bagaimana situasi saat peperangan berlangsung. Saat situasi debat pilpres yang diikuti oleh kedua capres dan cawapres, tidak boleh ada paslon yang dipermalukan melalui pertanyaan, persoalan yang sangat teknis dan berita hoaks serta fitnah. Hal yang harus digali dari para paslon saat debat, yakni apa ide gagasan dan strategi

yang akan dilakukan setelah menang dalam menyelesaikan berbagai permasalahan bangsa guna memajukan dan menyejahterakan rakyat.

Ujaran metafora yang menggunakan ranah sumber, yaitu perebutan simpati rakyat/pemilih yang konkret, sedangkan ranah targetnya adalah perang udara yang bersifat abstrak. Data metafora perang udara/darat memiliki makna bahwa kontestasi perebutan simpati rakyat melalui dunia maya merupakan strategi perang udara. Sementara itu, perang darat dimaknai sebagai kontestasi perebutan simpati publik secara langsung (dunia nyata) melalui proses turun ke bawah untuk mengkampanyekan paslon dan semua program kerja yang akan dilakukan saat menang pilpres. Sementara perang diasosiasikan layaknya kegiatan kampanye yang membutuhkan berbagai usaha dan upaya dalam konstruksi perang. Terlebih ditambah dengan pertanyaan jangan ada sejengkal tanah yang lepas. Nuansa yang dibangun adalah nuansa peperangan yang berkaitan dengan penguasaan teritorial wilayah.

Ujaran metafora melalui menggunakan ranah targetnya adalah "*paslon diserang*", dan ranah sumbernya berita hoaks dan fitnah. Serangan ini terkait dengan semua berita hoaks dan fitnah, serta kampanye negatif yang merugikan paslon tertentu. Begitu juga ujaran metafora lainnya, menggunakan ranah sumber persaingan elektoral dan targetnya adalah *pertempuran politik*, yang dikorespondensikan ke dalam kontestasi politik pilpres. Perang yang mensyaratkan penguasaan-penguasaan wilayah juga muncul sebagai simbol penguasaan elektoral yang diyakini oleh salah satu paslon berdasarkan survei. Penguasaan elektoral salah satu paslon terhadap wilayah tertentu harus direbut dengan tujuan meraih kemenangan pilpres.

Selanjutnya ujaran metafora, "Kalau kita ada di *wilayah pertempuran* yang masih dikuasai lawan", dan "kita menggunakan kesempatan ini bahwa *perang melawan korupsi* itu sampai ke babak baru seperti akan membuka KPK di daerah". Ujaran metafora ini menunjukkan bagaimana gejolak dinamika politik yang begitu keras dan panas sehingga konsep-konsep militer, pertarungan fisik, dan peperangan menjadi hal yang lumrah dalam mengonstruksi bahasa.

Muncul metafora *wilayah pertempuran*, dan *perang melawan korupsi*, sebagai ranah target, sedangkan ranah sumbernya adalah basis masyarakat pemilih, dan kritik kinerja yang dicari titik kesamaan antara korespondensi konsep perang dan realitas pilpres dalam penguasaan wilayah pemilih serta komitmen membasmi korupsi untuk menguatkan pilihan rakyat dalam meraih kemenangan.

Contoh ujaran metafora politik adalah sebagai berikut.

- a. Kami memiliki 5.520 *relawan se-Jawa Barat akan bergerilya door to door* guna mendapatkan 12 juta suara.
- b. Debat kandidat menjadi *ajang pertarungan gagasan* antara paslon.
- c. Kalau di kuartal 1 *AMIN digempur habis-habisan* dengan pendekatan agresif.

Pemetaan metafora konseptual dalam ranah sumber dan target dapat dilihat berdasarkan korespondensi antarkeduanya. Makna yang dihubungkan tersebut hasil dari proses berpikir terhadap suatu objek. Kedua ranah yang diasosiasikan dalam metafora konseptual merupakan abstraksi tertentu yang digeneralisasi. Keduanya memiliki karakteristik yang sama dan membandingkan karakteristik keduanya untuk dijadikan dasar metafora, seperti konsep perang, tidak hanya dimaknai sebagai kegiatan pertempuran antarkedua belah pihak untuk meraih kemenangan. Konsep perang dikorespondensikan dalam kegiatan pilpres berdasarkan sejumlah narasi yang maknanya memiliki kesamaan.

Ujaran metafora pada diksi "*bergerilya door to door*", "*ajang pertarungan dan Anis digempur habis-habisan*" merupakan ranah target yang abstrak, sedangkan berbagai kerja relawan dalam menjemput suara, melakukan adu gagasan dalam debat capres dan menyampaikan pertanyaan kritis secara beruntun dengan tujuan menjatuhkan lawan merupakan ranah sumber yang konkret. Ketiga konsep ini dipadukan dalam konsep berperang, yang mana dalam peperangan itu ada yang dilakukan secara bergerilya dari pintu ke pintu sebagai strategi kampanye tertutup, sedangkan dalam pilpres ditujukan agar meraih simpati rakyat dan memutuskan pilihannya.

Begitu juga ajang pertarungan dan digempur habis-habisan, juga memiliki makna dalam kampanye pilpres perlu berbagai strategi dan taktik, serta *all out* sebagai upaya kesungguhan dalam meraih kemenangan. Contohnya,

- a. Menurut dia, *GA ITB akan mengambil peran sebagai infanteri*.
- b. Saya sebagai *panglima santri* menginstruksikan kepada seluruh santri untuk mendukung.
- c. Moeldoko mengemukakan bahwa data-data terutama capaian pemerintahan telah dikumpulkan sebagai *bekal amunisi*.

Dalam perang ada strategi, taktik, menyerang, bertempur, serangan, gerilya, gempur, senjata, amunisi, bom, dan sebagainya. Dalam pilpres juga ada strategi kampanye, taktik menang, menyerang kandidat dengan program unggulan, serta bergerilya ke masyarakat dari pintu ke pintu untuk mendapatkan dukungan. Selain itu, menggempur rakyat melalui program-program kerakyatan, senjata jitu menjatuhkan lawan, dan mempersiapkan amunisi dana secukupnya. Kedua ranah ini dikorespondensikan dengan konsep perang melalui ujaran metaforis. Sesuai dengan pendapat Lakoff dan Johnson (2003) bahwa metafora konseptual merupakan abstraksi tertentu yang diwujudkan dalam metafora-metafora yang digeneralisasi (2003: 152).

Ujaran metafora konseptual dalam ranah perang di atas diperoleh data metafora sebagai berikut: "*perang udara*", "*perang darat*", "*paslon diserang*", "*pertempuran politik*", "*serangan darat*", "*serangan udara*", "*perang melawan korupsi*", "*wilayah pertempuran*", "*bergerilya door to door*", "*ajang pertempuran gagasan*", "*di gempur habis-habisan*", dan "*bekal amunisi*". Pemetaan metafora konseptual ini berdasarkan konsep yang disampaikan Lakoff dan Johnson (2003), yaitu metafora memungkinkan manusia memahami sesuatu yang relatif abstrak atau tidak terstruktur, melalui hubungan yang konkret (2003:88). Metafora merupakan bukti secara sistematis bagaimana manusia mengonseptualisasikan dan mencari koresponsi apa yang dipikirkan, dialami dan dilakukan dalam mengonstruksikan idenya dalam berbahasa. Metafora konseptual itu memanifestasikan apa yang dilakukan, pikirkan, dan dirasakan manusia berdasarkan

pengalaman sensori yang dimiliki, serta mencari titik koresponsi antara konsep keduanya. Pemetaan lintas ranah perang adalah sebagai berikut.



Gambar 5.1 Pemetaan Lintas-Ranah Perang

Skema metafora dalam ranah perang di atas adalah kekuatan (*force*) yang bercirikan *restraint*, sedangkan citranya berkaitan dengan militeristik melalui membangun pesan tentang ketat dan sengitnya situasi politik pilpres dalam meraih simpati rakyat. Serangan udara/darat dalam perang dikorespondensikan melalui adu gagasan dan serangan berita hoaks karena memiliki kesamaan karakteristik. Tentu serangan tersebut bukan berasal dari pesawat tempur atau kiriman peluru kendali, melainkan berkaitan dengan perang di ranah dunia maya. Perang opini dan adu gagasan melalui media sosial dan pemberitaan *online* marak pada pilpres 2024. Konsep dalam strategi kampanye pilpres yang dilakukan oleh kedua capres dan tim suksesnya dikorespondensikan ke dalam strategi perang sehingga diketahui titik kesamaan antara kedua konsep tersebut. Referensi serupa juga muncul dalam metafora "*gerilya door to*

door”, *“wilayah pertempuran*”, dan *“ajang pertempuran*”. Gerilya merupakan taktik perang yang identik dengan perang tersembunyi dan berpindah-pindah secara diam-diam. Wilayah dan ajang pertempuran yang menjelaskan basis pemilih yang harus direbut suaranya. Menganalogikan gerakan relawan politik, seperti taktik perang gerilyawan, tentu dimaksudkan untuk membangun totalitas dan kontinuitas gerakan relawan dalam meraih simpati masyarakat sebagai pemilih. Begitu juga dengan *“bekal amunisi*” yang memiliki citra pemaknaan berkaitan dengan pesan, narasi politik, atau logistik politik. Citra yang dibangun bersumber pada referensi perang yang selain menunjukkan bahwa kontestasi pilpres 2024 begitu ketat, tinggi, dan panas, juga menunjukkan dominasi tokoh-tokoh militer atau purnawirawan yang terlibat di dalamnya.

Berdasarkan analisis kajian metafora CMT, metafora konseptual yang diperoleh dalam ranah perang adalah **pilpres sebagai peperangan**. Konsep perang dikorespondensikan dan diasosiasikan dalam konteks politik saat pilpres. *“Perang udara*”, *“perang darat*”, *“paslon diserang*”, *“pertempuran politik*”, *“serangan darat*”, *“serangan udara*”, *“wilayah pertempuran*”, *“bergerilya door to door*”, *“ajang pertempuran*”, *“di gempur habis-habisan*”, dan *“bekal amunisi*” merupakan wujud data metafora yang didasarkan melalui melihat titik kesamaan antara aktivitas perang/militer dan realitas pilpres.

Metafora ranah perang diungkapkan oleh para politisi, simpatisan, dan jurnalis yang disampaikan dalam berbagai kegiatan kampanye serta debat untuk menyakinkan masyarakat. Ungkapan metafora ranah perang muncul sebagai cerminan begitu ketat dan sengitnya persaingan antara kedua belah kubu dalam memperebutkan suara rakyat. Selain itu, ujaran metafora dalam ranah perang juga ada pada saat terjadinya saling kritik dan menjatuhkan popularitas kandidat capres dan cawapres melalui kritikan kinerja, karakter diri, dan berita hoaks. Metafora ranah perang menjadi pilihan bagi politisi dan jurnalis dalam menyampaikan pesan kepada publik bahwa proses pilpres membutuhkan kekuatan untuk meraih kemenangan. Kekuatan dari sisi para kandidat, tim sukses, relawan, dan finansial yang menjadi konten dalam ujaran metafora politik pilpres.

2. Metafora Ranah Warna

Warna merupakan bagian dari kebudayaan, setiap kebudayaan memiliki pemaknaan tersendiri terhadap beberapa warna. Di Eropa, kematian disimbolkan dengan warna hitam, sedangkan di India, warna putih menjadi penanda kematian karena merefleksikan kesucian. Sementara di Indonesia menjadi beragam lagi, ada beberapa warna yang disimbolkan dalam mengabarkan kematian. Ada daerah yang menggunakan warna hijau untuk mengabarkan kematian, warna merah seperti di Medan, sedangkan di beberapa daerah Pulau Jawa ada yang menggunakan warna kuning, putih, dan hitam. Pada proses metaforis, warna dilekatkan dengan konsep-konsep politik untuk menghasilkan ungkapan metaforis yang menarik dan memiliki makna mendalam. Beberapa ujaran metafora politik adalah sebagai berikut.

- a. Tapi begitu ada *politik revolusi hijau* di zaman Presiden Soeharto.
- b. Pasalnya, metodenya nggak jelas, *margin of error-nya gelap* dan *quality control-nya* samar-samar.
- c. Rakyat adalah *benteng politik putih*, benteng politik kebenaran dengan kekuatan hati nurani.
- d. Sudah, *angkat bendera putih saja*, dari pada angkat isu nggak jelas.

Berdasarkan contoh ujaran metafora tersebut, dapat disusun analisis metafora konseptual berdasarkan teori Lakoff dan Johnson (2003) dengan mengonstruksi dan mencari korespondensi konsep antara dua hal yang berbeda dalam konsep sumber dan target, yakni pemaknaan warna dalam masyarakat dengan realitas politik. Target menjadi bagian yang perlu dimaknai, sedangkan sumber merupakan suatu konsep yang menghubungkan untuk memahami makna ujarannya. Data metafora *politik revolusi hijau*, *margin of error-nya gelap*, *benteng merah putih*, dan *angkat bendera putih*, menjadi ranah target yang bersifat abstrak, sedangkan ranah sumber memiliki sifat lebih konkret, yaitu gerakan politik pertanian, survei abal-abal, pondasi politik kebenaran, dan mengakui kesalahan yang dikorespondensikan ke dalam konteks politik pilpres. Kedua ranah ini dicari titik kesamaan keduanya antara pemaknaan warna dengan

konsep pilpres yang mengupayakan melakukan gerakan positif, yakni mengupayakan perubahan strategi kampanye dan menguatkan komitmen untuk memajukan negara menjadi negeri yang maju dan menyejahterakan rakyat. Beberapa contoh ujaran metafora politik, yaitu "*warna baju politik*", "*partai putih emak-emak*", "*kampanye hitam para paslon*", "*politik putih melawan politik hitam*", dan "*posisi politiknya enggak jelas, abu-abu*".

Ujaran metafora konseptual ranah warna di atas, yang dijadikan sebagai ranah targetnya adalah *baju politik*, *partai putih*, *kampanye hitam melawan kampanye putih*, *politik hitam*, dan *politik abu-abu*. Data metafora tersebut mencari kesamaan makna antara entitas warna ke dalam ranah aktivitas politik. Aktivitas politik dikorespondensikan ke dalam makna realitas warna untuk memberi gambaran makna yang disampaikan. Sebagai ranah sumber yang bersifat konkret sesuai data di atas adalah latar belakang partai, partai yang bersih/baik, partai yang kotor/jahat, kampanye tidak sehat, dan sikap politik yang tidak jelas.

Konstruksi makna warna yang digunakan dalam pemetaan metafora konseptual tersebut tidak hanya menggambarkan dalam ranah target dan sumber, tetapi masuk juga dalam ranah pemetaan antara warna dan realitas politik. Warna dikorespondensikan ke dalam aktivitas politik, seperti politik abu-abu dan warna baju politik. Warna abu-abu dapat dimaknai berbeda dalam realitas masyarakat, ada yang memaknai tidak memiliki pilihan dan komitmennya. "Politik abu-abu" dikorespondensikan pada warna abu-abu yang tidak memiliki ketetapan pasti, sedangkan warna hijau politik dikorespondensikan ke dalam salah satu simbol partai politik tertentu yang memiliki bendera warna hijau. Sesuai dengan pendapat Lakoff dan Johnson (1993), metafora konseptual selain menggunakan ranah sumber dan target juga menggunakan invarian serta pemetaan sebagai upaya menyatukan gejala bahasa dalam metafora konseptual melalui kesamaan makna antara yang diasosiasikan. Berikut gambar pemetaan lintas ranah warna.



Gambar 5.2 Pemetaan Lintas-Ranah Warna

Gambar tersebut menggambarkan ujaran metafora politik berkorespondensi antara ranah keduanya, yaitu konsep warna dan aktivitas politik. Konsep keduanya mencari titik kesamaan sebagai upaya memahami makna ujaran metafora tersebut. “*Politik revolusi hijau*” merepresentasikan gagasan referensial terkait warna hijau. Kebudayaan Indonesia mengartikan warna hijau sebagai penanda kesuburan, hal tersebut dikaitkan dengan warna daun, hutan, sawah, atau ladang. Secara historis, politik revolusi hijau mengacu pada usaha di era Orde Baru yang mengoptimalkan pertanian agar bangsa mengalami swasembada pangan.

Skema dalam metafora ranah warna di atas adalah skema keadaan (*existence*) yang bercirikan objek, sedangkan citranya adalah warna *hijau* menjadi referensi dalam memunculkan metafora “*politik revolusi hijau*”. Pada pilpres 2024 sengaja dimunculkan sebagai skema waktu untuk menghadirkan kenangan masa silam tentang keberhasilan Orde Baru menciptakan swasembada pangan. Beberapa warna juga

menjadi simbol dikotomi antara baik dan jahat, yakni warna putih dan warna hitam. Warna *putih* yang diwujudkan dalam metafora *politik putih* identik dengan perilaku politik bersih dan menggerakkan kegiatan-kegiatan kebaikan masyarakat. Sementara itu, warna *hitam* dalam ujaran metafora *kampanye hitam* memiliki citra buruk, kotor, dan jahat dalam skema pemaknaannya. Bahkan, pada data di atas, ketidakredibelan data dan metode survei digambarkan sebagai warna *gelap*. Warna-warna gelap dan hitam menjadi acuan simbolis untuk menggambarkan hal buruk yang mengandung kesalahan dan ketidakjujuran. Dalam konteks ini, warna menjadi sumber referensi dalam menghadirkan metafora.

Berdasarkan data dan analisis pembahasan di atas, metafora konseptual yang diperoleh dalam ranah warna adalah **realitas pilpres sebagai pemaknaan warna**, karena konsep warna dikorespondensikan ke dalam ujaran metafora politik pilpres. Dalam proses pilpres, konsep warna telah menggambarkan politik warna yang menjelaskan bentuk sikap dan karakter para politisi dalam menggerakkan kegiatan kampanye pilpres.

Metafora ranah warna digunakan dalam menyampaikan berbagai pesan politik yang menjelaskan sikap, karakter dan gerakan para kandidat dan politisi. Ujaran metafora "*baju politik*", "*partai putih*", "*kampanye hitam*", "*politik hitam*", dan "*politik abu-abu*" muncul sebagai ungkapan yang menggambarkan sikap dan karakter politisi sebagai pelaku dalam pilpres. Selain itu, metafora pada ranah warna juga digunakan saat ingin meyakinkan para pemilih bahwa kandidat dan partai pengusung memiliki kemampuan serta keyakinan dalam membawa negara dan bangsa menuju kemajuan. Ujaran metafora tersebut ada pada "*politik revolusi hijau*" yang memiliki makna bahwa jika kandidatnya menang, maka swasembada pangan akan naik dan akan memberikan prioritas perhatian pada sektor pertanian. Selain itu, ujaran "*benteng politik putih*" yang bermakna arah gerakan politik yang angkat adalah *politik kejujuran dan kebaikan*. Proses pembangunan akan dilakukan secara bertanggung jawab, jujur, dan berkeadilan.

3. Metafora Ranah Fenomena

Metafora politik ranah fenomena meliputi fenomena alam, sejarah, dan kebudayaan. Ranah ini mengaitkan antara konsep politik dan fenomena yang terjadi. Fenomena alam terkait dengan banjir, badai, fajar, atau longsor. Fenomena sejarah terkait dengan punah, sontoloyo, atau primitif. Adapun fenomena kebudayaan berkaitan dengan Kawah Candradimuka, kacang, dan wayang. Beberapa fenomena lain yang diidentifikasi merupakan fenomena yang dapat terindra. Beberapa contoh ujaran metafora politik dalam ranah fenomena, di antaranya "bangsa Indonesia tidak menjadi *kacung* bangsa lain", "saat ini sedang *banjir* hoaks dan fitnah", "politik uang itu anomali, pertanda demokrasi *primitif*", "suara pemilih *diperjualbelikan*" dan "pesantren sebagai salah satu *Kawah Candradimuka*".

Konseptualisasi fenomena berupa skala mental yang menjadi referensi terkait dengan kebudayaan. Konsep "*kacung*" dan "*Kawah Candradimuka*" identik dengan kebudayaan Jawa. Kacung merupakan difemia untuk menggambarkan pembantu, *office boy*, atau pesuruh. Sementara itu, Kawah Candradimuka merupakan aktualisasi konsep wayang terhadap kehidupan manusia. Kawah Candradimuka merupakan tempat untuk mengasah bakat dan kemampuan.

Ujaran metafora politik tersebut didasarkan pada ranah target, yaitu "*kacung bangsa lain*", "*banjir hoaks dan fitnah*", "*politik uang*", "*demokrasi primitif*", "*suara diperjualbelikan*", "*diterpa badai keras*", dan "*Kawah Candradimuka*". Sementara ranah sumbernya yang lebih konkret, yaitu hilangnya kedaulatan atau menjadi pembantu/pesuruh di rumah sendiri, banyak berita bohong dan salah, perilaku politik yang memanfaatkan uang dalam memengaruhi pemilih, sikap politisi kampung, suara pemilih bisa dibayar, sikap dan pendirian yang kokoh, serta tempat mengasah kemampuan. Untuk memahami makna dari kedua konsep ranah tersebut, harus dipahami konsep yang dijadikan asosiasi dalam menghubungkan sifat kesamaan antara keduanya. Data metafora di atas didasarkan konsep fenomena

yang dikorespondensikan ke dalam realitas pilpres. Begitu juga data ranah fenomena berikut, "Indonesia akan bubar dan punah", "politik identitas yang sudah terlanjur terjadi", "NKRI tidak boleh retak, harus utuh", "pemilihan anggota legislatif tenggelam", dan "tenggelam dalam hiruk pikuk pembicaraan lautan pilpres".

Fenomena diksi *bubar* dan *punah* dalam ujaran "*Indonesia bubar*" dan "*Indonesia akan punah*" merupakan konsep yang khas pada pilpres 2024. Sebagai sebuah fenomena sejarah dan biologis, punah tentu memiliki rujukan jelas dan konkret dalam menentukan binatang atau tumbuhan yang dinyatakan punah. Dalam kerangka konseptual yang lebih utuh, punahnya bangsa Indonesia tentu tidak dapat dikaitkan secara biologis, tetapi secara politis dan masih bersifat abstrak. Beberapa konsep fenomena, seperti *fajar*, yang kemudian dilekatkan dengan "*serangan fajar*", serta fenomena *banjir* yang dikaitkan dengan "*banjiri GBK*", tentu memiliki konseptualisasi yang berbeda dengan konsep pemahaman umum.

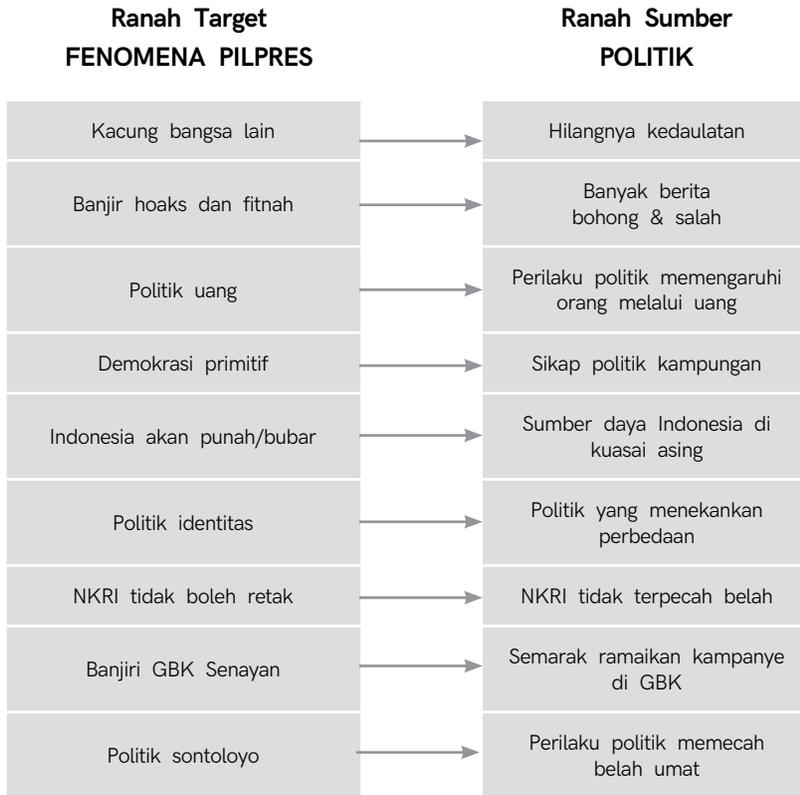
Ranah target yang bersifat abstrak dalam data di atas adalah "*Indonesia akan bubar dan punah*", "*politik identitas*", "*NKRI tidak boleh retak*", "*pileg tenggelam*", dan "*tenggelam dalam lautan pilpres*". Sementara itu, ranah sumber yang bersifat konkretnya adalah sumber daya Indonesia di kuasai asing, sikap politik yang menekankan perbedaan, NKRI tidak terpecah belah, dan pileg tersisihkan dari hegemoni pilpres. Kedua konsep ini dikorespondensikan ke dalam situasi pilpres berdasarkan semua permasalahan yang melingkupinya sehingga memunculkan berbagai dinamika sebagai gambaran bahwa pilpres terus memengaruhi pola pikir dan sikap semua masyarakat.

Hal yang sama juga terdapat pada contoh ujaran metafora politik ranah fenomena berikut.

- a. *Pemilu* ini bukan bikin *film sinetron*.
- b. Hati-hati dengan *serangan fajar*.
- c. *Ayo padati GBK, banjiri GBK* senayan.
- d. *Politik sontoloyo* yang dilakukan kandidat sebelah.

Beberapa contoh di atas dalam ranah pemetaan yang diperoleh sebagai ranah target adalah "*pemilu bukan film sinetron*", "*serangan fajar*", "*banjiri GBK senayan*", dan "*politik sontoloyo*", sedangkan ranah sumber suatu konsep yang lebih bersifat konkret adalah pemilu bukan permainan, perilaku curang saat sebelum masa pencoblosan, ramaikan kampanye di GBK, dan perilaku politik yang memecah belah umat.

Pemetaan metafora ranah fenomena di atas menggambarkan bahwa manusia menggunakan metafora dengan cara melihat korespondensi fenomena yang dipengaruhi proses berpikir. Metafora konseptual merupakan proses kognitif dalam menyatakan suatu konsep dengan konsep lain yang berkorespondensi dengan konsep sesuai realitas. Sesuai dengan pendapat Kövecses (2010), metafora konseptual menggunakan suatu ranah dalam ranah konseptual yang lain (2010:44). Data pemetaan ranah fenomena di atas merupakan bukti penggunaan bahasa yang digunakan sebagai bukti secara sistematis cara manusia mencari korespondensi data yang diperoleh melalui konsep metafora hasil apa yang dipikirkan, dilakukan, dan dialami sehingga menghasilkan metafora yang menggunakan ranah sesuai fenomena yang dibangun dari realitas sosial. Setiap fenomena terkait dengan referensi kebudayaannya. Beberapa fenomena merupakan bagian kontekstual dari persona yang menghadirkannya, terutama berkaitan dengan kebudayaan Jawa. Fenomena kebudayaan Jawa menjadi referensi penciptaan metafora. Pemetaan lintas ranah fenomena adalah sebagai berikut.



Gambar 5.3 Pemetaan Lintas-Ranah Fenomena

Analisis ranah sumber dan ranah target yang sesuai pada Gambar 3 merupakan wujud kolaborasi antara teori metafora Kövecses dan penulis. Ranah target merupakan data ujaran metafora politik yang berbentuk abstrak, seperti "*kacung bangsa lain*", "*banjir hoaks/fitnah*", "*demokrasi primitif*", "*NKRI retak*", "*tenggelam dalam hiruk pikuk lautan pilpres*", dan "*politik sontoloyo*", sedangkan ranah sumber merupakan target makna yang dituju atau realitas politik yang ada dalam pilpres, seperti hilangnya kedaulatan karena akan menjadi pembantu/pesuruh di rumah sendiri, merusak tatanan kehidupan politik, demokrasi yang dikotori perilaku tidak baik, atau negara yang kehilangan eksistensi.

Kacung adalah bentuk disfemia dari kata *pembantu* atau *pesuruh*. Kacung merupakan fenomena sejarah di masa lalu untuk

menggantikan konsep kata *budak*. Jadi, menjadi kacung bangsa lain dapat dipahami sebagai proses hilangnya eksistensi bangsa dan kedaulatannya di bawah kendali bangsa lain. *Kacung* bersumber dari referensi budaya kolonial Belanda yang mensubordinasi rakyat jajahan melalui entitas bahasa. Hal ini juga berkaitan dengan metafora lain, seperti *Indonesia bubar* atau *punah* yang maknanya selaras, yaitu menunjukkan bahwa Indonesia sudah kehilangan eksistensi politiknya di mata dunia. Indonesia menjadi negara yang tidak berdaulat karena bisa menjadi pembantu/pesuruh di negeri sendiri.

Sementara itu, "*demokrasi primitif*" yang digandengkan dengan "*politik uang*" juga muncul untuk menghadirkan pesan baru pada pilpres 2019. Primitif identik dengan hal kuno dan terbelakang. Demokrasi primitif bermakna proses demokrasi yang masih kuno dan terbelakang karena terpengaruh dengan konsepsi kenegaraan lama, baik era Orde Baru maupun era jauh sebelum itu. Demokrasi primitif ditandai dengan *money politic*, ketika pilihan rakyat dapat dikontrol dengan uang. Pada konteks lain, lahir sebuah metafora khas pilpres 2019, yaitu "*politik sontoloyo*". *Sontoloyo* adalah istilah dipakai Soekarno untuk memberikan label pada kelompok Islam yang tidak dapat menerima Nasakom (dikatakan Islam *Sontoloyo*). Istilah ini dimunculkan kembali di pilpres 2019 untuk melabeli lawan politik yang dianggap bodoh dan konyol dalam menjalankan kerja politiknya atau kinerja yang telah dilakukan lawan politiknya selama diberi amanah sebagai presiden.

Skema yang dibangun dalam data penelitian ranah fenomena adalah skema keadaan (*existence*) yang bercirikan proses. Dasar pengalaman manusia yang dikaitkan dengan skema keadaan untuk menggali mental manusia yang bersumber dari pikiran dan pengalaman yang dirasakannya terdahulu, menjadikan bahasa sebagai media untuk mengekspresikan ungkapan melalui basis metafora. Fenomena-fenomena kebudayaan, khususnya budaya Jawa menjadi referensi dalam menghadirkan citra makna berkaitan dengan narasi politik yang ingin dibangun oleh para politisi. Setiap citra bersumber dari kesan simbolis masa lalu yang selama ini melekat pada diri manusia. Kesan tersebut secara kognitif tersimpan dan menjadi

dasar referensial dalam menghadirkan metafora-metafora yang selaras dengan nuansa politik pilpres 2024.

Berdasarkan data dan analisis pembahasan, maka metafora konseptual yang diperoleh dalam ranah fenomena adalah **pilpres sebagai fenomena kemanusiaan dan kebudayaan** karena konsep fenomena dikonstruksi ke dalam ujaran metaforis. Dalam pilpres 2024, konsep fenomena telah melahirkan ujaran-ujaran metaforis yang khas, yaitu "*banjir hoaks dan fitnah*", "*Indonesia akan punah*", "*Indonesia akan bubar*", "*politik sontoloyo*", "*politik genderuwo*", dan yang lainnya. Fenomena politik seperti ini belum ada pada proses pilpres tahun-tahun sebelumnya.

Metafora dalam ranah fenomena sebagian lahir sebagai ungkapan yang menggambarkan sisi kemanusiaan dan kebudayaan dalam lingkup pilpres. Selain itu, juga saat mengungkapkan keadaan situasi pilpres 2024, seperti "*banjir hoaks dan fitnah*" atau "*politik uang dan banjiri GBK Senayan*". Ungkapan metafora yang menggambarkan sisi kemanusiaan dan kebudayaan adalah "*kacung bangsa lain*", "*demokrasi primitif*", "*Indonesia akan punah/bubar*", "*NKRI tidak boleh retak*", dan "*politik sontoloyo*". Ungkapan metafora pada ranah fenomena ini mengangkat sisi kemanusiaan dalam situasi kampanye dan sisi kebudayaan Indonesia yang dikonstruksi dalam konteks politik.

4. Metafora Ranah Agama

Pada Pilpres 2024, nuansa keagamaan khususnya Islam sangat kental terlebih banyak isu-isu yang membangkitkan spirit keagamaan umat muslim muncul menjelang pilpres. Kasus kebahasaan yang melibatkan politisi sehingga ditetapkan sebagai tersangka penodaan agama merupakan titik tolak bangkitnya semangat umat muslim untuk berpolitik. Dalam narasi politisnya, para paslon dan relawan juga memainkan penggunaan metafora politik ranah agama dalam kampanye. Metafora ranah agama cukup dominan menghiasi pemberitaan politik di media massa. Meski intensitasnya tinggi,

variasi yang diciptakan justru cenderung diulang-ulang penggunaan diksi dalam ungkapan metafora. Diksi *jihad* menjadi salah satu yang paling menonjol. Berikut beberapa contoh ujaran metafora politik, "anggap saja saat pencoblosan nanti kita *lebaran kemerdekaan*", "kami ingin *berjihad memenangkan paslon*", "wacana dikotomi *parpol setan* dan *parpol Tuhan*", dan "masyarakat harus *jihad ekonomi* guna membawa bangsa ini maju".

Ranah target yang dikembangkan dalam data ujaran metafora di atas adalah "*lebaran kemerdekaan*", "*jihad memenangkan Jokowi-Amin*", "*syahwat politik*", dan "*jihad ekonomi*". Sementara itu, ranah sumber yang menjadi dasar untuk memahami konsep abstrak yang lebih konkret adalah kemenangan pilpres, sikap keteguhan/komitmen memenangkan Jokowi-Amin, *parpol kotor* yang pergerakannya seperti karakter setan, yakni mengadu domba dan berbuat jahat. *Parpol suci* adalah *parpol* yang menjunjung tinggi nilai-nilai kebaikan. Selanjutnya, komitmen memajukan perekonomian diasosiasikan ke dalam sikap, komitmen, dan pendirian dalam berpolitik praktis pilpres 2024.

Data metafora di atas menunjukkan keterikatan dan berkorespondensinya antara konteks politik dengan agama. "*Lebaran kemerdekaan*" dikaitkan dengan hari raya atau hari besar umat Islam yang diasosiasikan menjadi hari kemenangan atau kesuksesan memenangkan konstelasi pilpres. Dalam konteks politik, "*lebaran kemerdekaan*" berisi pesan kebebasan rakyat untuk memilih calon presiden. Dalam konteks yang sama, "*jihad politik*" dan "*jihad ekonomi*" juga menjadi simbol untuk menggambarkan keteguhan atau dalam pemaknaan lain, yaitu perang untuk memperjuangkan politik atau ekonomi.

Sementara itu, metafora "*parpol setan*" menjadi metafora yang bernuansa negatif terkait dengan konteks agama. Setan adalah makhluk Tuhan yang membangkang, dalam hal ini, keinginan politik yang menggebu-gebu untuk meraih kekuasaan melalui jalur-jalur keparpolan yang terlarang merupakan citra yang dikorespondensikan sebagai hal yang buruk.

Contoh ujaran metafora politik, yaitu:

- a. *Memolitisasi salat* dan rumah ibadah.
- b. *Mewakafkan sisa hidupnya* untuk mengabdikan kepada kepentingan bangsa.
- c. Membangun politik arus baru, yakni *politik keikhlasan*.

Beberapa contoh ini merupakan ranah target yang muncul, seperti "*memolitisasi salat*", "*mewakafkan sisa hidupnya*", dan "*politik keikhlasan*". Data ranah sumber yang bersifat lebih konkret merupakan kesungguhan atau keseriusan untuk meraih kemenangan pilpres, membawa, atau memanfaatkan salat ke ranah pilpres melalui perilaku saleh, seolah-olah rajin beribadah dan memiliki karakter islami, mengikhlasakan usia untuk kepentingan dan kemajuan negara, serta sikap politik tanpa mengharap balasan. Kedua ranah yang dikembangkan dalam ujaran metafora di atas melihat korespondensi antara sikap dan karakter berpolitik dalam memahami makna metafora.

Pada data di atas, nuansa keagamaan juga dibangun dalam membangun citra diri di ranah politik. "*Wakaf diri*" merupakan simbol penyerahan sepenuhnya untuk kepentingan rakyat. Nuansa yang serupa, yaitu "*politik keikhlasan*" juga muncul sebagai bentuk narasi politik untuk membangun citra diri sebagai sosok yang tulus dan ikhlas dalam melayani rakyat.

Berikut contoh ujaran metafora politik "*kita ke TPS jihad pakai paku-paku untuk mencoblos*", dan "*Insya Allah Sukabumi akan mikraj* kepada jalan kebenaran". Contoh ini merupakan ranah targetnya adalah "*jihad pakai paku-paku*" dan "*Sukabumi akan mikraj*", sementara ranah sumbernya adalah komitmen saat mencoblos dan wilayah harus kita menangkan. Data "*jihad dengan paku*" mengaktualisasi konsep yang abstrak menjadi lebih konkret. Jihad sesuatu yang abstrak, sedangkan paku sesuatu yang konkret. "*Jihad dengan paku*" bukan berarti membuat rakyat dimobilisasi untuk membuat kerusuhan atau berperang dengan bersenjatakan paku, melainkan secara simbolis diartikan dengan memotivasi rakyat agar menggunakan hak pilihnya di pilpres 2024.

Metafora konseptual ranah agama tersebut mencari korespondensi bahwa nilai-nilai agama adalah realitas kehidupan sosial politik. Formulasi bahwa pemilu dan aktivitas yang melingkupinya adalah representasi dari kegiatan agama, seperti "*jihad kemenangan*", "*lebaran kemerdekaan*", "*parpol Tuhan*", dan "*parpol setan*". Realitas sosial politik dalam pemilu digambarkan dalam realitas aktivitas pemahaman keagamaan. Pengalaman keagamaan disinergikan dengan konseptualisasi metafora politik. Pemetaan lintas ranah agama adalah sebagai berikut.



Gambar 5.4 Pemetaan Lintas-Ranah Agama

Skema yang dibangun dalam ujaran metafora ranah agama adalah skema identitas (*identity*), sedangkan citranya merupakan upaya mendekatkan diri kepada kelompok agamawan. Metafora "*lebaran kemerdekaan*" memiliki motif politik yang kuat. Lebaran merupakan hari raya umat Islam. Mengaitkan hari pencoblosan dengan "*lebaran kemerdekaan*" merupakan usaha untuk melihat

korespondensi antara konsep pilpres dan hari kemenangan bagi paslon tertentu. Selain memberikan narasi kebebasan kepada publik, metafora tersebut juga membangkitkan citra diri untuk lebih dekat dengan pemilih muslim.

Diksi yang muncul beberapa kali dalam ujaran metafora saat pilpres 2024 adalah kata *jihad*. Jihad merupakan salah satu terminologi agama yang diidentikkan dengan peperangan dalam berjuang membela agama dan negara. Bersumber dari wikipedia, kata *jihad* berasal dari bahasa Arab yang memiliki makna berjuang/ usaha/ikhtiar dengan sungguh-sungguh. Jihad dilaksanakan untuk menjalankan misi utama manusia, yaitu menegakkan agama Allah Swt. dengan cara-cara yang sesuai dengan tuntunan agama. Sementara menurut KBBI, kata *jihad* memiliki makna usaha dengan segala daya upaya untuk mencapai kebaikan atau usaha yang sungguh-sungguh membela agama Islam dengan mengorbankan harta benda, jiwa, dan raga. Jadi, jika pilpres diibaratkan seperti sebuah peperangan, maka berjihad dalam pilpres merupakan usaha untuk ikut meraih kemenangan demi kepentingan bangsa dan negara, yaitu kemajuan dan dapat menyejahterakan rakyat.

Secara etimologi, jihad bermakna berusaha secara sungguh-sungguh dalam menjalankan sesuatu. Dalam konteks pilpres, jihad adalah "peperangan" untuk memenangkan paslon menguasai negara, sukses mengantarkan capres dan cawapres menjadi presiden dan wakil presiden. Istilah "*jihad politik*" dan "*jihad ekonomi*" menjadi populer untuk menetralisasi pemahaman jihad yang disimpangkan menjadi aksi terorisme. Selain untuk menunjukkan identitas keislaman paslon tertentu, istilah "*jihad*" juga untuk memberikan penegasan betapa ketat dan panasnya situasi pilpres 2024.

Skema citra yang dibangun berkaitan dengan usaha untuk menempatkan diri paslon berada dekat dengan pemilih muslim, menjadikan narasi pilpres dipenuhi dengan referensi terminologi agama. *Wakaf, jihad, ikhlas*, dan sebagainya merupakan skema tujuan (*purpose*) yang dibangun secara kognitif untuk mengasosiasikan persona (dalam hal ini paslon) agar terlihat dekat dengan kalangan

muslim. Citra yang dibangun semata-mata penciptaan pesan simbolis yang nuansanya politis dan bukan murni agama.

Berdasarkan data dan analisis pembahasan di atas, maka metafora konseptual yang diperoleh dalam ranah agama adalah pilpres bagian dari realitas beragama karena konsep agama dikonstruksi ke dalam ujaran metaforis. Pada masa kampanye pilpres, konsep agama telah dikembangkan dalam berbagai kegiatan para capres dan tim suksesnya, di antaranya "*politik keikhlasan*", "*jihad besar*", "*mewakafkan sisa hidup*", "*politisasi salat*", "*parpol Tuhan*", "*parpol setan*", dan konsep lainnya. Konsep yang lahir tersebut telah menghubungkan dan mencari sifat kesamaannya antara politik dan agama.

Metafora ranah agama cenderung muncul dalam konteks politik pilpres sebagai wujud realitas beragama. Metafora ranah agama juga menjadi ungkapan yang bertujuan mendekatkan para kandidat, tim sukses, dan pendukungnya dengan agama. Memasukkan berbagai konten agama sebagai upaya meyakinkan para pemilih untuk menentukan pilihannya. Metafora ranah agama mengambil konten-konten agama sebagai upaya penguatan keyakinan dalam menentukan pilihannya. Seperti metafora "*lebaran kemerdekaan*", "*mewakafkan sisa hidup*", "*politik keikhlasan*", dan "*memolitisasi salat*". Ujaran metafora tersebut muncul sebagai ungkapan dalam mengambil hati pemilih, meyakinkan, dan menguatkan komitmen dalam menentukan pilihan saat pencoblosan pilpres.

5. Metafora Ranah Tubuh

Metafora politik ranah tubuh melihat korespondensi antara realitas politik dan hal-hal yang berhubungan dengan tubuh manusia. Hal tersebut meliputi anggota tubuh, kondisi tubuh, dan kebutuhan-kebutuhan tubuh. Tubuh manusia memang selalu lekat digunakan dalam ujaran metafora, seperti kepala sekolah, tangan kanan, atau tulang punggung. Dalam ranah politik, tubuh menjadi konstruksi andalan untuk menciptakan pemaknaan baru terhadap sebuah ungkapan. Metafora politik ranah tubuh menjadi salah satu

yang dominan dalam pemberitaan pilpres di media massa. Contoh ujaran metafora politik, "informasi itu telah membuka *mata rakyat*", "mengutuk cara-cara *berpolitik yang tidak sehat*", dan "pekerjaan mereka merupakan tugas *vital jantungnya demokrasi*".

Metafora politik sesuai contoh di atas dibangun berdasarkan korespondensi antara realitas politik dan konsep tubuh manusia. Ranah target dalam data di atas adalah "*membuka mata rakyat*", "*berpolitik tidak sehat*", "*jantungnya demokrasi*", "*lidah perut rakyat*", dan "*pejabat kuping tipis*". Sementara ranah sumbernya, yakni membuka ketidaktahuan rakyat, kegiatan politik yang melanggar hukum, pentingnya tugas dan peran saksi saat pencoblosan, menjajah makanan lokal, serta pejabat yang tidak bisa menerima kritikan. Ranah tubuh memberikan dimensi personifikasi terhadap konsep-konsep politik. "*Jantung demokrasi*" selain berbentuk personifikasi juga menjadi penanda vitalnya pekerjaan yang dilakukan. Jantung adalah bagian vital tubuh manusia yang fungsinya disejajarkan dengan kerja politik. Dalam konteks yang serupa, "*lidah perut rakyat*" juga gambaran spesifik tentang kebutuhan masyarakat yang dikaitkan dengan logistik atau selera makan. Pada ujaran metafora di atas, konteks tubuh digunakan untuk mengonseptualisasi pemahaman, aspirasi, dan kesadaran rakyat dengan menyederhanakan dan mengonkretkan melalui mata. "*Membuka mata rakyat*" tentu bukan semata-mata berbicara tentang fungsi mata, melainkan berbicara dalam konteks yang lebih luas, yakni membuka kesadaran dan kepedulian rakyat untuk berperan aktif dalam menyukseskan pesta demokrasi lima tahunan pilpres.

Contoh ujaran metafora politik, "kondisi *negara sedang sakit* atau terpuruk", "menjadi *penyambung lidah tim sukses*", serta "mulai hari ini, *mata, telinga, dan otot partai* akan bergerak". Contoh ujaran metafora ini merupakan ranah target bersifat abstrak yang menjadi dasar untuk memahami makna ujaran metaforis melalui konsep yang konkret dalam ranah sumber. Data ranah target sesuai data di atas adalah "*negara sedang sakit*", "*penyambung lidah tim sukses*", "*tubuh bangsa*", serta "*mata, telinga, dan otot partai*". Ranah sumbernya adalah negara sedang mengalami banyak

masalah yang harus segera diselesaikan, media center/media informasi masyarakat, butuh keseriusan untuk dituntaskan, kesatuan NKRI, dan semua potensi partai harus bergerak.

Ujaran metafora mencari titik kesamaan melalui korespondensi antara konsep tubuh dengan realitas politik yang berbeda. Di sisi lain, melalui korespondensi dengan realitas tubuh menghadirkan referensi pengalaman manusia yang terikat dengan tubuh. Negara dipersonifikasi sebagaimana manusia yang sakit kanker dengan stadium empat. Hal ini terkait dengan kondisi bangsa yang diliputi kebocoran anggaran dan tingkat korupsi yang tinggi.

Personifikasi juga muncul pada data lainnya dengan melihat korespondensi antarkonsep keduanya, bangsa sebagai tubuh, dan mengibaratkan partai memiliki mata, telinga, dan otot yang bergerak. Simbolisasi ini memberikan pengertian bahwa anggota partai (*person*) akan serius dalam menjalankan kerja-kerja partainya. Contoh ujaran metaforanya adalah sebagai berikut.

- a. Seluruh kepala daerah semoga menjadi *darah segar kemenangan*.
- b. Di Jawa Tengah kami akan menang ngos-ngosan.
- c. Orang yang sedang mengalami pendarahan terus-menerus dan hanya dapat bertahan hidup dari transfusi darah.
- d. Ia pun mengibaratkan *transfusi darah utang luar negeri*.
- e. Orang yang sejak awal *berkeringat dalam berjuang*.

Ranah target dalam ujaran di atas adalah "*darah segar kemenangan*", "*di Jateng kami ngos-ngosan*", "*tubuh sedang mengalami pendarahan*", "*transfusi darah utang luar negeri*", dan "*orang yang sejak awal berkeringat*". Sementara itu, ranah sumber yang dijadikan dasar untuk memahami ujaran metafora adalah semangat untuk meraih kemenangan, usaha bekerja keras, NKRI sedang tidak stabil, butuh energi baru, dan orang yang sudah bekerja keras dari awal kegiatan politik. Kedua konsep di atas berkorespondensi antara konsep tubuh dan realitas politik pilpres.

Kerja partai juga diibaratkan dapat mengalami *ngos-ngosan* atau napas yang tersengal-sengal. Konseptualisasi yang ingin dibangun adalah tim sukses atau partai pengusung capres merasa kesulitan

dalam meraih simpati masyarakat di wilayah tertentu. Dalam konteks yang berbeda, tubuh manusia juga dikorespondensikan ke dalam kondisi bangsa yang mengalami pendarahan dan hanya dapat bertahan hidup melalui transfusi darah. "*Proses pendarahan*" merupakan bangunan konseptual terkait dengan kondisi finansial negara yang sedang kacau sehingga membutuhkan bantuan dana dari negara asing atau pihak lain. Berikut beberapa contoh ujaran metafora politik, "*menurunkan tensi politik yang semakin memanas*", "*Partai A disebut-sebut bermain dua kaki*", serta "*kita mendapat tambahan vitamin, tambahan adrenalin, dan tambahan momentum yang baik*".

Ranah target dalam ujaran di atas adalah "*menurunkan tensi politik yang semakin memanas*", "*demokrat bermain dua kaki*", dan "*tim yang solid dapat menambah vitamin, dan adrenalin*", sedangkan ranah sumbernya merupakan menormalkan gerakan politik praktis, berada di dua kemungkinan antara mendukung dan tidak mendukung capres tertentu, dan tim kuat dapat menambah semangat baru. Kedua konsep ranah target dan sumber di atas juga melihat korespondensi antara konsep tubuh dan realitas pilpres.

"*Tensi politik*" berkaitan dengan tekanan dalam kontestasi politik yang dikhawatirkan menyebabkan friksi yang semakin kuat di tengah rakyat. Tensi politik tentu memiliki asosiasi yang selaras dengan tensi pada manusia. Kondisi tekanan darah (tensi) harus stabil. Jika terlalu tinggi, maka akan mendatangkan masalah pada tubuh. Begitu juga sejumlah data ujaran metafora yang mengasosiasikan timses salah satu paslon membutuhkan vitamin, sebagaimana manusia dalam menjalankan praktik-praktik politiknya.

Metafora konseptual ranah tubuh sesuai data yang diperoleh di atas, yaitu "*membuka mata rakyat*", "*politik tidak sehat*", "*jantungnya demokrasi*", "*lidah perut rakyat tidak boleh terjajah*", "*pejabat kuping tipis*", "*kondisi negara sedang sakit*", "*penyambung lidah*", "*korupsi sudah stadium empat*", "*perpecahan dalam tubuh bangsa, mata, telinga dan otot partai akan bergerak*", "*darah segar kemenangan*", "*kami di Jateng ngos-ngosan*", "*Indonesia seperti tubuh orang yang mengalami pendarahan*", "*transfusi darah*",

"orang berkeringat dalam pilpres", "tensi politik", "partai demokrat bermain dua kaki", dan "kita mendapatkan tambahan vitamin".

Metafora ranah tubuh di atas menegaskan bahwa metafora konseptual merupakan organisasi yang koheren dengan pengalaman manusia. Konsep metafora yang diperoleh secara metaforis memiliki struktur sendiri, aktivitas yang dilakukan juga terstruktur, dan bahasa yang digunakan terstruktur. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Lakoff dan Johnson (2003:5) bahwa metafora konseptual tersebut memiliki strukturnya sendiri, aktivitas yang dilakukan terstruktur, dan bahasa yang digunakan untuk mengonseptualisasikan juga terstruktur. Begitu juga pendapat Kövecses (2010) yang mengatakan bahwa metafora konseptual dalam ranah sumber dan target merupakan organisasi yang koheren dengan pengalaman manusia. Berikut konseptualisasi lintas ranah tubuh.



Gambar 5.5 Pemetaan Lintas-Ranah Tubuh

Skema metafora ranah tubuh dalam tulisan ini adalah skema identitas (*identity*), sedangkan citra yang dibangun adalah mental

politisi. Ujaran metafora ranah tubuh mencitrakan mental politisi dalam kegiatan politik. Seperti ujaran "*pejabat kuping tipis*", "*penyambung lidah tim sukses*", "*tubuh sedang mengalami pendarahan*", dan "*sejak awal berkeringat*". Ujaran metaforis di atas menggambarkan realitas mental politisi.

Penentuan ranah target berkaitan dengan pengalaman manusia yang terstruktur secara kognitif dalam penciptaan metafora. Metafora ranah tubuh melihat korespondensi antara konsep-konsep politik ke dalam konsep tubuh manusia, di antaranya "*membuka mata rakyat*". Selama ini mata rakyat sudah terbuka, karena lazimnya manusia yang memiliki mata, maka proses terbuka dan tertutupnya mata menjadi hal yang biasa. Metafora "*membuka mata rakyat*" tentu memiliki makna memberikan informasi yang baru kepada rakyat. Fakta-fakta yang selama ini belum diketahui menjadi terungkap dan rakyat sadar dengan kondisi yang dialaminya.

Perut juga tentu tidak memiliki lidah, makna yang dapat digali dari metafora "*lidah perut rakyat*" tidak boleh terjajah adalah berkaitan dengan selera. Bangsa Indonesia kaya akan makanan-makanan tradisional yang baik untuk rakyat. Sementara itu, banyak kalangan yang lebih suka memilih makanan asing untuk memenuhi selera makan mereka. Ini yang digambarkan sebagai proses penjajahan lidah perut dalam skema alat (*means*). Skema alat juga muncul pada metafora "*pemberantasan korupsi stadium empat*". Stadium tingkat empat merupakan level tertinggi keparahan penyakit kanker. Jika seseorang sudah menderita kanker stadium empat, maka harapan hidupnya sangat tipis. Sama dengan pemberantasan korupsi di Indonesia yang dinilai bermasalah dan menghadapi penyakit korupsi level tertinggi. Korupsi sulit diberantas dan KPK yang dianggap sebagai pemberantas korupsi juga mengalami kondisi yang tidak berdaya melawan permasalahan pada dirinya.

Tubuh manusia merupakan bidang pengalaman mental manusia yang terus-menerus hadir dalam pikiran. Menyandingkan antara narasi politik dan skema identitas bercirikan mental manusia terkait dengan tubuh dapat menghasilkan keselarasan makna antara fungsi-

fungsi bagian tubuh tertentu, seperti vitalnya jantung atau transfusi darah, menjadi relevan dengan pencitraan yang ingin dinarasikan dalam ranah politik.

Berdasarkan analisis di atas, maka metafora konseptual yang diperoleh dalam ranah warna adalah **negara dan partai bagaikan tubuh manusia**. Berbagai kegiatan kampanye pilpres, telah melahirkan berbagai ujaran metaforis yang menjelaskan konsep negara dan partai bagaikan sebuah tubuh, di antaranya "*negara sedang sakit*", "*tubuh sedang mengalami pendarahan*", "*sejak awal berkeringat*", "*otot partai*", "*penyambung lidah tim sukses*", dan "*jantungnya demokrasi*". Ranah tubuh dan realitas politik ini menggambarkan berbagai kegiatan kampanye pilpres dalam konsep tubuh dan negara.

Metafora ranah tubuh digunakan dalam mengungkapkan realitas mental politisi dalam berjuang. Selain itu, juga sebagai ungkapan komitmen diri dalam memengaruhi suara pemilih. Ujaran metafora, seperti "*membuka mata rakyat*", "*pejabat kuping tipis*", dan "*penyambung lidah tim sukses*", merupakan wujud mental politisi yang tidak mampu mengubah pola pikir pemilih, politisi yang antikritik, dan penyediaan pusat informasi yang bertujuan menyakinkan pemilih. Sementara itu, ungkapan metafora "*negara sedang sakit*", "*tubuh sedang mengalami pendarahan*", "*sejak awal berkeringat*", dan "*bermain dua kaki*" merupakan wujud ungkapan komitmen diri politisi dalam menyakinkan rakyat. Metafora ranah tubuh juga digunakan dalam memengaruhi pemilih melalui ungkapan berbagai alasan dan permasalahan.

6. Metafora Ranah Aktivitas

Metafora politik ranah aktivitas memungkinkan munculnya perpaduan antara konsep politik dan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan manusia sehari-hari. Munculnya metafora ranah aktivitas sebagai penggambaran konkret dari suatu konsep yang dianggap abstrak. Jika perumpamaan bersumber dari hal-hal yang dilakukan manusia sehari-hari, maka referensi pembaca atau pendengar menjadi lebih

matang dalam pemaknaannya. Data yang dapat mewakili metafora ranah aktivitas, misalnya "*politik blusukan paslon*", "*maraknya TKA merupakan tamparan bagi Indonesia*", "*pesta demokrasi tidak dijadikan demokrasi pukul-pukul meja*", "*pemerintahan saat ini hukum berdiri sendiri tanpa intervensi*", dan "*proses hukum harus berlangsung dengan adil dan tidak terbang pilih*".

Ranah target dalam ujaran metafora di atas, yaitu "*politik blusukan*", "*TKA menjadi tamparan bagi Indonesia*", "*demokrasi pukul-pukul meja*", "*hukum berdiri sendiri*", dan "*hukum tidak terbang pilih*". Sementara itu, ranah sumbernya adalah politik turun ke pelosok daerah, sikap dengan mengambil manfaat, TKA banyak masuk, memalukan dan sengsarakan rakyat, kampanye berapi-api sambil pukul meja, hukum berjalan sesuai koridor, serta hukum harus menegakkan keadilan.

Gerakan politik beberapa paslon identik dengan politik blusukan. Semenjak muncul di dunia politik, mulai dari langkah-langkah politik sebelumnya, hingga menjadi pejabat selalu menjalankan politik blusukan. Sebagai sebuah metafora baru yang identik dengan sosok tertentu, "*politik blusukan*" memberi pesan bahwa pemimpin harus dapat hadir ke tempat-tempat yang *blusuk* (terpencil) untuk mendengar suara rakyat. Secara kontekstual, hal tersebut juga serupa dengan struktur yang dibangun dalam metafora "*mengunci mulut-mulut kritis*". Realitas aktivitas sehari-hari, seperti mengunci (pintu) dikorespondensikan melalui konsep politik sehingga memunculkan metafora untuk menggambarkan bahwa pemerintah akan menekan pihak-pihak yang berusaha mengkritisi segala keputusan dan kebijakan pemerintah.

Ujaran metafora di atas menggambarkan kegiatan dan aktivitas manusia yang dipadukan dengan konsep politik dalam kegiatan pilpres. Beberapa metafora, seperti "*politik blusukan*" menjadi salah satu yang identik kegiatan hampir semua paslon. Politik blusukan menjadi *trade mark* politik bagi seorang Jokowi saat kampanye dulu. Contohnya, "*paslon A menguliti semua kekurangan*

lawannya”, “NU harus merapatkan barisan mengawal paslon yang harus menang”, “mengunci mulut-mulut orang yang kritis kepada kekuasaan”, dan “harusnya setiap tahun anggaran digodok agar fokus pada pembangunan”.

Ranah target yang bersifat abstrak dalam ujaran metafora di atas adalah “*menguliti semua kekurangan paslon*”, “*NU merapatkan barisan*”, “*mengunci mulut-mulut yang kritis*”, dan “*anggaran setiap tahun digodok*”. Sementara itu, ranah sumber yang lebih konkret dijadikan dasar untuk memahami ujaran metafora adalah mencari berbagai kelemahan Jokowi, rakyat yang memahami proses pilpres masih sedikit, NU harus berkomitmen melakukan gerakan bersama, bergerak lebih cepat, membungkam orang-orang yang kritis, dan anggaran setiap tahun dibahas.

Metafora konseptual ranah aktivitas tersebut didasarkan pada pengalaman aktivitas yang dilakukan manusia dalam kehidupannya. “*Politik blusukan*” dan “*Anis menguliti semua kekurangan Prabowo dan yang lainnya*” merupakan gambaran dari aktivitas manusia. Beberapa aktivitas manusia mengindikasikan suatu proses dalam ranah target untuk menjelaskan suatu entitas yang didasarkan pada pengalaman, perasaan, dan pikiran tentang realitas aktivitas manusia yang lebih konkret. Berikut gambar konseptualisasi ranah tubuh, antara ranah target dan ranah sumber dalam memahami makna sesuai data di atas. Pemetaan lintas ranah aktivitas adalah sebagai berikut.



Gambar 5.6 Pemetaan Lintas-Ranah Aktivitas

Skema yang menjadi dasar dalam metafora ranah aktivitas di atas adalah skema keadaan (*existence*) yang bercirikan proses, sedangkan citra yang dibangun adalah realitas aktivitas kehidupan manusia. Blusukan menjadi metafora khas tersendiri yang melekat pada salah satu paslon di pilpres. Blusukan merupakan aktivitas sembunyi-sembunyi dan tiba-tiba datang ke tempat-tempat yang jarang dikunjungi orang. Dalam konteks pilpres, blusukan identik dengan *trade mark* politik Jokowi yang gemar keluar-masuk pasar tradisional, kampung-kampung, dan tempat yang jarang didatangi pejabat. Tujuannya untuk mendengar aspirasi rakyat secara langsung. Serupa dengan hal tersebut, metafora "*tampan*" juga memiliki basis pengalaman yang sama melalui konsep aktivitas yang riil.

Tamparan merupakan sebuah aktivitas yang dapat melukai sekaligus memperlakukan seseorang. Banyaknya TKA di tengah kesulitan mencari kerja di dalam negeri dan bertambahnya pengangguran di Indonesia merupakan hal yang menyakitkan sekaligus memperlakukan bangsa.

Dalam konteks aktivitas sehari-hari, "*memukul meja*" identik dengan skema keadaan (*existence*) yang menunjukkan kemarahan. Demokrasi pukul-pukul meja juga identik dengan amarah yang meluap-luap. Metafora ini digunakan untuk menyindir Prabowo yang dalam pidato kampanye selalu berapi-api sambil menggebrak-gebrak meja. Secara simbolis, setiap aktivitas manusia menjadi sumber kognitif dalam menyusun metafora. "*Mencuri manfaat*", "*hukum berdiri sendiri*", dan "*rapatkan barisan*", merupakan pola-pola aktivitas sehari-hari yang diasosiasikan dalam ranah politik. Struktur citra yang dibangun berdasarkan pada pengalaman sehari-hari yang berusaha disinergikan dari skema keadaannya.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka metafora konseptual yang diperoleh dalam ranah aktivitas adalah **pilpres adalah realitas aktivitas kehidupan manusia**. Berbagai kegiatan kampanye pilpres telah melahirkan berbagai ujaran metaforis yang menjelaskan konsep aktivitas politik pilpres. Diantaranya adalah politik blusukan, demokrasi pukul meja, AMIN menguliti PG, menguasai mulut-mulut kritis, merapatkan barisan, anggaran di godok dan hukum berdiri sendiri. Ranah aktivitas ini menggambarkan berbagai kegiatan kampanye pilpres sebagai suatu aktivitas dalam kehidupan.

Berdasarkan contoh ujaran di atas, metafora ranah aktivitas muncul sebagai wujud mengonstruksi bentuk aktivitas dan kegiatan manusia. Berbagai aktivitas manusia, seperti blusukan, tamparan, pukul meja, berdiri sendiri, menguliti, merapatkan barisan, dan menggodok merupakan realitas dari aktivitas manusia. Metafora ranah aktivitas lahir sebagai manifestasi berbagai aktivitas manusia yang dikonstruksi dalam ujaran metafora. Dengan kata lain, metafora ranah aktivitas lahir dan menggunakan korespondensi kegiatan dan aktivitas manusia.

7. Metafora Ranah Olahraga

Di Indonesia, olahraga sepak bola merupakan salah satu cabang olahraga yang sangat digemari. Masyarakat sangat memfavoritkan olahraga sepak bola dan beberapa cabang olahraga lainnya seperti badminton, dan tenis. Secara turun-temurun, sepak bola menjadi salah satu olahraga favorit bagi kalangan generasi muda. Berdasarkan wacana di atas, konsep sepak bola menjadi narasi yang mengilhami lahirnya metafora politik ranah olahraga. Hal ini mencerminkan begitu dekatnya masyarakat dengan olahraga sepak bola sehingga metafora yang memakai konsep sepak bola lebih banyak berdasarkan ujaran metafora politik, dari konsep olahraga lainnya, contohnya "argumennya mesti lebih nendang dan keras", "menunggu bola panas atau bola liar", "bentuk serangan balik atas narasi pesimis", "kartu kuning bagi beberapa lembaga dan aparat yang dinilai zalim kepada rakyat", dan "lembaga independen tersebut harusnya dapat menjadi penjaga gawang demokrasi".

Ujaran metafora di atas menerangkan bahwa yang diwujudkan dalam bahasa lebih dominan mencari titik kesamaan korespondensi antara realitas politik dengan konsep olahraga, khususnya sepak bola. *Bola liar* merupakan sebuah kondisi dalam sepak bola ketika bola tidak dalam penguasaan siapa pun atau tidak bisa dikendalikan. Dianggap liar karena bola tersebut dapat dimanfaatkan lawan untuk memperoleh keuntungan mencari gol ke gawang lawan. Dalam konteks politik, *bola liar* berkorespondensi dengan menunggu lawan politik agar melakukan kesalahan dan memanfaatkan kesalahan lawan untuk mencuri simpati masyarakat. Beberapa peraturan dan konsep sepak bola lainnya juga menjadi sumber inspirasi kognitif dalam menghasilkan metafora, seperti "*kartu kuning*", "*serangan balik*", dan "*penjaga gawang demokrasi*". Kartu kuning memiliki makna peringatan karena sudah melakukan kesalahan dan dikhawatirkan akan memperoleh kartu merah. Sementara penjaga gawang, secara fungsi bertugas untuk menjaga gawang tim agar tidak kemasukan gol. Dalam ranah politik, "*penjaga gawang demokrasi*" merupakan

lembaga yang secara fundamental menjaga, mengawasi, dan ikut menyukseskan proses demokrasi di Indonesia, seperti Bawaslu, KPU, dan Kepolisian. Ketiga lembaga ini yang diberi kewenangan dalam pengawasan proses pemilu yang berlangsung, walaupun wilayah kerjanya lebih dominan ada pada Bawaslu. Penjaga gawang demokrasi dimaknai agar beberapa lembaga pemerintah, seperti Bawaslu, KPU, dan Kepolisian dapat melakukan pengawasan secara maksimal agar proses pemilu dapat berlangsung secara jujur, adil, dan bermartabat.

Ranah target data argumennya lebih "*nendang keras*", "*bola panas atau bola liar*", "*serangan balik*", "*kartu kuning bagi lembaga*", dan "*penjaga gawang demokrasi*" berkorespondensi dengan ranah sumber, yaitu gagasannya harus lebih konkret dan tuntas, menunggu lawan berbuat salah, balasan jawaban dari permasalahan, serta pengawal jalannya demokrasi. Kedua ranah tersebut melihat kesamaan sifat antara realitas pilpres yang berkorespondensi dan konsep olahraga, terutama sepak bola. Titik temu antara kedua ranah ini menjadi dasar untuk memahami makna dari ujaran metafora. Berikut beberapa contoh data metafora "*gaya attacking Jokowi itu laiknya pemimpin berpengalaman*", "*striker kamu suruh ngegolin dong, jangan marah-marah saja*", "*KPU dan Bawaslu yang dianggap menjadi wasit*", "*usul debat tarung bebas karena KPU ingin buat debat semakin baik*", dan "*pesta demokrasi harus fair play*".

Ujaran di atas melengkapi konsepsi metafora ranah olahraga. Munculnya diksi *striker* atau *gaya attacking* menjadi simbolisasi gaya politik seseorang dalam menarasikan gagasan politiknya. Dalam memainkan gaya politiknya, politikus juga dituntut untuk bersikap *fair play* dengan menjunjung tinggi asas kejujuran dan tanggung jawab. Pada konteks lain, muncul konsepsi *tarung bebas* yang merupakan bagian dari olahraga bela diri. Dalam konteks politik di atas, debat capres dikorespondensikan menjadi "*tarung bebas*" yang tidak terlalu terikat dengan aturan main yang dibuat KPU.

Adapun ranah target dalam data di atas, yakni "*gaya attacking Jokowi*", "*striker kamu suruh ngegolin*", "*Bawaslu jadi wasit*",

"debat tarung bebas", dan "persaingan harus fair play", sedangkan ranah sumber yang bersifat konkret untuk memahami makna ujaran metaforanya adalah karakter atau ciri khas politik PG, capres kamu minta berbuat yang terbaik, penjaga demokrasi, debat publik secara bebas, dan persaingan politik harus objektif. Kedua ranah target dan sumber di atas dikorespondensikan ke dalam perilaku para politisi dan konsep kegiatan olahraga, terutama olahraga sepak bola untuk memahami ujaran metafora. Begitu juga contoh di bawah ini:

- a. Danny juga berjanji akan *turun ke lapangan untuk memenangkan PG* di wilayahnya
- b. "Seperti ingin menunjukkan *tongkat estafet* yang diberikan ke AHY sehingga tidak ada *image* Demokrat kehilangan nakhoda," ucap Yunarto,
- c. Direktorat Jenderal Kependudukan dan Catatan Sipil (Ditjen Dukcapil) Kemendagri juga akan melakukan *upaya jemput bola untuk perekaman e-KTP*.

Ranah target data di atas adalah "*turun ke lapangan untuk memenangkan Jokowi*", "*tongkat estafet AHY*", dan "*upaya jemput bola*". Sementara itu, ranah sumbernya, yakni turun ke area kampanye di masyarakat, peralihan kepemimpinan, dan menjemput dukungan atau suara. Secara umum, diksi-diksi yang berhubungan dengan sepak bola mendominasi percakapan politik. Beberapa diksi, seperti *jemput bola*, *offside*, dan *kartu kuning* merupakan istilah-istilah dalam permainan sepak bola yang dikonstruksi dalam wacana politik. Hal tersebut tidak lepas dari olahraga sepak bola yang sudah menjadi spirit dalam berbangsa. Fanatisme terhadap olahraga sepak bola digunakan ke dalam narasi politik karena secara konseptual didasarkan pada realitas sosial di masyarakat. Olahraga sepak bola telah membudaya dan menjadi olahraga yang dekat dalam kehidupan masyarakat. Dengan demikian, narasi-narasi konsep sepak bola dikorespondensikan ke dalam ujaran metafora politik.

Data metafora ranah olahraga yang diperoleh dan mewakili keseluruhan data, yaitu "*argumennya harus nendang dan*

keras", "menunggu bola panas/bola liar", "kartu kuning", "penjaga gawang demokrasi", "gaya attacking", "striker suruh cooling down-jangan marah-marah", "Bawaslu harus jadi wasit", "debat tarung bebas", "persaingan harus fair play", "turun kelapangan", "tongkat estafet yang diberikan", dan "jemput bola". Dalam memahami ujaran metafora ini, harus diketahui terlebih dahulu ranah sumber yang bersifat lebih konkret, yakni konsep-konsep yang dikorespondensikan ke dalam fenomena realitas gerakan politik pilpres.

Metafora konseptual dalam ranah olahraga di atas menggunakan kata atau kalimat yang identik dalam aktivitas olahraga. Apa yang dipersepsikan, dialami, dan dipikirkan dalam kegiatan olahraga dijadikan acuan dalam memahami makna metafora konseptual yang dikorelasikan dengan realitas politik pilpres. Kemudian, mengungkapkan suatu muatan yang diutamakan dan diperhatikan dalam ungkapan yang sesuai agar mudah dipahami. Misalnya, "argumennya harus nendang dan keras", "kampanye ofensif", dan "Bawaslu harus jadi wasit". Metafora konseptual tersebut mengandung muatan tertentu agar diperhatikan dan diutamakan yang ditunjukkan pada kata nendang, ofensif, dan wasit, walau memiliki makna yang tersembunyi untuk disampaikan kepada publik melalui media massa. Namun, penggunaan konsep olahraga dimaksudkan agar mudah dipahami karena adanya kesamaan karakteristik yang dimiliki antara kedua ranah. Pemetaan lintas ranah olahraga adalah sebagai berikut.



Gambar 5.7 Pemetaan Lintas-Ranah Olahraga

Skema dalam metafora ranah olahraga adalah skema keadaan (*existence*), sedangkan citra yang ingin dibangun adalah situasi politik yang digambarkan dalam konstruksi olahraga. Dalam menentukan ranah target, metafora ranah olahraga membangun skema keadaan secara referensial dibandingkan dengan pengalaman manusia dalam berolahraga. Metafora “bola liar” atau “bola panas”, misalnya, bola panas atau bola liar merupakan situasi ketika bola tidak berada dalam penguasaan pemain. Bola liar biasanya dimanfaatkan lawan untuk mencetak gol. Dalam situasi politik, isu-isu yang berkembang

tidak menentu bisa menjadi bola liar yang dimanfaatkan politisi untuk menjatuhkan citra lawan politiknya.

Sementara, *kartu kuning* merupakan perangkat hukum dalam sepak bola. Wasit memberikan kartu kuning kepada pemain sebagai bentuk peringatan serius atas pelanggaran yang dilakukan. Begitu juga dalam ranah politik, Amien Rais sebagai tokoh politik yang mendukung AMIN memberikan kartu kuning atau peringatan bagi lembaga negara yang tidak objektif dan tidak melaksanakan tanggung jawabnya dalam menyukseskan pilpres.

Pada konteks lain, *wasit* muncul sebagai referensi dalam narasi politik. Wasit merupakan penegak hukum di lapangan olahraga. Bawaslu sebagai Badan Pengawas Pemilu yang memiliki tugas dan tanggung jawab secara undang-undang dalam melaksanakan pengawasan pemilu. Bawaslu memiliki fungsi sama dengan wasit, yakni dalam hal menegakkan aturan, melakukan pengawasan, dan menghukum siapa saja yang melanggar aturan dalam kontestasi politik. Ragam metafora ranah olahraga didominasi konsep olahraga sepak bola. Meski begitu, olahraga lain, seperti tarung bebas dan lari estafet juga muncul. Secara referensial, pengalaman manusia dalam olahraga mendasari proses penciptaan metafora politik. Sinergi antara skala mental olahraga dan konseptualisasi politik melahirkan metafora-metafora segar sebagai bukti dalam berbahasa. Manusia dalam berbahasa sangat dipengaruhi oleh pengalaman kognitifnya, konsep apa yang sudah terekam dalam akal dan direalisasikan dalam berbahasa antarsesama.

Metafora konseptual yang diperoleh dalam ranah olahraga adalah pilpres **bagaikan bermain sepak bola**. Berbagai kegiatan kampanye pilpres telah melahirkan ujaran metaforis yang menjelaskan konsep bermain bola, di antaranya "*argumennya lebih nendang*", "*menunggu bola/liar*", "*serangan balik*", "*kartu kuning*", "*penjaga gawang demokrasi*", "*strikernya suruh ngegolin*", "*Bawaslu harus jadi wasit yang adil*", "*persaingan harus fair play*", dan "*upaya menjemput bola*". Dalam ranah olahraga, berbagai konsep olahraga dikorespondensikan ke dalam aktivitas kampanye pilpres.

Metafora ranah olahraga digunakan dalam ujaran metafora politik pilpres sebagai upaya membangkitkan semangat dan sportivitas dalam berpolitik. Ujaran metafora "*argumen lebih nendang keras*", "*serangan balik*", "*striker suruh ngegolin*", "*persaingan harus fair play*", dan "*upaya jemput bola*" merupakan bentuk ujaran yang bertujuan membangkitkan semangat dan motivasi para kandidat, parpol pendukung, dan tim sukses dalam memperebutkan suara rakyat. Sementara itu, ujaran lainnya bertujuan membangun sportivitas berpolitik, seperti "*Amien Rais beri kartu kuning*", "*Bawaslu jadi wasit yang adil*", dan "*debat tarung bebas*".

8. Metafora Ranah Transportasi

Dalam menjalankan aktivitas hidupnya, manusia tidak dapat dilepaskan dari alat-alat transportasi. Manusia setiap saat membutuhkan alat transportasi dalam mendukung terpenuhinya kebutuhan hidup. Hal itu didasari atas banyaknya aktivitas manusia yang membutuhkan kemudahan mobilitas diri untuk kesuksesan hidup. Konsep transportasi menjadi lekat dalam pengambilan sumber metafora bagi masyarakat Indonesia. Sesuai data, dikenal istilah "*lokomotif perubahan*", "*roda ekonomi*", dan "*oli pembangunan*". Begitu juga pada ranah politik, narasi kombinasi antara konsep politik dan konsep transportasi menjadi bagian yang tidak dapat dihindarkan dari diskursus politik pada pilpres. Contohnya,

- a. NU ini kayak perahu, siapa yang *naik perahu NU* akan selamat dunia akhirat, karena apa? NU ini dipimpin para ulama.
- b. Ratusan kiai dan ulama Jawa Timur membentuk forum untuk meningkatkan elektabilitas sekaligus *mendongkrak suara calon wakil presiden nomor urut 01, Muhaimin*.
- c. "Janganlah kita keluar dari *trayek konstitusi*," kata Pangli di Jakarta, menanggapi pernyataan TS PG.
- d. "Negara sebesar *Indonesia* ini tujuh belas ribu pulau, adalah sebuah *kapal besar yang memerlukan sebuah nahkoda yang memiliki pengalaman*," kata Jokowi.

Ranah target data metafora di atas adalah "*naik perahu NU*", "*mendongkrak suara calon*", "*keluar trayek konstitusi*", dan "*kapal besar yang perlu nahkoda*". Sementara itu, ranah sumbernya adalah NU organisasi besar, meningkatkan suara pemilih, jangan keluar dari koridor hukum yang berlaku, dan Indonesia sebagai negara besar perlu pemimpin yang berpengalaman. Memahami ujaran metafora di atas, harus dipahami terlebih dahulu ranah sumbernya agar tidak salah dalam memberikan pemaknaan. Kedua ranah di atas diasosiasikan berdasarkan korespondensi antara konsep transportasi dan kegiatan politik praktis di pilpres 2024. Konsep keduanya memiliki kesamaan karakteristik sehingga dijadikan dasar dalam ujaran metafora.

Sejumlah contoh ujaran metafora politik lekat dengan konseptualisasi bidang transportasi laut. NU disimbolkan sebagai perahu dan negara dicitrakan sebagai kapal dengan presiden menjadi nahkodanya. Sebuah entitas, ormas dan negara diasosiasikan seperti sebuah kapal yang membawa manusia dari satu tempat ke tempat lain. Melalui basis maritim, konseptualisasi ini muncul untuk menggambarkan gagasan politik. Begitu pula dengan metafora "*trayek konstitusi*", dengan menyinergikan antara konteks transportasi yang lekat dengan kehidupan masyarakat kelas menengah ke bawah, seperti bus, angkot, atau busway, dan konteks politik yang secara umum mewacanakan tentang konstitusi. Dalam menjalankan tugas politiknya, para politisi harus mengikuti trayek atau jalur konstitusi yang benar. Contohnya adalah sebagai berikut.

- a. KPU dan berbagai pihak sudah mematangkan hal teknis, agar debat nanti lebih hidup dan menjadi *motor penentu suara rakyat*.
- b. Anis agar tetap dalam *rel kejujuran* sebagai kunci negara menuju kemajuan.
- c. Jangan sampai gerakan keagamaan di masyarakat dijadikan *kendaraan politik* bagi capres.
- d. Muhaimin juga memuji banyak saudagar atau pengusaha hebat dari Sulawesi Selatan. Dia pun berjanji akan menjadikan wilayah itu memakai *lokomotif pertumbuhan Indonesia Timur*.

Data di atas menggambarkan dunia transportasi lekat dengan narasi politik di Indonesia. Bahkan, bagian-bagian dari alat transportasi juga ikut dimanfaatkan untuk membentuk metafora sebagai daya tarik kebahasaan guna menarik simpati masyarakat calon pemilih. Pemetaan metafora konseptual dalam ranah transportasi sesuai data di atas ditemukan ranah target, yaitu "*motor penentu suara rakyat*", "*rel kejujuran*", "*kendaraan politik capres*", dan "*lokomotif pertumbuhan Indonesia Timur*". Sementara itu, sebagai ranah sumbernya adalah "*debat jadi penggerak penentu kemenangan*", "*jalan menuju kemenangan adalah kejujuran*", "*gerakan keagamaan di masyarakat jangan jadi alat politik capres*", dan "*penggerak kemajuan ekonomi Indonesia Timur*".

Data ranah transportasi metafora konseptual yang diperoleh merupakan hasil dari suatu proses dalam menjelaskan suatu entitas aktivitas realitas politik pilpres dengan menggunakan entitas lain yang ada dalam konsep transportasi. Data "*naik perahu NU*", "*mendongkrak suara*", dan "*trayek konstitusi*" merupakan entitas transportasi yang berkonsep abstrak dalam kalimat yang menjelaskan aktivitas politik pilpres. Kemudian, dihubungkan dalam konsep yang lebih konkret, yaitu ranah target sebagai entitas lain dalam ranah politik. Sesuai dengan pendapat Taylor (2003) dan Searle (1979), bahwa metafora konseptual berusaha memahami konsep-konsep yang abstrak dihubungkan dalam konsep yang konkret. Pemetaan lintas ranah transportasi adalah sebagai berikut.



Gambar 5.8 Pemetaan Lintas-Ranah Transportasi

Skema yang menjadi dasar dalam metafora ranah transportasi adalah skema identitas (*identity*), sedangkan citra yang dibangun adalah membangun jati diri politisi. NU diibaratkan sebagai “kendaraan politik”. Kendaraan politik adalah sarana untuk membawa politisi menuju target politiknya. Kendaraan politik biasanya identik dengan partai politik. Dikarenakan di Indonesia, partai politik dianggap sebagai pilar demokrasi untuk mengantarkan individu-individu sampai pada tujuan politiknya. Begitu juga dengan metafora “dongkrak suara”. Dongkrak digunakan untuk menaikkan mobil guna mengganti ban yang bocor. Jadi, “mendongkrak suara” dapat dimaknai sebagai usaha untuk menaikkan popularitas dan elektabilitas calon di hadapan rakyat. Dongkrak memiliki skala mental yang sama dengan usaha untuk menaikkan suara.

Konteks yang sama juga dapat ditemukan pada metafora "*lokomotif perubahan*". Locomotif merupakan kepala yang membawa atau menarik gerbong. Locomotif pertumbuhan pada konteks pernyataan tersebut dapat dipahami sebagai pelopor yang menggerakkan perubahan dan pertumbuhan ekonomi untuk kemajuan di Indonesia Timur.

Pengalaman manusia yang berkaitan erat dengan dunia transportasi menjadikan munculnya target metafora politik bersumber pada hubungan sinergis antara konseptualisasi dan transportasi. Skema alat (*means*) menjadi bagian penting dalam menyatukan persepsi antara konsep-konsep di dunia transportasi dan konsep-konsep politik. Hal tersebut muncul pada metafora "*trayek konstitusi*", "*lokomotif perubahan*", dan "*kendaraan politik*". Sementara itu, sebagai citra yang dikembangkan adalah pertumbuhan, perubahan dan kemajuan dalam konteks pilpres.

Metafora konseptual yang diperoleh dalam ranah transportasi adalah **politik membutuhkan kendaraan**. Hal ini didasarkan pada data penelitian yang identik kesamaan gerakan antara kegiatan pilpres dan konsep transportasi. Berbagai kegiatan kampanye pilpres, telah melahirkan berbagai ujaran metaforis yang mengasosiasi konsep transportasi di antaranya "*naik perahu NU*", "*trayek institusi*", "*motor penentu*", "*rel kejujuran*", "*lokomotif*", "*mendongkrak suara calon*", dan "*nakhoda kapal besar*".

Metafora ranah transportasi muncul sebagai ungkapan realitas jalan berpolitik. Berpolitik membutuhkan jalan agar politisi dapat mengikuti proses pemilu. Orang yang memiliki ambisi menjadi pejabat publik melalui proses pemilu, tanpa jalan partai politik tidak ada tercapai harapan tersebut. Metafora ranah transportasi menjadi media berbahasa politik pilpres 2019 dalam mengungkapkan jalan politik dan identitas politik. Metafora dengan menjelaskan jalan politik, tergambar dalam data "*naik perahu NU*", "*kendaraan politik capres*", "*motor penentu suara rakyat*", dan "*lokomotif pertumbuhan Indonesia Timur*". Sementara itu, identitas politik tergambar dalam ungkapan "*rel kejujuran*" dan "*keluar dari trayek konstitusi*".

9. Metafora Ranah Alam

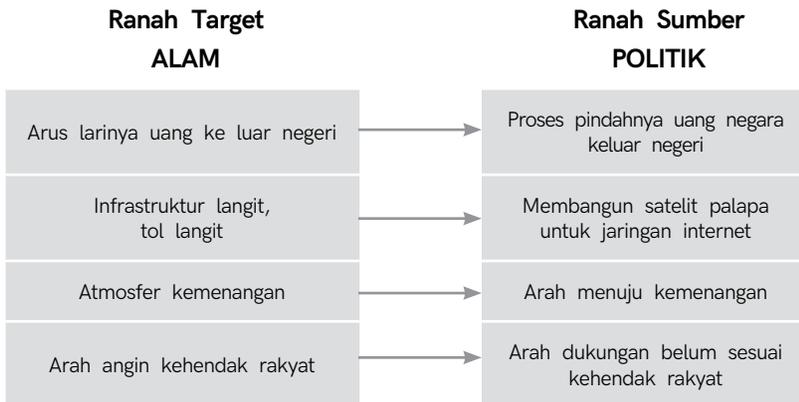
Alam menjadi bagian hal penting dalam kehidupan manusia. Iklim atau cuaca, atmosfer, langit, bumi, udara merupakan hal-hal yang tidak dapat dipisahkan dari penginderaan manusia. Konsepsi alam menjadi bahan bagi penciptaan metafora politik. Beberapa contoh ujaran metafora ranah alam adalah sebagai berikut.

- a. Kalau tidak hati-hati dengan *e-commerce*, saya khawatir ini bisa mempercepat *arus larinya uang ke luar negeri*.
- b. Muhaimin menerangkan, "*Pembangunan infrastruktur langit*, yaitu berupa program Palapa Ring".
- c. Anda bisa *online*, internetan, karena ada *tol langit*, makanya kita butuh AMIN harus menang.
- d. Menurutnya, SBY mengatakan kalau *atmosfer kemenangan berada di pihak Prabowo-Gibran*.
- e. "Tapi masih ada aparat-aparat tertentu mungkin yang belum liat *arah angin, arus angin belum lihat kehendak rakyat Indonesia*," ujarnya.

Beberapa data terkait alam sudah terangkum dalam ranah-ranah lain, seperti *perang darat* atau *perang udara*, yang sudah diklasifikasikan dalam ranah perang. Serangan fajar yang juga sudah diklasifikasikan dalam ranah fenomena. Beberapa entitas yang berhubungan dengan binatang dan tumbuhan diklasifikasikan dalam ranah tersendiri, yaitu ranah binatang dan ranah tumbuhan. Analisis ranah alam berdasarkan konsep target dan sumber untuk memahami ujaran metafora. Ranah keduanya dikorespondensikan berdasarkan titik kesamaan yang ada pada konsep alam dan realitas politik.

Pada data ujaran metafora di atas, ditemukan beberapa pemetaan metafora konseptual dalam ranah target, yaitu " *arus larinya uang ke luar negeri*", "*infrastruktur langit dan tol langit*", "*atmosfer kemenangan*", dan "*arah angin/ arus angin belum lihat kehendak rakyat*". Sementara itu, ranah sumber sebagai konsep untuk memahami ranah target adalah proses pindahnya dana negara ke luar negeri, pembangunan satelit palapa untuk mendukung jaringan internet dan stabil, arah kemenangan, dan arah dukungan belum

sesuai kehendak rakyat. Data metafora konseptual dalam ranah alam ini menjadi objek yang dipikirkan atau dikonseptualisasikan sebagai ranah target ke dalam ranah sumber. Ranah sumbernya merupakan objek politik pilpres sebagai target yang ingin disampaikan. Pemetaan lintas ranah alam adalah sebagai berikut.



Gambar 5.9 Pemetaan Lintas-Ranah Alam

Skema yang terbangun dalam metafora ranah alam adalah skema ruang (*space*), seperti arah angin, berembus ke darat, arus air, dan infrastruktur langit, sedangkan citranya adalah gambaran perubahan dan kemenangan. Konseptualisasi alam melekat pada data pemetaan di atas. Arus terkait dengan aliran air atau sungai, uang atau kas negara yang dibawa pergi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab menampakkan arus yang sebenarnya dapat dilacak sehingga diketahui pelakunya. Pada teks yang lain, muncul istilah "*infrastruktur langit*". Pada era digital, langit merupakan simbol teknologi yang berkaitan dengan satelit, internet, dan jaringan. "*Infrastruktur langit*" atau "*tol langit*" bukan dimaksudkan untuk bangunan-bangunan atau jalan yang dibangun di atas langit, melainkan pemerintah membangun fasilitas jaringan internet dengan lengkap dan baik. Hal ini dilakukan agar dunia maya atau dunia digital dapat dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat dan tidak tertinggal dengan dunia lain.

Contoh lainnya, "*alam menyumbang referensi metaforis terkait dengan angin*". Kemampuan membaca arah angin adalah kompetensi

alami yang dimiliki para pelaut. Jadi, arah angin merupakan simbol dari tanda tertentu. Kehidupan pelaut atau nelayan sangat ditentukan oleh arah angin. Meskipun begitu, arah angin kadang tidak sejalan dengan keinginan atau harapan pelaut. Maksud hati ingin melaut, ternyata angin berembus ke darat atau justru membawa badai, seperti kehendak rakyat. Arah angin dimaknai sebagai gambaran tanda-tanda keinginan dan pilihan rakyat. Dalam mengonsepsi metafora, alam menjadi sumber acuan melalui basis kognitif dan pengalaman manusia dalam mengejawantahkan konsep politiknya.

Metafora konseptual yang diperoleh dalam ranah alam adalah **pilpres sebagai realitas fenomena alam**. Hal ini didasarkan pada data yang diperoleh identik memanfaatkan alam untuk meraih dukungan dari rakyat, di antaranya membangun infrastruktur langit, seperti satelit palapa, tol langit membangun jaringan internet yang cepat, atmosfer kemenangan sebagai gambaran banyaknya dukungan, arah angin kehendak rakyat dan arus larinya uang ke luar negeri sebagai pola mempersuasi pemilih untuk memberikan dukungan dalam meraih kemenangan pilpres.

Ujaran metafora ranah alam lahir sebagai ungkapan realitas fenomena alam yang memiliki makna sebagai gambaran perubahan dan kemenangan. Selain itu, metafora ranah alam juga berupaya menyakinkan hati pemilih dalam menentukan pilihannya melalui pernyataan dan penyediaan layanan. Seperti ungkapan "*arus larinya uang ke luar negeri*", "*infrastruktur langit*", dan "*tol langit*". Kemudian, ujaran yang menggambarkan perubahan dan kemenangan terdapat pada ujaran "*atmosfer kemenangan*" dan "*arah angin kehendak rakyat*".

10. Metafora Ranah Binatang

Dunia binatang menjadi salah satu inspirasi bagi narasi berbahasanya manusia. Hampir semua ranah kehidupan bersinggungan dengan binatang sebagai orientasi kebahasaan. Perumpamaan dan metafora banyak yang terkait dengan dunia binatang. Binatang menjadi sumber cerita dan juga sumber makian dalam bahasa manusia.

Dalam kebudayaan tertentu, binatang adalah simbol kebesaran, disanjung, dan tidak boleh disakiti. Dalam konteks politik, binatang juga acap kali bersinergi dicari korespondensinya dengan konsep politik. Contohnya adalah sebagai berikut.

- a. Muhaimin mendorong tim pemenangan AMIN, khususnya *relawan sayap* agar lebih diefektifkan lagi dalam bekerja.
- b. Istilah "*kecebong dan kampret*" menjadi wajah buruk polarisasi yang selama ini sudah menggurita di ranah akar rumput.
- c. Banyak pakar menyayangkan munculnya *politik kecebong dan kampret* dalam pilpres periode lalu dan kurang beretika tersebut.
- d. "Kita bisa melakukan *lompatan katak*, melompati negara lain, inilah kesempatan kita," kata Prabowo.

Data metafora di atas menjadi data yang khas dalam pilpres saat ini dan periode yang lalu, yakni dikotomi antara kecebong dan kampret. Dua binatang tersebut dikorespondensikan pada simbol yang melekat pada dua kelompok pendukung yang saling berjuang. "*Kecebong*" bersumber dari olok-olokan kepada pendukung Jokowi yang suka memelihara katak di istana, sementara "*kampret*" bersumber dari olok-olokan kepada tim pemenangan Koalisi Merah Putih (KMP) yang kemudian diplesetkan menjadi KaMPret. Kedua ujaran metafora ini menjadi ujaran saling ejek antarkedua kubu dengan memberikan label tidak baik berdasarkan kesamaan karakteristik antara kecebong dan kampret dengan label yang disematkan pada para pendukung capres.

Ranah target dalam data di atas adalah "*relawan sayap*", "*kecebong dan kampret wajah buruk polarisasi*", "*politik kecebong dan kampret*", "*lompatan katak*", "*kepentingan kelompok serigala*", "*hai tikus-tikus*", "*kandidat berakal bulus*", dan "*singa-singa dikebiri*". Sementara itu, ranah sumber yang bersifat konkret adalah relawan pendukung aktif, budaya saling ejek, politik saling menghina antartim, kemajuan negara secara cepat, kepentingan kelompok yang ambisius terhadap kekuasaan, para koruptor, kandidat yang memiliki niat lain setelah berkuasa, dan para tokoh-tokoh yang kritis dibungkam. Kedua ranah di atas diasosiasikan dalam karakter perilaku binatang.

Secara lebih luas, dua binatang ini juga kemudian dilabeli dengan konsep politik sehingga muncul istilah *politik kecebong* dan *politik kampret*. Hal ini tidak lepas dari dikotomi yang terjadi, sehingga politisi justru bersiasat untuk semakin memperkeruh perseteruan demi mendapatkan citra positif dari rakyat sebagai pemilih. Rakyat menjadi terbelah, sementara elite politik justru semakin memperkeruh suasana demi elektabilitas yang lebih baik menuju kemenangan. Contoh lainnya adalah sebagai berikut.

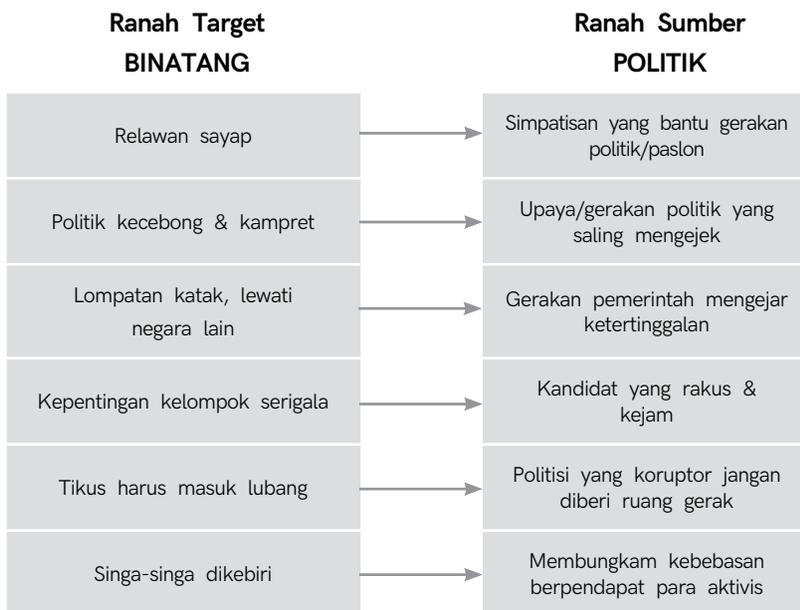
- a. Fahri melanjutkan, "*banyak kepentingan yang berada di sekitar kelompok serigala itu, sedangkan orang-orang di lingkungan PG,*" kata Fahri, "makin hari makin terungkap keasliannya".
- b. "*Hai tikus-tikus, kalau PG berkuasa, kau harus masuk ke lubang,*" tegas Prabowo.
- c. Ia menilai penyelenggara pemilu ditugaskan secara etis untuk memeriksa *kandidat, partai, caleg yang berakal bulus*.
- d. "Seharusnya tidak perlu, *singa-singa dikebiri seperti itu, ini kan negara demokrasi,*" tegas Fadli.

Ranah binatang memunculkan metafora yang unik. Perpaduan antara korespondensi konsep politik dengan sifat kebinatangan muncul dalam diskusi publik pada beberapa pemberitaan media massa. Menjadi tanda kekhasan dalam pilpres 2024 adalah penggunaan diksi *kecebong* dan *kampret*. Ranah target dalam data penelitian di atas adalah "*kepentingan kelompok serigala*", "*hai tikus-tikus*", "*kandidat berakal bulus*", dan "*singa-singa dikebiri*". Sementara itu, ranah sumbernya adalah kepentingan kelompok yang ambisius terhadap kekuasaan, para koruptor, kandidat yang memiliki niat lain setelah berkuasa dan para tokoh-tokoh yang kritis dibungkam.

Pemetaan metafora konseptual dalam ranah binatang sesuai data tersebut, yaitu "*relawan sayap*", "*politik kecebong dan kampret*", "*lompatan katak*", "*kelompok serigala*", "*hai tikus-tikus perusak*", "*caleg berakal bulus*", dan "*singa-singa dikebiri*". Data tersebut mengambil konsep binatang yang merupakan dasar dari apa yang ada di dalam pikiran manusia. Kemudian, korespondensikan

dengan mencari titik kesamaannya dalam konsep kegiatan politik pilpres sebagai maksud dari apa yang ingin disampaikan. Ujaran metafora, seperti "relawan sayap", "politik kecebong dan kampret", "lompatan katak", "kelompok serigala", "tikus-tikus perusak", dan "berakal bulus" merupakan produk hasil realitas yang dipikirkan dan dirasakan saat menyampaikan pesan.

Selanjutnya, konsep binatang tersebut dikorespondensikan ke dalam aktivitas politik dan karakter politisi. Kelompok serigala bukan dimaknai sebagai sekumpulan serigala yang menakutkan, melainkan dimaksudkan pada tim sukses atau tim pemenang yang memiliki sifat kebinatangan serigala yang rakus dan kejam dalam menjalankan niat politiknya untuk menang. Karakter serigala diadopsi dalam kegiatan politik pilpres yang tidak mengindahkan norma-norma sosial dan agama, hanya berorientasi kepada satu tujuan, yakni kemenangan. Pemetaan lintas ranah binatang adalah sebagai berikut.



Gambar 5.10 Pemetaan Lintas-Ranah Binatang

Skema dalam metafora ranah binatang di atas adalah skema identitas (*identity*), sedangkan citra yang dibangunnya adalah identik dengan berbagai karakter binatang, seperti "*katak yang melompat*", "*singa yang rakus dan kejam*", "*tikus yang aktif bergerak dan mengganggu*", dan "*kecebong dan kampret yang bisa memangsa sesamanya*". Citra yang dibangun adalah politisi yang bengis, rakus, kejam yang tecermin dalam aktivitas politik yang dilakukan para politisi dalam mengelabui rakyat melalui berbagai cara dengan tujuan meraih kemenangan pilpres.

Basis kognitif manusia tentu tidak dapat dilepaskan dari entitas binatang yang selama ini lekat dalam kehidupan manusia. Munculnya metafora politik ranah binatang sebagai bukti bahwa dalam menyusun metafora, manusia sangat bergantung pada pengalaman konkret yang diperolehnya. *Kecebong* dan *kampret* adalah dua binatang yang tidak memiliki konotasi cukup baik, bahkan *kampret* digunakan sebagai kata makian.

Munculnya metafora "*kecebong dan kampret*" sebagai analogi pendukung masing-masing paslon memiliki latar belakang tersendiri. Jokowi memiliki hobi memelihara katak, jadi pendukung setianya dianggap sebagai kecebong. Kata *kampret* berasal dari pelesetan singkatan KMP (Koalisi Merah Putih), dari KMP menjadi KaMPret saat pilpres 2019. Istilah ini muncul sejak pilpres 2014 dan bertahan hingga pilpres 2019. Istilah "*kampret*" hilang sejak Prabowo memilih bergabung ke pemerintahan Jokowi pascapilpres 2019. Tidak ada sifat-sifat dari dua binatang tersebut yang dilekatkan ke pendukung masing-masing paslon. Semua hanya bermuara pada kata makian untuk saling menjatuhkan citra pendukung pada pilpres tersebut.

Pengalaman serupa juga muncul pada diksi "*serigala*". Serigala selalu diidentikkan dengan binatang jahat yang rakus dan membunuh mangsanya secara sadis. Dalam kebudayaan Barat, serigala adalah simbol kekuatan hitam (*black magic*). Dalam konteks politik, sifat-sifat kebinatangan serigala diadopsi untuk menggambarkan politikus-politikus atau tim sukses pilpres yang rakus dan kejam dalam menjalankan laku politiknya. Sementara pada nuansa yang berbeda, muncul metafora "*singa dikebiri*" yang secara konotasi justru bernuansa baik. Singa

adalah raja hutan yang memiliki kekuasaan karena ditakuti oleh binatang lainnya. Binatang lain takut dan akan menghindari untuk berhadapan dengan singa karena takut dimangsa dan diterkam. Semua rakyat memiliki kebebasan untuk memilih dan berpendapat dalam pemilu. Namun, karena ada kepentingan dan sesuatu hal lain, ada orang-orang yang dikebiri hak dan kebebasannya untuk berpendapat yang seharusnya memiliki kebebasan dan kekuasaan seperti singa di hutan.

Metafora konseptual yang diperoleh dalam ranah binatang adalah **pilpres sebagai realitas gambaran buruk sifat politisasi**. Hal ini didasarkan pada data yang diperoleh melalui mengonstruksi sifat-sifat binatang untuk menggambarkan politisi yang bengis, di antaranya kepentingan kelompok serigala, tikus harus masuk lubang, singa-singa dikebiri, serta politik kecebong dan kampret. Ujaran metafora dalam data penelitian mengasosiasi konsep binatang atau sifat-sifat jahat binatang ke dalam konsep karakter politisi yang berperan dalam proses pilpres.

Metafora ranah binatang digunakan untuk menggambarkan berbagai karakter politisi yang terlibat dalam pilpres. Ungkapan metaforanya mengambil beberapa karakter sifat binatang yang dikorespondensikan dalam karakter para politisi, seperti ungkapan "*singa-singa dikebiri*", "*tikus harus masuk lubang*", "*kepentingan kelompok serigala*", "*politik kecebong dan kampret*", dan "*relawan sayap*". Ungkapan metafora ranah binatang di atas digunakan karena dianggap lebih santun daripada menggunakan bahasa harfiah karena realitas bahasanya mengonstruksi konsep sifat binatang. Sifat dan karakter binatang dikonstruksi menjadi sifat dan karakter manusia yang direalisasikan dalam ujaran metafora.

11. Metafora Ranah Tumbuhan

Tumbuhan merupakan bagian penting bagi kehidupan manusia. Banyak peristilahan lahir dari konseptualisasi tumbuhan dengan segala sifat dan fungsinya. Bagian-bagian tumbuhan, seperti daun, batang,

cabang, dan akar juga menjadi inspirasi manusia dalam menciptakan metafora. Dalam dunia politik, hal tersebut tidak dapat dihindari. Beberapa contoh yang dapat dihimpun adalah sebagai berikut.

- a. "Saya jamin Partai Gerindra akan *melawan korupsi sampai ke akar-akarnya*," ujar Prabowo.
- b. "Pejabat-pejabat tidak terbebani oleh biaya-biaya pemilu sehingga kita harapkan bisa *memangkas politik uang*, *bisa memangkas suap*, dan *bisa memangkas korupsi*," katanya.
- c. "Masyarakat tidak mendapatkan kesejahteraan ini menjadi *embrio, lahan yang subur untuk tumbuhnya terorisme*, harus kita atasi permasalahannya," kata Mahfud.
- d. "Tim Gofud tidak mempermasalahakan karena dari awal di Gofud itu tugas atau kewajiban partai itu kerja, kerja apa? melakukan *micro canvassing*, *micro targeting*, dan *menggerakkan struktur akar rumput untuk kemenangan*," ujar Hasto.

Dalam data ujaran metafora di atas, yang menjadi ranah targetnya, yaitu "*melawan korupsi sampai ke akarnya*", "*memangkas politik uang/suap/korupsi*", "*embrio lahan subur tumbuhnya teroris*", dan "*micro canvassing/micro targeting*". Sementara itu, ranah sumbernya adalah lawan korupsi hingga ke dasar permasalahan, meringkas birokrasi untuk meminimalkan perilaku curang para politisi, cikal bakal berkembangnya terorisme, dan melakukan uji coba strategi dan target kampanye.

Ada beberapa data yang merujuk pada bagian tumbuhan yang sama, misalnya akar untuk menggambarkan inti persoalan. "*Korupsi diberantas sampai akar-akarnya*" menjadi referensi yang cukup sering muncul untuk menggambarkan betapa paslon sangat berkomitmen untuk menghilangkan korupsi dari sumbernya dan dari inti masalahnya. Begitu juga dengan metafora "*memangkas politik uang*" yang dirujuk pada memangkas pagar dedaunan di rumah atau rumput di pekarangan rumah. Hal yang sama pada ungkapan metafora "*lahan subur terorisme*" juga memberikan simbol bahwa kondisi yang mendukung berkembangnya perilaku terorisme

bisa diawali dari tidak meratanya pembangunan yang mendukung kesejahteraan rakyat sehingga memunculkan kebencian terhadap pemimpin dan aparat pemerintahan.

Begitu juga ungkapan "*micro canvassing, micro targeting, dan menggerakkan struktur akar rumput pemenang*". Data ini dimaknai tim sukses Gofud atau parpol pendukung Ganjar-Mahfud dari awal berkomitmen untuk bekerja hingga terjun ke masyarakat bawah guna memenangkan pertarungan pilpres 2024. Ranah target dalam contoh di atas adalah "*di kesusampingkan ibarat daun salam*", "*kepedulian itu ditanamkan dan terus dipupuk*", dan "*Pendidikan Islam makin menjamur*". Sementara itu, ranah sumbernya adalah dianggap tidak penting setelah mendapat dukungan, karakter kepedulian itu dididik dan dilatih, dan pendidikan Islam terus berkembang. Beberapa contoh ujaran metafora adalah sebagai berikut.

- a. Menurut Muhaimin, banyak pemimpin yang memanfaatkan ulama untuk meraih dukungan, namun setelah itu *dikesampingkan ibarat daun salam*, bahkan ada dibuang.
- b. Ia juga menegaskan bahwa *kepedulian itu ditanamkan dan terus dipupuk* Pak Harto kepada anak-anaknya.
- c. Tidak ada azan yang dilarang, masjid yang ditutup, *pendidikan Islam malah makin menjamur*.

Ungkapan metafora menjamur juga sebagai sebuah kondisi yang meningkat secara kuantitatif. Ungkapan di atas merupakan satu upaya kritikan yang berbentuk hoaks, yang bermakna apabila PG menang akan melarang azan, masjid ditutup, dan pendidikan islam akan dibatasi. Begitu juga data "*dikesampingkan ibarat daun salam*", ungkapan ini ditujukan pada banyaknya calon pemimpin yang memanfaatkan ulama dan tokoh ditujukan pada banyaknya calon pemimpin yang memanfaatkan ulama dan tokoh masyarakat untuk meraih dukungan dari masyarakat. Namun pada umumnya, setelah meraih kemenangan, ulama dan tokoh masyarakat ditinggal atau tidak dilibatkan lagi dalam pengembangan dan kemajuan bersama dalam menyejahterakan masyarakat. Ungkapan metafora ini seperti daun salam dalam masakan. Setelah manfaat daun salam diambil

untuk membuat wangi masakan, daun salam tersebut dibuang dan tidak digunakan lagi. Hal yang sama juga pada ungkapan metaforis "*kepedulian itu ditanamkan dan terus dipupuk*". Ungkapan metaforis ini ditujukan pada pola yang dilakukan oleh mantan Presiden Soeharto dalam mendidik dan melatih putra-putrinya agar memiliki kepedulian terhadap kesulitan dan penderitaan masyarakat. Sikap kepedulian itu terus dilatih dan dicontohkan pada anak-anaknya, serta terus dilakukan dalam kehidupan kesehariannya agar terbentuk karakter yang sesuai harapan.

Konsep-konsep tumbuhan dipinjam untuk menghadirkan wacana politik yang menarik. Tujuannya untuk menarik simpati publik, menyegarkan diskusi pada bidang jurnalistik serta menyampaikan pesan tersirat. Beberapa perlakuan terhadap tumbuhan juga sengaja dipinjam untuk memacu pemaknaan yang segar terhadap sebuah istilah.

Pada ujaran metafora di atas, ditemukan pemetaan metafora konseptual dalam ranah tumbuhan, yaitu "*lawan korupsi sampai ke akar-akarnya*", "*memangkas politik uang*", "*lahan yang subur tumbuhnya terorisme*", "*menggerakkan struktur akar rumput*", "*ulama dikesampingkan ibarat daun salam*", "*kepedulian ditanamkan dan terus dipupuk*", dan "*Islam makin menjamur*". Hasil pemetaan metafora konseptual di atas secara sistematis menayangkan bahasa dan struktur inferensial dari ranah tumbuhan sebagai ranah sumber kepada ranah politik sebagai ranah target. Keduanya dihubungkan antara inferensial kedua konsep tumbuhan dan konsep politik pilpres. Sesuai dengan pendapat Lakoff dan Johnson (1993), kedua ranah dalam metafora konseptual secara semantis membandingkan dua konsep yang simetris dan inferensial.

Data "*memangkas politik uang*" bukan dimaknai uang yang digunakan dalam kegiatan politik dipotong-potong, seperti memangkas daun untuk mengurangi kerimbunan, melainkan memutus perilaku kecurangan yang dilakukan oleh politisi yang melakukan suap dan kecurangan lainnya untuk memengaruhi pemilih agar memilih capres tertentu dengan memberikan sejumlah uang. Perilaku seperti ini dalam pilpres dianggap sebagai proses yang mengganggu keberhasilan proses

pilpres dan juga mengganggu keberlangsungan hidup berbangsa dan bernegara sehingga harus dipotong dan dihilangkan. Secara inferensial, konsep memangkas daun dan memutus perilaku kecurangan politik dengan menyuap disatukan dalam simetri konsep memangkas. Pemetaan lintas ranah tumbuhan adalah sebagai berikut.



Gambar 5.11 Pemetaan Lintas-Ranah Tumbuhan

Skema dalam metafora ranah tumbuhan adalah skema keadaan (*existence*) yang bercirikan objek, sedangkan citra yang dibangun adalah realitas politik pilpres melalui konsep tumbuhan. Metafora ranah tumbuhan mengonstruksi bagian-bagian tubuh tumbuhan dan kegiatan yang berhubungan dengan tumbuhan. Kegiatan memangkas biasanya dilakukan terhadap daun untuk memotong dan mengurangi kerimbunan. Politik uang, suap, dan korupsi dianggap sebagai proses yang mengganggu keberlangsungan hidup berbangsa sehingga harus

dipotong dan dihilangkan perilaku koruptif. Metafora ranah tumbuhan mencerminkan realitas politik yang terjadi yang sebagiannya ditujukan untuk meyakinkan komitmen rakyat untuk memilih.

Hal yang menarik adalah munculnya metafora "*ulama daun salam*". Daun salam memiliki aroma yang khas sebagai penyedap masakan. Ketika dalam proses memasak, daun salam dibutuhkan sebagai pewangi. Namun ketika masakan sudah jadi, daun salam akan dibuang karena sudah dianggap sampah. Hal serupa juga terjadi pada proses pemilihan cawapres. Ulama dianggap seperti daun salam yang dibutuhkan pada proses kampanye untuk menarik suara umat muslim. Ketika sudah berhasil menduduki jabatan, maka ulama tidak akan dibutuhkan karena tidak memiliki peran dan sumbangsih lagi.

Tumbuhan yang merupakan basis pengalaman manusia sepanjang hidup, menyumbang target metafora untuk mengaktualisasi narasi-narasi politik dalam media masa. Sebagai sebuah referensi kognitif, citra tumbuhan dengan segala sifat dan fungsi dapat disinergikan dalam konteks politik untuk mendukung kerangka konseptualisasi menjadi skema, yakni ide-ide politik yang membangun perubahan.

Metafora yang diperoleh pada ranah tumbuhan adalah **realitas politik bagaikan tumbuhan**. Hal ini berdasarkan pada perolehan data yang mengarah pada skema citra tentang tumbuhan. Hubungan antara ranah target dan sumber berkaitan secara *containtment* yang mengacu pada kesamaan pemaknaan terhadap kedua ranah. Konsep tumbuhan yang digunakan dalam ujaran metafora dikorespondensikan dengan realitas politik. Ulama diibaratkan seperti *daun salam*, memiliki basis *content* yang sama dari sisi sifatnya. Daun salam digunakan sebagai bumbu masakan yang setelah selesai digunakan, maka akan dibuang. Begitu juga dengan ulama, yang hanya dibutuhkan untuk menaikkan elektabilitas paslon. Ada intensi yang *matching* atau serasi antara ranah target dan ranah sumbernya.

Metafora ranah tumbuhan muncul sebagai ungkapan terhadap realitas politik dan berupaya untuk meyakinkan suara pemilih. Wujud ungkapan realitas politik ada pada data "*embrio*", "*lahan*

subur tumbuhnya terorisme", *"microcanvasing dan microtargeting"*, *"dikesampingkan ibarat daun salam"*, dan *"kepedulian itu ditanamkan"*. Sementara itu, ujaran untuk menyakinkan suara pemilih ada pada data *"lawan korupsi sampai akarnya"*, *"pangkas suap/politik uang"*, dan *"Pendidikan Islam makin menjamur"*.

12. Metafora Ranah Bangunan atau Tempat

Dalam kehidupannya, manusia membutuhkan tempat tinggal atau bangunan rumah yang gunanya disesuaikan dengan fungsinya. Kesamaan tersebut mengilhami proses penciptaan metafora politik. Lumbung, kandang, dan rumah merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kebudayaan masyarakat Indonesia. Kebudayaan yang dekat dengan nilai agraris menjadi corak tersendiri dalam penggunaan metafora politik ranah bangunan/tempat. Contohnya,

- a. Calon presiden nomor urut 01, Anis, mengatakan Indonesia mengalami *kebocoran kekayaan*.
- b. Menurut dia, selama sepuluh tahun ini pemerintahan saat ini sudah *meletakkan pondasi pembangunan* untuk meningkatkan perekonomian Indonesia, melalui infrastruktur dari Sabang sampai Merauke
- c. "Jika Gofud terpilih, maka perekonomian Indonesia akan *lepas landas menuju Indonesia maju*," ucap Yuke.
- d. Namanya memenangkan nomor 1 kan harus satu padu, nah ini sementara ada yang *mengambil momen-momen di tikungan* ini sebenarnya kurang tepat.
- e. Airlangga menambahkan, "Provinsi Kalsel merupakan *lumbung suara partai berlambang pohon beringin*".

Setelah dicermati data di atas, ranah target dari ujaran metaforanya adalah *"kebocoran kekayaan"*, *"meletakkan pondasi pembangunan"*, *"lepas landas menuju Indonesia maju"*, *"mengambil momen di tikungan"*, dan *"lumbung suara partai beringin"*. Sementara itu, ranah sumbernya adalah alokasi APBN tidak digunakan sesuai

rancangan, membangun dasar perekonomian, segera bergerak menuju kemajuan, mengambil kesempatan dan peluang, dan wilayah pendukung Golkar. Agar dapat memahami kedua ranah target dan sumber, harus kita pahami terlebih dahulu tentang titik temu yang menghubungkan antarkedua ranah.

Pada konseptualisasi ranah bangunan, fungsi bangunan dikorespondensikan dengan fungsi narasi politik yang ingin disampaikan. *Pondasi* dan *lumbung* dikaitkan dengan dimensi politik yang menjadi gagasan kognitif penyampaian pesan. *Pondasi* merupakan landasan dan bagian paling fundamental dari sebuah bangunan. "*Pondasi pembangunan*" memiliki makna fungsional tentang hal paling penting, mendasar, dan menjadi pijakan dalam proses pembangunan. Begitu juga dengan *lumbung* yang berfungsi sebagai gudang penyimpanan padi sehingga membentuk metafora "*lumbung suara*" yang artinya tempat atau wilayah untuk meraih suara mayoritas. Pada konteks yang sama, dua metafora tersebut sejajar secara fungsi, begitu juga contoh berikut.

- a. Indonesia rumah aman dan nyaman.
- b. Orientasi pembangunan saat ini hanya sebagai etalase politik saja.
- c. Jabar masih menjadi kandang Prabowo.
- d. Pemerintahan saat ini sudah menempatkan landasan secara *on the track*.

Data yang masuk ke dalam ranah target penelitian ini adalah "*Indonesia rumah yang aman dan nyaman*", "*sebagai etalase politik*", "*Jabar kandang Prabowo*", dan "*merepotkan landasan secara on the track*". Sementara itu, ranah sumbernya adalah Indonesia negara yang aman, pembangunan sebagai pajangan politis, Jabar basis pendukung Prabowo, dan membangun dasar untuk maju. Keterikatan fungsi juga terjalin pada data-data di atas. "*Rumah*", "*kandang*", "*landasan*", dan "*etalase*" sebagai bentuk konkretisasi pesan yang hubungannya diikat oleh fungsi. Rumah memberikan perlindungan,

kandang merupakan tempat markas, landasan sebagai jalur *take off* dan *landing* pesawat, dan etalase sebagai sebuah ruang untuk memamerkan dagangan memenuhi narasi politik terkait pilpres di media massa.

Pemetaan metafora konseptual dalam ranah bangunan/tempat, yakni "*kebocoran kekayaan*", "*pondasi pembangunan*", "*lepas landas untuk menang*", "*mengambil momen di tikungan*", "*lumbung suara*", "*Indonesia rumah yang aman*", "*etalase politik*", dan "*kandang Prabowo*". Hasil pemetaan metafora konseptual ini dikorespondensikan antara konsep bangunan/tempat, diasosiasikan dalam konsep aktivitas politik pilpres. Konsep bangunan/tempat dijadikan dalam ranah sumber, sedangkan konsep politik pilpres tersebut dijadikan dalam ranah target. Ranah sumber merupakan konsep yang abstrak, seperti "*kebocoran anggaran*", "*pondasi pembangunan*", "*lumbung suara*", dan yang lainnya dikorespondensikan dalam ranah sumber, yaitu menjadi simbol dari hilangnya anggaran negara karena diambil oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Dalam skema citra, interaksi alami antara manusia dengan lingkungan menjadi pijakan dalam merealisasikan gagasan melalui bahasa (salah satunya adalah metafora). Dengan mengaitkan antara dimensi pengalaman yang berhubungan dengan ruang, tempat, atau bangunan, maka dapat menghasilkan metafora yang bersinggungan dengan narasi politik. "*Landasan pembangunan*", misalnya, identik dengan tempat untuk pesawat melakukan lepas landas. Indonesia lepas landas, tentunya memiliki makna bahwa negara akan mengalami peningkatan menuju level yang lebih baik. Sama seperti pondasi, landasan juga terkait dengan dasar dan perencanaan. Pemetaan lintas ranah bangunan/tempat adalah sebagai berikut.



Gambar 5.12 Pemetaan Lintas-Ranah Bangunan/tempat

Skema dalam metafora ranah bangunan/tempat adalah skema wadah (*container*), sedangkan cinta yang dibangunnya adalah peluang dan tantangan yang dihadapi kedua kandidat. Data metafora “*etalase politik*” sebagai dasar pengalaman manusia untuk memahami bahwa etalase adalah wadah untuk memamerkan dagangan. Dalam konteks politik, “*etalase politik*” merupakan wadah untuk memamerkan citra positif kandidat capres dan tim sukses agar dapat menyakinkan rakyat dan meraih peluang menang. Dagangan politik berupa program-program pembangunan merupakan bagian dari usaha untuk memamerkan citra, meskipun minus substansi.

Konfigurasi kognitif manusia dalam menghasilkan bahasa sangat dipengaruhi oleh pengalamannya. Tidak berbeda dengan proses penciptaan metafora, manusia mengambil sumber acuan berdasarkan skala mental yang pernah dialami. Lahirnya metafora "*etalase politik*", "*lambung suara*", "*kandang Prabowo*", dan sebagainya mengacu pada konfigurasi mental yang mengasosiasikan bangunan-bangunan tertentu sebagai jalinan makna antara pesan dan narasi politik yang disampaikan.

Metafora konseptual yang dapat dirumuskan berdasarkan data ranah bangunan adalah **politik bagaikan bangunan atau tempat hidup bagi manusia**. Konsepsi tersebut muncul didasarkan pada skema wadah (*container*) untuk mengidentifikasi keserasian makna dan tujuan (*matching* dan *goal*) dalam mentransformasi ranah target dan ranah sumber konteks metafora politik. Secara ideasional, *kandang*, *etalase*, dan *lambung* menjadi sarana untuk memvisualisasikan maksud politisi terkait dengan ide-ide politiknya. Tujuannya adalah untuk mengonkretisasi ide yang abstrak menjadi mudah dipahami secara visual.

Metafora ranah bangunan/tempat digunakan dalam mengungkapkan peluang dan tantangan yang dihadapi kedua kubu capres/cawapres. Ungkapan metafora yang identik dengan peluang menggambarkan bahwa di antara kubu memiliki kekuatan basis massa untuk meraih kemenangan. Ujaran metafora "*meletakkan pondasi pembangunan*", "*lepas landas menuju Indonesia maju*", "*lambung suara 01*", "*menempatkan landasan secara on the track*", dan "*ambil suara di kandang banteng*" memiliki makna bahwa kekuatan bisa diraih dalam mendukung kemenangan. Sementara itu, ujaran yang identik dengan tantangan, yaitu "*etalase politik*", "*mengambil momen tikungan*", dan "*kebocoran kekayaan*". Metafora ranah bangunan/tempat ini digunakan untuk menggambarkan kekuatan yang dimiliki para kedua tim, serta berupaya meyakinkan suara pemilih melalui pembangunan keyakinan berdasarkan data dan dokumen sebagai penguat keyakinan rakyat pemilih.

13. Metafora Ranah Benda Sehari-hari

Pemakaian metafora, baik secara struktural maupun orientasional, selalu melibatkan hal-hal yang terindra oleh manusia. Benda sehari-hari yang dapat dijumpai manusia mengilhami munculnya metafora politik ranah benda sehari-hari. Dengan membandingkan kesamaan karakter, mencari korespondensi antara konsep politik dan konsep benda sehari-hari yang tampak oleh mata, maka lahirlah metafora politik yang unik dan menarik sehingga menghiasi narasi pemberitaan di media massa *online*. Contohnya,

- a. Anis mempertanyakan sikap Prabowo sebagai menteri Jokowi yang justru *membuka keran impor* di era pemerintahannya.
- b. Guna mewujudkan Indonesia yang maju, Mahfud menilai diperlukan *penguatan empat bingkai kehidupan*.
- c. Persatuan kita rajut terus kebersamaan kita, *tenun kebangsaan Indonesia* adalah keniscayaan sehingga perlu kita rawat, kita junjung tinggi persaudaraan kita," ucap Gibran
- d. "Eh, di puncak tatanan tertinggi negara kok malah menyuguhkan *mental boneka* yang semakin tidak pantas untuk dilihat?" imbuh Sudaryono.

Ranah target dalam data ujaran metafora di atas adalah "*membuka keran impor*", "*penguatan empat bingkai kehidupan*", dan "*tenun kebangsaan Indonesia dan mental boneka*". sedangkan ranah sumber yang bersifat konkret adalah membuka peluang import, penguatan unsur penting kehidupan, persatuan NKRI harus kita jaga dan karakter anak-anak. Kedua ranah target dan ranah sumber di atas melihat hubungan korespondensi antara proses politik pilpres dan konsep benda sehari-hari yang melingkupi kehidupan manusia sehingga dapat memahami makna metafora.

Benda sehari-hari, seperti keran, bingkai, tenun, dan boneka menjadi acuan dalam mengaktualisasi ide-ide politik. Sinergi fungsi sebagai skema yang ingin ditawarkan dalam proses metaforis tersebut. Benda-benda tersebut diklaim memiliki fungsi yang sama dalam menyederhanakan dan mengonkretisasi pesan. "*Keran impor*",

misalnya, mencari karakteristik yang sama melalui korespondensi antara proses impor dan benda (keran) yang berfungsi untuk membuka atau menutup laju air. Proses impor diibaratkan sebagai proses mengalirnya air sehingga membutuhkan keran sebagai pengendalinya.

Tenun juga merupakan benda sehari-hari yang mengonkretisasi pesan persatuan dan kesatuan antara entitas-entitas yang berbeda. Sebagai negara yang memiliki banyak perbedaan dari sisi wilayah, suku, agama (kepercayaan), bahasa, dan pandangan politik, penyatuan dalam bentuk tenun menjadi hal yang diharapkan untuk mencapai persatuan dan kesatuan yang indah. Seperti ujaran metafora, "*tinta kotor dalam penyelenggaraan pemilu*", "*Anis adalah sosok Betawi 24 karat*", "*Gofud menegaskan rantai persahabatan dengan semua tim tidak akan terputus*", dan "*mesin partai harus terus bekerja secara maksimal, sampai kita menang*".

Ranah target dalam data di atas adalah "*tinta kotor penyelenggara pemilu*", "*Anis dinilai sosok Betawi 24 karat*", "*rantai persahabatan*", dan "*mesin partai*". Sementara itu, ranah sumbernya adalah permasalahan penyelenggara pemilu, Anis sahabat Betawi, hubungan baik, dan pergerakan kampanye. Kedua ranah di atas disatukan ke dalam konsep pilpres agar mudah dipahami maknanya.

"*Tinta kotor*" menjadi referensi sesuatu hal yang merupakan presiden buruk. Tinta diibaratkan sebagai sesuatu yang sulit untuk dihapus. Begitu juga dengan emas 24 karat, diibaratkan sebagai simbol kualitas keaslian emas. Secara simbolis, benda-benda dalam keseharian manusia 'dipinjam' atau dikorespondensikan untuk menjelaskan dimensi abstrak yang sengaja diungkapkan. Dengan mengonkretisasi, maka jalinan komunikasi akan menjadi lebih mudah sekali pun dijembatani oleh simbol lain.

Pemetaan metafora konseptual dalam ranah benda sehari-hari di atas ditemukan beberapa konsep, yaitu "*keran impor*", "*bangkai kehidupan*", "*tenun kebangsaan*", "*mental boneka*", "*tinta kotor pemilu*", "*Anis sosok Betawi 24 karat*", "*rantai persahabatan*", dan "*mesin partai*". Konsep benda sehari-hari dalam pemetaan metafora konseptual ini disatukan dengan gejala bahasa dan konsep aktivitas politik pilpres.

Kata *keran*, *bangkai*, *tenun*, *boneka*, *tinta*, *24 karat*, *rantai*, dan *mesin* merupakan benda sehari-hari yang melingkupi kehidupan manusia. Benda sehari-hari ini digunakan sebagai simbol dalam metafora yang memiliki makna tersendiri dalam kegiatan politik. Konsep rantai persahabatan dengan Prabowo Subianto dan “*mesin partai*” dimaknai sebagai jalinan persahabatan yang sudah terbangun lama dan erat antara Prabowo dan Jokowi dan gambaran penting dari partai yang menggerakkan semua upaya kepartaian untuk meraih kemenangan, bukan dimaknai sebagai alat pengikat satu benda dengan benda lainnya dan alat penggerak utama suatu benda elektronik atau transportasi. Pemetaan lintas ranah benda sehari-hari adalah sebagai berikut.



Gambar 5.13 Pemetaan Lintas-Ranah Benda Sehari-hari

Skema dalam metafora ranah benda sehari-hari adalah skema keadaan (*existence*), sedangkan citranya adalah penggambaran karakter politisi yang melakukan norma-norma menyimpang dari keyakinan masyarakat. Skema yang membangunnya merupakan etika dan norma yang harus dimiliki politisi dalam berpolitik. Karakter buruk merupakan karakter politisi yang melakukan politik uang dan mental boneka. Struktur konseptual terkait dengan benda sehari-hari tentu mudah dimanfaatkan manusia dalam mengaktualisasi bahasa (metafora).

Hal tersebut dikarenakan benda sehari-hari mudah diindra oleh manusia, misalnya pada metafora "*mesin partai*". Manusia hidup tidak lepas dari mesin. Mesin adalah alat penggerak utama suatu benda elektronik atau transportasi. Tanpa mesin, benda tidak dapat bekerja. "*Mesin partai*" merupakan gambaran dari komponen paling penting dari partai yang menggerakkan seluruh kerja kepartaian. Begitu juga dengan uang yang kemudian dimetaforakan menjadi "*politik uang*". Manusia tidak dapat lepas dari uang. Uang adalah salah satu kebutuhan dasar manusia untuk proses jual-beli. "*Politik uang*" merupakan simbol bahwa dalam kontestasi politik, uang menjadi penentu pilihan rakyat. Dengan uang, suara rakyat dapat dibeli. Upaya memutus jalannya politik praktis, para politisi/paslon menggunakan uang untuk memengaruhi suara rakyat dengan memberikan sejumlah uang.

Hal yang menarik dalam pilpres 2024 yang menjadi citra adalah karakter politisi yang berperilaku menyimpang dari norma-norma politik. Metafora "*mental boneka*", misalnya, mengacu pada referensi pengalaman manusia yang menganggap bahwa boneka adalah benda yang tidak bernyawa dan bisa dimainkan. "*Mental boneka*" digunakan paslon untuk mengkritik dan menyindir lawan politiknya yang dinilai tidak memiliki kemandirian dan mudah dikendalikan oleh pihak lain. Boneka menjadi acuan kognitif berdasarkan pengalaman manusia dalam memandang benda tersebut.

Metafora konseptual yang dapat dirumuskan pada ranah benda sehari-hari adalah **realitas pilpres bagaikan benda sehari-hari yang dekat kehidupan masyarakat**. Konseptualisasi ini tidak lepas dari usaha politisi untuk mencapai tujuan (*goal*) guna memasyarakatkan konsep-konsep politik agar mudah dipahami rakyat serta memunculkan visualisasi riil di benak rakyat terkait dengan narasi-narasi politik yang disampaikan. Politisi memiliki tujuan untuk menyederhanakan konsep abstrak dan mendekati diri dengan rakyat. Dengan meminjam terminologi benda sehari-hari yang mudah ditemukan dan dekat dengan rakyat, maka politisi berusaha untuk mengaktualisasikan konsep politik dan memvisualisasikan ide politik ke benak rakyat melalui metafora.

Metafora ranah benda sehari-hari digunakan sebagai media bahasa dalam mengungkapkan karakter para politisi dan kritikan lawan politik dalam menyakinkan para pemilih. Ujaran metafora yang mengungkapkan karakter politisi, yaitu "*mental boneka*" dan "*tinta kotor penyelenggara pemilu*". Sementara itu, ujaran yang identik dengan kritikan lawan politik sebagai upaya menyakinkan para pendukung dan simpatisan, yaitu "*membuka keran impor*", "*tenun kebangsaan Indonesia*", "*rantai persahabatan*", dan "*mesin partai*".

14. Metafora Ranah Ekonomi/Bisnis

Metafora politik ranah ekonomi/bisnis menghasilkan idiom-idiom yang menyelaraskan konsep politik dengan konsep ekonomi/bisnis. Gabungan keduanya akan menghasilkan metafora politik yang berkaitan dengan jual-beli, produksi, dan pasar. Istilah tersebut tentu sangat khas dengan konsep ekonomi, tetapi dengan mencari korespondensi atas kesamaan karakteristik antara keduanya, maka muncullah metafora yang unik dan menarik. Berikut ini adalah contoh yang dapat dihimpun.

- a. Saya seperti yang disampaikan pada debat pertama, kami tidak ingin proses hukum digunakan sebagai *komoditas politik*, komoditas yang digunakan untuk melanggengkan kekuasaan," ujar Muhaimin.

- b. Syafruddin menilai kalau pun ada *jual-beli jabatan* jumlahnya kecil dan hal itu sedang dalam proses aparat penegak hukum.
- c. Hasil kerja nyata telah membungkam semua *fitnah dan hoaks serta ujaran kebencian yang diproduksi* lawan.
- d. Mahfud mengatakan sudah saatnya *Indonesia berjihad di bidang ekonomi* karena jika dibiarkan terus, ekonomi sekarang ini kian memberatkan hidup masyarakat
- e. "*Birokrasi kita itu semua bisa diperjualbelikan*, birokrasi dikooptasi kekuatan politik, apa yang dijanjikan oleh tiga pasangan ini? Tidak ada," ujar Gerung.

Ranah target yang bersifat abstrak dari data metafora politik di atas, yaitu "*komoditas politik*", "*jual-beli jabatan*", "*fitnah*", "*hoaks serta ujaran kebencian di produksi*", "*Indonesia berjihad di bidang ekonomi dan birokrasi diperjualbelikan*". Sementara itu, ranah sumber yang bersifat konkretnya adalah tawar-menawar dalam berpolitik, jabatan diperjualbelikan, seperti barang dagangan, fitnah, hoaks dan ujaran kebencian disusun oleh *buzzer* atau oknum tertentu, Indonesia harus sungguh-sungguh dan komitmen mengembangkan ekonomi dan birokrasi diperjualbelikan. Keduanya didasarkan pada mencari korespondensi antarkeduanya, yakni konsep ekonomi/bisnis dengan realitas politik.

Beberapa diksi bidang ekonomi 'dipinjam' dalam aktualisasi metafora ranah politik, atau antara konsep ekonomi/bisnis dan konsep politik diasosiasikan berdasarkan adanya titik kesamaan. "*Komoditas*", "*produksi*", dan "*jual-beli*" merupakan istilah yang identik dengan bidang ekonomi/bisnis. Mengaitkan antara komoditas dan politik memberikan sinyal bahwa politik juga bagian dari proses bisnis yang melibatkan dua orang untuk bertransaksi dan tawar-menawar barang dagangan. Konteks yang dibangun berkonotasi negatif mengingat gerak politik sebenarnya merupakan semangat untuk mendahulukan kepentingan rakyat dibandingkan dengan kepentingan transaksional personal atau kelompok. Contoh lainnya,

- a. Informasi bohong disebarkan oleh *produsen hoaks*.
- b. Politik ini merupakan bisnis harapan, upaya delegitimasi penyelenggaraan pemilu merupakan bisnis *produk politik*.
- c. Partai Golkar memiliki pasar tersendiri.

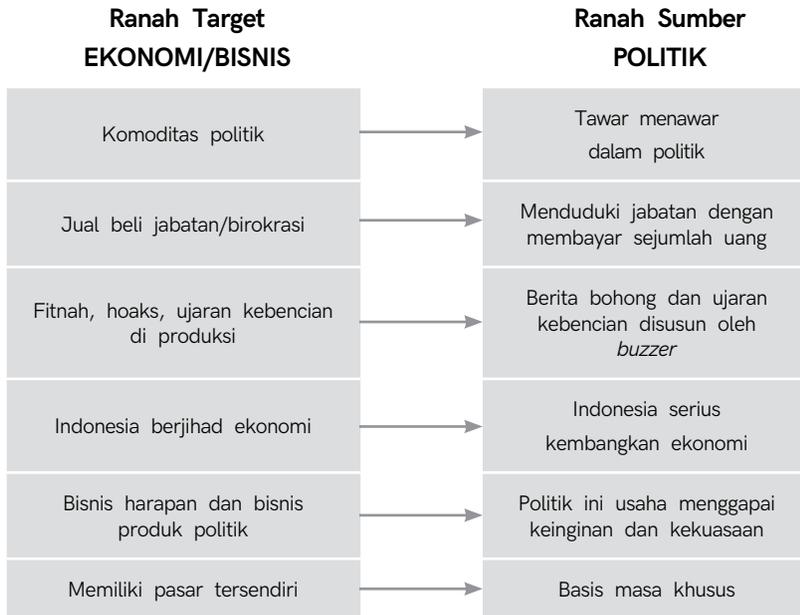
Ranah target data metafora di atas adalah "*produsen hoaks*", "*politik bisnis harapan dan bisnis produk politik*", serta "*partai memiliki pasar tersendiri*". Sementara itu, ranah sumbernya, yaitu hoaks diciptakan orang tertentu atau buzzer melalui politik usaha untuk menggapai keinginan, usaha meraih kekuasaan dan partainya memiliki basis massa tersendiri. Hubungan antara ranah target dan sumber yang dikorespondensikan antara realitas aktivitas politik dan konsep ekonomi/bisnis sehingga menghasilkan ujaran metaforis.

Pada contoh di atas, dimensi politik yang dibisniskan semakin dikukuhkan berada pada konteks negatif melalui munculnya metafora "*bisnis harapan*". Dalam konteks ini, "*bisnis harapan*" merupakan narasi yang selama ini dikaitkan kepada politisi yang hanya mengumbar janji-janji palsu. Metafora "*bisnis politik*" juga semakin menegaskan kesan yang dibangun. Politik sebagai alat jual-beli untuk mendapat keuntungan.

Konsep ekonomi/bisnis sebagai ranah sumber dikorespondensikan ke dalam konsep aktivitas politik sebagai ranah target. Konsep politik dan jual-beli jabatan tidak dimaknai bahwa politik itu sebagai barang dagangan utama dan suatu jabatan yang tidak pantas diperjualbelikan. Namun, pesan yang ingin disampaikan adalah *platform* atau konsep ideal yang menjadi entitas suatu politik dan jabatan yang tidak pantas dijualbelikan dalam bernegara dan seharusnya posisi jabatan itu ditentukan berdasarkan prestasi dan kinerja.

Ujaran metafora konseptual di atas sesungguhnya tidak hanya bermakna untuk menyatakan ide dan pendapat melalui bahasa, tetapi hasil dari memikirkan sesuatu objek. Manusia tidak hanya menggunakan metafora "*komoditas politik*", "*jual-beli jabatan*", dan "*birokrasi dijual belikan*" sebagai bahasa, tetapi metafora tersebut merupakan hasil dari proses berpikir atau konseptualisasi akal manusia sehingga konsep komoditas dan jual-beli sebagai sumber yang dipikirkan sebagai *platform* entitas suatu politik dan jabatan yang tidak layak dijualbelikan dalam berbangsa dan bernegara. Sejalan dengan pendapat Lakoff dan Johnson (1996:118), metafora konseptual tidak hanya sebagai alat dalam menyatakan pikiran melalui

bahasa, tetapi juga memikirkan suatu konsep tertentu. Pemetaan lintas ranah ekonomi/bisnis adalah sebagai berikut.



Gambar 5.14 Pemetaan Lintas-Ranah Ekonomi/Bisnis

Skema dalam metafora ranah ekonomi/bisnis adalah skema kekuatan (*force*), sedangkan citra yang dibangun adalah pengalaman politik yang memengaruhi perilaku manusia. Skema kekuatan ini lahir berdasarkan ungkapan "*bisnis politik*", "*komoditas politik*", dan "*jual-beli jabatan*" yang menjadi pengalaman sensorial para politisi dalam realitas politik di Indonesia. Realitas nyata dalam kehidupan politik di Indonesia, tidak sedikit pelaku-pelaku politik yang memanfaatkan jabatan untuk mencari kekayaan dengan jalan tidak normal, yakni melalui KKN dan perilaku melanggar hukum lainnya.

Persoalan ekonomi dan bisnis merupakan hal yang wajar dan rasional memengaruhi kognitif manusia dalam menghasilkan bahasa karena konsep ekonomi dan bisnis menjadi aktivitas harian yang melingkupi hidup manusia. Namun, dalam konteks metafora politik,

beberapa data yang diperoleh cenderung berubah menjadi nuansa yang bermakna negatif. Dua dimensi yang sebenarnya wajar dan baik, yaitu bisnis dan politik, ketika disandingkan justru memunculkan konotasi minor yang dipakai untuk menyindir dan mengkritisi lawan politik. Hal ini menjadi fenomena unik di ranah metafora karena tidak lazim dalam bahasa keseharian manusia. Tentu saja hal tersebut tidak dapat dilepaskan dari pengalaman indrawi manusia yang menganggap bahwa perdagangan yang mendatangkan keuntungan itu harus murni berada pada konteks jual-beli dan bukan pada konteks politik.

Pengalaman manusia terstruktur menganggap bahwa politik adalah jalan untuk menyejahterakan rakyat dan jalan pengorbanan, bukan jalan untuk mendatangkan keuntungan melalui memanfaatkan jabatan untuk membantu dan menyejahterakan rakyat pemilihnya. Struktur pengalaman inilah yang menyebabkan metafora politik ranah ekonomi/bisnis menjadi cenderung berkonotasi minor. Padahal, proses demokrasi dan tatanan pemerintahan merupakan konsep yang baik sebagai upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Sementara itu, oknum karakter politisi yang mengubah nilai positif menjadi negatif karena didasari ketidakonsistenan dan rasa tanggungjawab yang dijalankan para politisi.

Berdasarkan uraian dan analisis pembahasan, metafora konseptual yang diperoleh dalam ranah ekonomi/bisnis adalah **pilpres bagian dari transaksi bisnis**. Hal ini dikarenakan konsep ekonomi/bisnis diambil untuk dikorespondensikan ke dalam ujaran metaforis dalam konteks politik pilpres. Secara ideasional, muncul upaya dari politisi atau pakar politik untuk menyindir sistem perpolitikan, khususnya pilpres 2024, yang dipenuhi dengan transaksi-transaksi politik layaknya di dunia bisnis atau perdagangan. Sistem politik yang awalnya memiliki *goal* atau tujuan mulia berubah menjadi usaha dalam memenuhi basis ekonomi. Tujuan baik dalam konsep ekonomi/bisnis tersebut diubah dan alihkan menjadi cenderung negatif sehingga memunculkan metafora-metafora, seperti "*bisnis harapan*", "*komoditas politik*", dan "*jual-beli jabatan*". Ada identitas yang sama dan serasi dalam

mengonsepsi metafora yang berasal dari ranah politik yang kemudian ditransformasikan ke ranah ekonomi/bisnis.

Metafora ranah ekonomi/bisnis lahir untuk mengungkapkan skema kekuatan untuk meyakinkan dan menjatuhkan lawan politik. Ujaran yang bercirikan kekuatan untuk meyakinkan, yaitu "*komoditas politik*", "*Indonesia berjihad ekonomi*", "*bisnis harapan dan bisnis produk politik*", serta "*memiliki pasar tersendiri*". Makna dari ujaran tersebut ditujukan untuk meyakinkan masyarakat dalam menentukan pilihannya. Sementara itu, ujaran yang menjatuhkan lawan politik, yaitu "*jual-beli jabatan*", "*fitnah*", "*hoaks*", dan "*ujaran kebencian diproduksi*". Ujaran ini bertujuan untuk mengkritik lawan politik bahwa mereka melakukan berbagai kecurangan dalam mencapai tujuan untuk menang.

15. Metafora Ranah Mistis/Gaib

Metafora ranah mistis/gaib salah satu bentuk metafora yang khas berkembang pada pilpres 2019 dan 2024. Tidak sedikit penggunaan diksi-diksi mistis/gaib digunakan dalam ranah pilpres. Penggunaan diksi mistis/gaib ini ditujukan pada asumsi bahwa akan terjadi berbagai kecurangan dalam pilpres, di antaranya ada data pemilih ganda, orang asing ikut memilih, dan orang yang sudah meninggal pun masih terdata menjadi pemilih. Berikut beberapa contoh yang ditemukan.

- a. Ada yang bertanya begitu, saya bilang, "*saya dan kami akan terima dukungan dari mana pun kecuali iblis/setan yang lain kami terima, Prabowo terima bahkan anak dan cucu PKI, pun cicit PKI kami akan terima dukungannya.*"
- b. Capres Gofud mengenalkan *KTP saktinya* di depan massa pendukung di Kota Tangerang.
- c. Ada yang menuduh Pak Prabowo hadirkan *politik genderuwo*, pesimisme, dan menakuti rakyat.
- d. Mahfud MD menyebut pembuat hoaks yang belakangan marak beredar melalui *media sosial adalah setan atau anaknya iblis.*

Ranah target dalam data di atas, yaitu *"menerima dukungan dari mana pun kecuali iblis/setan"*, *"tiga kartu sakti"*, *"politik genderuwo"*, dan *"media sosial adalah setan atau anaknya iblis"*. Sementara itu, ranah sumbernya adalah menerima dukungan kecuali dari pembohong dan koruptor, tiga kartu yang bermanfaat ganda, politik menakut-nakuti/mengancam, dan media sosial sebagai media pendusta dan fitnah. Data metafora di atas didasarkan melalui mencari korespondensi kesamaan karakteristik antara keduanya, yakni konsep alam gaib diasosiasikan ke dalam kegiatan pilpres yang dilakukan para kandidat dan tim suksesnya.

Hal-hal mistis/gaib tidak akan dapat dilepaskan dari narasi kebahasaan bangsa Indonesia karena sudah diyakini realitasnya dalam kehidupan manusia. Mistisisme yang bersumber dari kebudayaan menjadi hal yang lekat dalam perbincangan masyarakat, bahkan di ranah politik. Kombinasi antara konsep politik dan hal-hal gaib/mistis menghadirkan narasi metafora yang unik dan menarik. Ujaran metafora dapat dijabarkan sebagai berikut.

"Ada paslon menyebutkan 'jangan sampai ada hantu, tuyul, hingga orang mati ikut memilih', kemudian program tidak jelas coba dibangkitkan dari kuburnya untuk mengambil hati rakyat, dan jangan sampai ada hantu-hantu bangun untuk ikut nyoblos saat 14 Februari 2024 nanti."

Ujaran metafora politik ranah target di atas, yaitu *"jangan sampai ada hantu"*, *"tuyul hingga orang mati ikut memilih"*, *"program tidak jelas jangan dibangkitkan dari kubur"*, *"tuyul-tuyul"*, dan *"hantu-hantu ikut mencoblos"*. Sementara itu, ranah sumbernya, yakni jangan sampai orang asing, anak-anak dan orang yang sudah mati ikut memilih, program tidak jelas yang sudah dijalankan pemerintah saat ini jangan jalankan kembali, dan orang-orang yang tidak terdaftar dalam DPT (daftar pemilih tetap) ikut memilih saat pencoblosan. Pola metafora ini didasarkan pada mencari korespondensi atau kesamaan makna antara konsep mistis/gaib dan realitas pilpres.

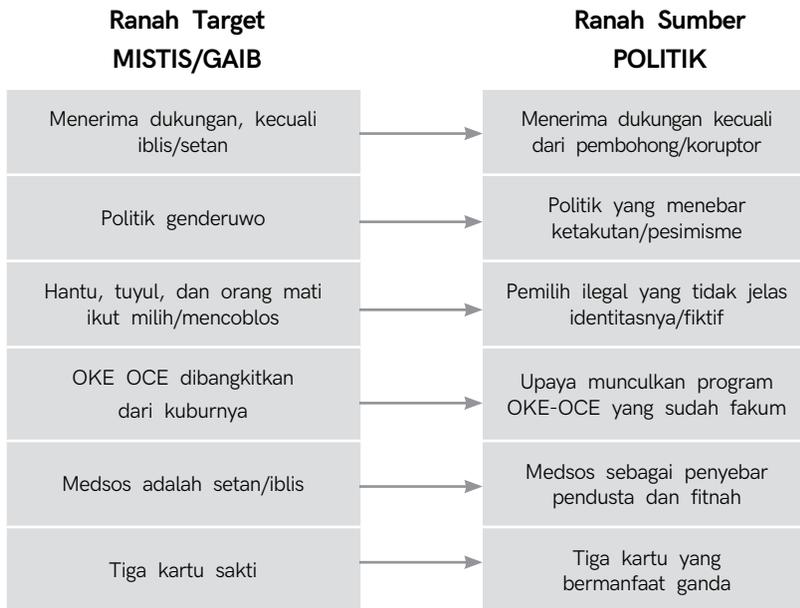
Beberapa entitas mistis/gaib muncul sebagai acuan metafora politik. "*Dukungan dari iblis*", "*tuyul*", "*setan*", dan "*genderuwo*" merupakan jenis-jenis makhluk gaib yang selalu diasosiasikan pada hal-hal buruk. Jadi, jenis-jenis makhluk gaib, termasuk *genderuwo* dilekatkan pada konsep politik yang sifatnya curang, menakut-nakuti, dan tidak jujur. "*Politik genderuwo*" menasar pada diri pribadi Prabowo yang dianggap menyajikan hal-hal yang pesimis dan menakuti rakyat. Genderuwo adalah makhluk mistis Jawa yang bertubuh besar dan menebar ketakutan bagi sebagian masyarakat. Hal serupa juga muncul, seperti *tuyul* atau *hantu* sebagai representasi hal-hal yang tidak nyata. Tuyul dan hantu yang jadi pemilih merupakan simbolisasi kecurangan dalam menghadirkan pemilih-pemilih fiktif yang diupayakan dan manipulasi data untuk memenangkan paslon tertentu.

Munculnya metafora politik ranah mistis/gaib tidak lepas dari makhluk- makhluk gaib yang selama ini diyakini sebagian masyarakat Indonesia. Bahkan sebagian masyarakat lebih percaya pada hal-hal mistis/gaib daripada suatu hal yang realistik dan ilmiah. Tuyul, hantu, siluman, dan genderuwo merupakan entitas sakral yang meskipun sulit dibuktikan secara ilmiah, tetapi mampu mengisi diskursus di berbagai aspek kehidupan, termasuk aspek politik. Dalam konsep lain, sebagian masyarakat di Indonesia lebih percaya untuk berobat dari sakit yang dideritanya kepada tokoh agama melalui wasiat doa yang gaib, 'orang pintar', dan paranormal melalui ramuan obat-obatan dan bantuan makhluk gaib, daripada berobat ke dokter spesialis, atau ke rumah sakit. Pemetaan metafora konseptual dalam ranah mistis/gaib sesuai data di atas, yaitu "*pembuat hoaks adalah setan/ anak iblis*", "*kartu sakti*", "*politik genderuwo*", "*hantu-tuyul ikut memilih*", dan "*terima dukungan dari iblis/setan*".

Konsep mistis/gaib digunakan dalam ranah sumber sebagai hasil proses kognitif dalam memandang suatu konsep sebagai konsep lain. Konsep mistis/gaib yang relatif abstrak didasarkan pengalaman

sensori manusia dalam realitas kehidupan, dikorespondensikan dalam bentuk konkret realitas politik yang sedang terjadi dalam pilpres. Konsep ini menurut Lakoff dan Johnson (2003: 5) disebut sebagai metafora konseptual dengan menghubungkan dua konsep yang abstrak dan konkret melalui adanya kesamaan karakteristik. Data menerima dukungan dari mana pun kecuali iblis/setan, dimaknai tidak menerima dukungan dari orang yang memiliki akal licik, jahat, curang, dan berpikiran kotor karena dapat menjadi kendala/masalah dalam meraih kemenangan. Konsep konkret dalam realitas politik bahwa setan/iblis dimaknai orang/pemilih atau politisi yang memiliki kesamaan karakter dengan setan/iblis, yakni jahat, curang, licik, kotor, seram, dan menakutkan, sedangkan konsep abstraknya merupakan wujud dari sifat dan karakter setan/iblis tersebut.

Dalam metafora konseptual di atas, konsep hantu, setan, iblis, tuyul, dan genderuwo tentu tidak mengacu pada makna sebenarnya, tetapi dimaksudkan adanya pemilih-pemilih yang tidak jelas identitasnya. Banyak pemilih-pemilih fiktif yang sengaja dimunculkan untuk memenangkan kandidat tertentu. Bahkan beberapa data menyebutkan adanya pemilih yang sudah meninggal, dan belum dewasa (di bawah 17 tahun) masih terdaftar di DPT. Dengan demikian, hal tersebut memunculkan kecurigaan yang diasosiasikan akan adanya hantu, setan, tuyul, dan mayat hidup akan ikut memilih saat pencoblosan 14 Februari 2024. Begitu juga diksi *genderuwo* yang dilekatkan pada kandidat dan politisi yang menebar ketakutan dalam kegiatan kampanye. Walau realitas di masyarakat tidak signifikan dalam mengubah keyakinan karena hal tersebut sudah dianggap sebagai hal yang biasa. Pemetaan lintas ranah mistis/gaib adalah sebagai berikut.



Gambar 5.15 Pemetaan Lintas-Ranah Mistis/Gaib

Skema dalam metafora ranah mistis/gaib berdasarkan data penelitian adalah skema keadaan (*existence*), sedangkan citra yang dibangunnya adalah aksi dalam realitas politik yang mengonstruksi budaya lokal Indonesia melalui spesifik leksikalisasi budaya nusantara. Masyarakat Indonesia meyakini bahwa hal-hal gaib, seperti *tuyul*, *hantu*, *setan*, *bangkit dari kubur*, dan *genderuwo* merupakan entitas yang ada dalam kehidupan mereka. Keberadaan makhluk-makhluk tersebut didasari pada pengalaman kolektif, meskipun belum tentu pengalaman tersebut dapat diindra oleh penglihatan.

Dalam hal ini, struktur mental masyarakat Indonesia memperoleh citra makhluk gaib tidak dalam pembuktian, tetapi dalam kepercayaan yang selama ini dianut dan melekat secara pada dimensi kognitif. Munculnya metafora "*politik genderuwo*" merupakan representasi dari hal tersebut. Genderuwo merupakan salah satu makhluk gaib khas Jawa yang digambarkan berbadan besar dan suka menakut-nakuti orang.

Jadi, metafora politik genderuwo dilekatkan pada salah satu paslon yang dianggap menebar ketakutan dan pesimisme. Perlakuan menebar ketakutan merupakan jalur politik yang ditempuh sehingga pelakunya diibaratkan sedang bermain politik genderuwo. Secara asosiatif, genderuwo sengaja dilekatkan pada sosok Prabowo yang juga memiliki badan besar dan dianggap suka menakut-nakuti rakyat melalui narasi politiknya. Metafora tersebut menghadirkan skema aksi yang memandang bahwa antara genderuwo dan Prabowo memiliki pola aksi yang sama.

Hal serupa juga dapat diamati pada metafora "*program tidak jelas jangan dibangkitkan dari kubur*". Skema aksi antara munculnya program tidak jelas dan asosiasi negatif "*bangkit dari kubur*" dipandang memiliki basis pengalaman yang sama dalam pikiran manusia sehingga dapat menghasilkan metafora yang memiliki tujuan untuk menyindir lawan politiknya.

Berdasarkan data dan analisis di atas, maka metafora konseptual yang diperoleh dalam ranah mistis/gaib adalah **pilpres sebagai sesuatu yang gaib**, karena konsep alam gaib/mistis diambil untuk diasosiasi menjadi ujaran metaforis dalam wacana politik pilpres. Sesuai dengan skema citra yang ada, bahwa munculnya metafora politik ranah mistis/gaib memiliki tujuan untuk menyindir paslon lain. Sindiran tersebut mengarah pada sarkasme yang berupaya untuk menurunkan popularitas dan kredibilitas paslon lawan. Skema visualisasi hal-hal mistis yang kemudian dilekatkan pada paslon lawan, misalnya terkait "*politik genderuwo*", memberikan gambaran nyata kepada masyarakat, khususnya Jawa yang mempercayai entitas gaib semacam itu agar memahami sindiran yang disampaikan oleh paslon tertentu. Dalam hal ini, politik atau secara khusus pilpres 2019 dan 2024 dipenuhi dengan simbol-simbol mistisisme sebagai bahan rujukan dalam pertarungan narasi para paslon melalui sindiran atau sarkasme.

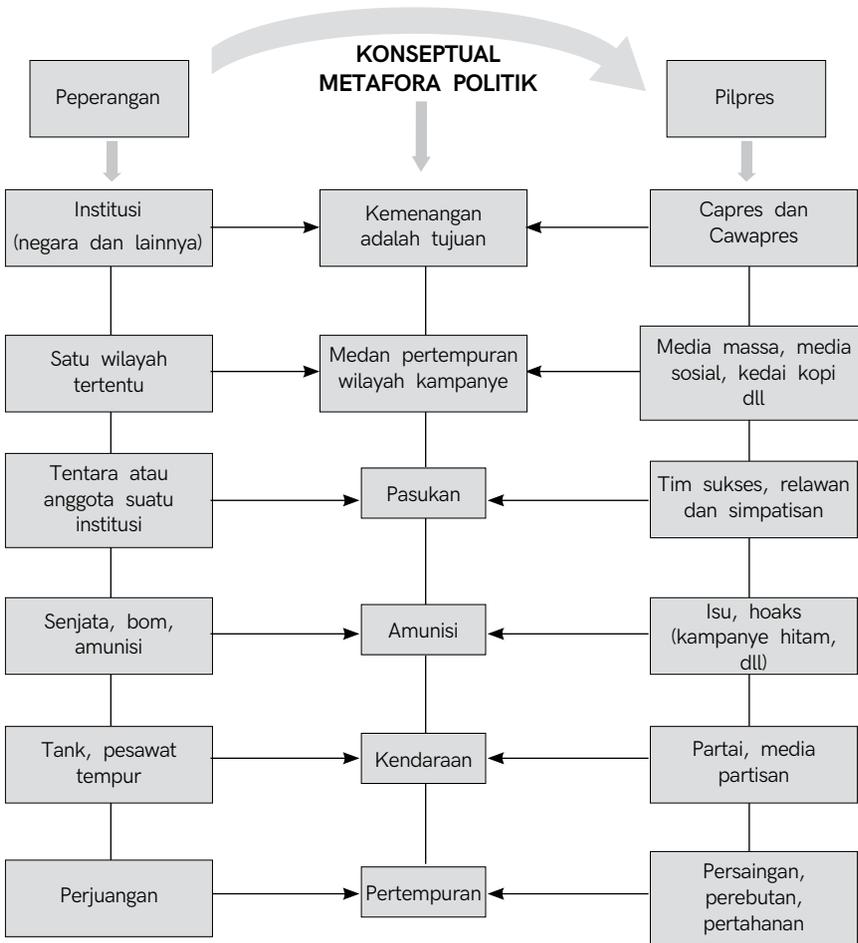
Metafora ranah mistis/gaib digunakan dalam mengungkapkan sesuatu yang mistis/gaib sebagai upaya menyakinkan komitmen pemilih dan mengacaukan pikiran masyarakat melalui menakut-

nakuti. Ujaran metafora ranah mistis/gaib ini memilih leksikalisasi khusus dengan mengonstruksi budaya keindonesiaan. Metafora yang ditujukan untuk menyakinkan komitmen pemilih, yaitu "*menerima dukungan kecuali iblis*", "*hantu, tuyul, dan orang mati ikut memilih*", serta "*tiga kartu sakti*". Ujaran ini mengarah agar para pendukung lebih waspada dan hati-hati terhadap berbagai gerakan yang dapat menghambat gerak lurus pergerakan kampanye. Sementara itu, ujaran yang ditujukan untuk mengacaukan pikiran melalui menakut-nakuti, yakni "*politik genderuwo, program tidak jelas jangan dibangkitkan dari kuburnya*", dan "*medsos adalah setan/iblis*". Ungkapan metafora ini diarahkan untuk mengacaukan pikiran dan memberikan rasa takut bagi pemilih.

B. Hasil Pemetaan Metafora Politik

Sistem pemetaan metafora dilakukan secara searah berdasarkan konsep yang diasosiasikan dalam maknanya. Berdasarkan contoh-contoh ujaran metafora yang diperoleh, menunjukkan bahwa pemikiran metaforis meliputi wacana politik dalam kaitannya dengan penggunaannya sebagai 1) alat yang sangat tepat untuk retorika pemimpin politik, 2) bagian dari pembuatan makna yang membuat konteks wacana tetap hidup dan aktif, dan 3) sejauh mana perubahan dan wacana membentuk struktur konseptual retorika politisi. Teori yang digunakan untuk menganalisis ujaran metafora politik, yakni konsep semantik kognitif Saeed, dan teori konseptual metafora Lakoff, Johnson, dan Kovecses, serta konsep analisis wacana kritis (CDA) dari Wodak.

Pemetaan Metafora Konseptual Perang dalam PILPRES



Gambar 5.16 Pemetaan Metafora Konseptual sebagai Kerangka Kognitif Penciptaan Citra Mental Ikonis Perang di Pilpres

Realitas pilpres 2024 sesuai Gambar 5.16 tersebut menjelaskan bahwa begitu ketat dan sulitnya persaingan antarkedua kandidat dalam meraih kemenangan. Hal ini dapat dilihat pada data berbagai ujaran metafora yang banyak mengonstruksi realitas perang. Kedua kandidat dan tim suksesnya dalam meraih kemenangan dengan melakukan berbagai upaya yang dianggapnya paling efektif, walaupun harus mengungkapkan suatu hal yang tidak benar, bahkan dalam wujud

fitnah dan perilaku buruk lainnya. Dalam pilpres, situasi kampanye digambarkan, seperti perang, karena ada wilayah pertempuran, yaitu persaingan, perebutan, dan pertahanan. Ada kendaraan perang, seperti partai, media partisan. Ada amunisi perang, yaitu isu, hoaks, dan fitnah, serta ada pasukan perang yang digerakkan untuk memperoleh kemenangan, yaitu tim sukses, relawan, dan simpatisan.

Dominasi data metafora politik dalam ranah perang juga menerangkan bahwa dalam pilpres terjadi berbagai gerakan aktivitas perang untuk mendapatkan dukungan rakyat. Tim Sukses AMIN, PG, dan Gofud melakukan berbagai gerakan kerakyatan dalam meraih simpati rakyat, walau harus saling serang dan melakukan pertahanan. Jika AMIN melakukan inovasi baru yang belum pernah dilakukan dalam konteks pilpres, seperti mengumpulkan sedekah dari rakyat untuk menambah biaya kampanye, yang memunculkan ujaran metaforis “politik keikhlasan”. Kubu PG juga langsung membalas dengan gerakan masif melalui kepala-kepala daerah dari partai koalisi dengan membantu banyak warga miskin. Gerakan ini melahirkan ujaran metaforis “politik kebaikan”. Begitu juga dalam kegiatan dan gerakan lainnya, kedua belah pihak bisa diibaratkan seperti berbalas pantun.

METAFORA KONSEPTUAL POLITIK PILPRES

Tabel 5.1 Metafora Konseptual Politik Pilpres

RANAH TARGET	Pemetaan Metafora Konseptual	Ranah Sumber
<ul style="list-style-type: none">• Perang udara/darat• Pertempuran politik• Digempur habis-habisan	Pilpres sebagai peperangan	<ul style="list-style-type: none">• Perebutan simpati• Persaingan elektoral• Adu gagasan/argumen

<ul style="list-style-type: none"> • Politik revolusi hijau • Angkat bendera putih • Partai putih 	<p>Realitas pilpres sebagai pemaknaan warna</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gerakan politik pertanian • Mengakui kesalahan • Partai yang bersih/baik
<ul style="list-style-type: none"> • Banjir hoaks dan fitnah • Indonesia akan punah/bubar • NKRI tidak boleh retak 	<p>Pilpres sebagai fenomena kemanusiaan dan kebudayaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Banyak berita bohong dan salah • Sumber daya Indonesia di kuasai asing • NKRI tidak terpecah-belah
<ul style="list-style-type: none"> • Parpol setan dan parpol tuhan • Mewakafkan sisa hidup • Politik keikhlasan 	<p>Pilpres bagian dari realitas beragama</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gerakan parpol yang jahat dan suci • Mengikhhlaskan usia untuk negara • Sikap politik tanpa berharap balasan
<ul style="list-style-type: none"> • Membuka mata rakyat • Negara sedang Sakit • Mata, telinga, dan otot partai 	<p>Negara dan partai bagaikan tubuh manusia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menyadarkan rakyat dengan data & informasi yang benar • Negara sedang banyak masalah • Semua potensi partai harus bergerak
<ul style="list-style-type: none"> • Politik blusukan • Hukum berdiri sendiri • Anis menguliti prabowo 	<p>Pilpres adalah realitas aktivitas kehidupan manusia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gaya politik beberapa paslon yang gemar masuk pasar • Proses hukum yang tidak dicampuri kepentingan politik • Membedah berbagai kelemahan paslon

<ul style="list-style-type: none"> • Menunggu bola panas/liar • Penjaga gawang demokrasi • <i>Striker</i> kamu suruh ngegolin 	<p>Pilpres bagaikan bermain sepak bola</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menunggu lawan berbuat salah • Pengawal jalannya demokrasi • Capres dan TS minta berbuat yang terbaik
<ul style="list-style-type: none"> • Naik perahu NU • Keluar dari trayek konstitusi • Motor penentu suara rakyat 	<p>Politik membutuhkan kendaraan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bersama NU sebagai organisasi besar • Jangan keluar dari koridor hukum • Debat jadi penggerak penentu kemenangan
<ul style="list-style-type: none"> • Infrastruktur langit, tol langit • Atmosfer kemenangan • Arah angin kehendak rakyat 	<p>Pilpres sebagai realitas fenomena alam</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membangun satelit palapa untuk jaringan internet • Arah menuju kemenangan • Arah dukungan belum sesuai kehendak rakyat
<ul style="list-style-type: none"> • Politik kecebong & kampret • Kepentingan kelompok serigala • Singa-singa di kebiri 	<p>Pilpres sebagai realitas gambaran buruk sifat manusia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Upaya/gerakan politik yang saling mengejek • Kandidat yang rakus dan kejam • Membungkam kebebasan berpendapat para aktivis
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Microcanvasing</i> dan <i>microtargeting</i> • Dikesampingkan ibarat daun salam • Kepedulian itu ditanamkan dan terus dipupuk 	<p>Realitas politik bagaikan tumbuhan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan uji coba strategi dan target kampanye • Dianggap tidak penting, setelah didukung • Kepedulian dididik dan dilatih

<ul style="list-style-type: none"> • Mengambil momen di tikungan • Lumbung suara 01, AMIN dan PKS • Etalase politik 	<p>Politik bagaikan bangunan dan tempat hidup manusia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengambil kesempatan dan peluang • Basis pendukung Nasdem, 01, dan PKS • Memamerkan citra positif
<ul style="list-style-type: none"> • Mental boneka • Tinta kotor penyelenggara pemilu • Mesin partai 	<p>Realitas pilpres bagaikan benda sehari-hari yang dekat kehidupan masyarakat</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Karakter politisi anak-anak • Penghambat sukses pilpres • Komponen penting penggerak partai
<ul style="list-style-type: none"> • Komoditas politik • Indonesia berjihad ekonomi • Bisnis harapan dan bisnis produk politik 	<p>Pilpres bagian dari transaksi bisnis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tawar-menawar dalam politik • Indonesia serius kembangkan ekonomi • Politik ini usaha menggapai keinginan dan kekuasaan
<ul style="list-style-type: none"> • Menerima dukungan, kecuali iblis/setan • Politik genderuwo • Hantu, tuyul, dan orang mati ikut milih/mencoblos 	<p>Pilpres sebagai sesuatu yang gaib</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menerima dukungan kecuali dari pembohong/koruptor • Politik yang menebar ketakutan/pesimisme • Pemilih ilegal yang tidak jelas identitasnya/fiktif

Hasil pemetaan metafora konseptual sesuai tabel di atas menerangkan wujud dari realitas pilpres 2019 dan 2024. Berbagai kegiatan dan gerakan yang dilakukan kedua tim sukses capres dan cawapres berhasil merealisasikan berbagai konsep yang melingkupi kehidupan manusia. Hal tersebut terungkap dalam sejumlah contoh hasil metafora konseptual, yaitu pilpres sebagai peperangan, realitas pilpres sebagai pemaknaan warna, pilpres sebagai fenomena

kemanusiaan dan kebudayaan, pilpres bagian dari realitas beragama, negara dan partai bagaikan tubuh manusia, pilpres adalah realitas aktivitas kehidupan manusia, pilpres bagaikan bermain sepak bola, politik sebagai kendaraan, pilpres sebagai realitas fenomena alam, pilpres sebagai realitas gambaran buruk sifat manusia, realitas politik bagaikan tumbuhan, politik bagaikan bangunan dan tempat hidup manusia, realitas pilpres bagaikan benda sehari-hari yang dekat kehidupan masyarakat, pilpres bagian dari transaksi bisnis, serta pilpres sebagai sesuatu yang gaib.

Berdasarkan data hasil metafora konseptual di atas, diperoleh juga bahwa pilpres 2019 dan 2024 sesungguhnya telah melahirkan budaya politik di Indonesia sebagai cerminan masyarakat dalam berpolitik. Bagaikan perang melalui saling adu gagasan, adu strategi, adu kuat, serta melakukan berbagai gerakan yang bertujuan mendapatkan simpati rakyat mereka lakukan dan silih berganti. Bahkan saling mengejek, menjelekkkan, memfitnah antarkedua kubu bagaikan kegiatan biasa. Padahal, suatu hal yang terjadi tersebut telah berdampak pada pembentukan sikap dan perilaku rakyat yang terpola menjadi apatis terhadap pilpres. Dampak dari hal tersebut, tidak sedikit rakyat yang memiliki sikap pesimis, cuek, dan tidak mau tahu tentang pilpres. Ujaran metaforis dalam pilpres 2019 dan 2024 telah menggambarkan budaya politik masyarakat di Indonesia, di antaranya mengkritik, memfitnah, menghina, mencari kesalahan lawan, mengajak kebaikan, optimisme, dan memotivasi. Namun dari data yang diperoleh, cenderung realitas budaya politik dalam pilpres itu mengkritik, memfitnah, menghina dan mencari kesalahan lawan, yang digunakan untuk mendapatkan simpati rakyat. Sebagai contoh, "Jokowi-Amin selalu *menyebarkan optimisme*, sedangkan pasangan Prabowo-Sandi kerap menakut-nakuti masyarakat". Kemudian contoh, "*Tempe di Jambi bisa untuk meneropong masa depannya pada 14 Februari 2024*". Kedua contoh ini sebagai gambaran bahwa proses pilpres banyak terjadi saling serang berbagai kegiatan, sikap dan perilaku yang dilakukan kedua capres dan cawapres. Walaupun di sisi lain ada juga kultur yang baik dilahirkan dalam pilpres 2024,

di antaranya "Saya mengimbau agar *pilpres jangan dijadikan ajang yang berdarah-darah*, yang menang jangan sombong yang kalah jangan bermusuhan," kata Ryamizard dan "AMIN mengajak *generasi emas* para milenial untuk menciptakan lapangan kerja, bukan mencari kerja". Kedua contoh ini sebagai wujud bahwa pilpres juga mendorong lahirnya budaya politik yang baik, yaitu sikap yang mengajak kebaikan dan tetap optimis pilpres 2024 dapat berjalan dengan jujur, aman, dan sukses, serta melahirkan pemimpin yang dapat memajukan bangsa dan negara Indonesia menjadi maju, unggul, dan berdaya saing.

The background of the slide is a light gray. At the top, there is a faint, stylized illustration of a woman's face with her mouth open as if shouting or speaking. Below this, in the center, is a glowing lightbulb with a splash of water or liquid erupting from its top. The text is centered in the middle of the slide.

“Dalam penggunaan bahasa, manusia mencari apa yang paling tepat dan sesuai dalam mengungkapkan pikiran”. -Lakoff dan Johnson-

BAB 6

METAFORA BARU DALAM WACANA KOMUNIKASI POLITIK

Metafora baru dalam wacana politik bab ini berisi uraian tentang analisis data metafora baru yang diperoleh berdasarkan wacana politik pemilu dari sejumlah media massa nasional. Sebelum data metafora baru dianalisis berdasarkan teori yang digunakan, terlebih dahulu dilakukan pemetaan metafora. Data metafora baru dianalisis berdasarkan tiga pendekatan menurut Martins (2006) dan Siregar (2014), yakni pendekatan klasik, kognitivisme, dan dekonstruksionisme, berdasarkan data yang diperoleh melalui realitas sosial politik yang penulis jadikan referensi pada momentum pemilu 2019 dan 2024. Aktivitas politik pada dasarnya merupakan aktivitas yang tidak bisa dipisahkan dari berbagai bentuk aktivitas manusia. Baik secara langsung maupun tidak, manusia akan selalu bersinggungan dengan aktivitas politik. Pada konteks inilah bagaimana aktivitas politik dikomunikasikan secara terbuka dan menjadi sebuah tantangan dalam proses pengemasannya.

Dalam perspektif komunikasi politik, mengomunikasikan politik tanpa aksi politik yang nyata sebenarnya telah dilakukan oleh siapa saja. Oleh karena itu, bukan hal yang aneh jika ada yang menyebut komunikasi politik sebagai neologisme, yakni ilmu yang sebenarnya tidak

lebih dari istilah belaka. Dalam praktiknya, komunikasi politik sangat kental dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam menggunakan media bahasa sebagai instrumen menyampaikan gagasan, pemikiran dan narasi untuk menyampaikan suatu misi dalam persepsi orang lain saat interaksi dalam aktivitas dan kegiatan politik..

A. Dasar Analisis Metafora Baru

Dasar analisis metafora baru yang digunakan dalam hal ini mengacu pada pendapat Lakoff dan Johnson (2003) serta temuan penelitian yang dilakukan oleh Martins (2006) dan Siregar (2014) yang sudah melakukan kajian metafora baru. Menurut Lakoff dan Johnson (2003), proses berpikir manusia yang dipengaruhi realitas kehidupan menjadi dasar munculnya metafora baru. Martins (2006) telah mengembangkan tiga pendekatan untuk menganalisis metafora baru, yakni klasik, kognitivisme, dan dekonstruksionisme. Siregar (2014) berdasarkan kejajekan konseptual pesan metafora dengan realitas kekinian di masyarakat dalam menganalisis metafora baru. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Cameron (2008:202) dalam penelitiannya yang mengungkapkan fakta bahwa metafora baru dan metafora lama sama-sama bergantung pada konteks. Metafora baru akan lahir saat konten-konten pesan baru memengaruhi proses berpikir manusia dalam berkomunikasi.

Dalam penggunaan bahasa, metafora yang sudah ada (lama) menjadi kerangka berpikir yang digunakan untuk melahirkan metafora baru. Metafora baru tidak selamanya berubah menjadi konvensional, lalu hilang dari peredarannya dalam wacana. Metafora baru akan muncul saat konten pesan baru memengaruhi proses berpikir manusia dalam berkomunikasi. Sesuai dengan pendapat Nietzsche dalam Ricoeur (2003), bahasa menjadi arus kumpulan konseptual, menjadi wadah metafora baru yang perlahan menjadi mapan, dan menjadi leksikon.

Pendekatan klasik digunakan untuk memahami metafora baru melalui segi kebaruannya berdasarkan sistem konseptual yang sudah mapan, melihat dari sisi perluasan metafora lama yang sudah

ada. Data metafora baru dapat dilihat dari konten dan konteksnya yang merupakan suatu hal baru atau perluasan dari metafora lama. Pendekatan kognitif melihat metafora baru berdasarkan pengalaman sensoris dan persepsi masyarakat tentang konten dan konteks yang masih baru. Hal ini berkaitan dengan sosiokultural dan historis dari suatu komunitas. Pendekatan dekonstruksionisme berpandangan bahwa metafora baru merupakan kemustahilan dan tidak perlu dipermasalahkan. Pendekatan ini tidak mempertentangkan antara metafora baru dan metafora lama. Metafora muncul berdasarkan realitas apa yang ada di masyarakat, Urena (2012) berpendapat bahwa pendekatan ini sama dengan istilah metafora situasional.

Metafora baru diperoleh berdasarkan analisis teori Lakoff dan Johnson (2003) serta Martins (2006) dan Siregar (2014). Kemudian, data yang diperoleh dipetakan berdasarkan teori metafora konseptual Lakoff dan Johnson (2003). Diksi-diksi yang terkait dengan aktivitas pilpres yang mendorong manusia, terutama politisi dan jurnalis, dalam menciptakan narasi metaforis. Ada beberapa istilah yang sudah familiar dalam konteks pilpres dan yang lainnya belum lazim digunakan pada konsep politik.

Pemetaan metafora baru bertujuan untuk melihat ranah mana yang dominan digunakan oleh politisi. Dengan mencermati dominasi ranah, maka dapat dipetakan bahwa ranah fenomena, ranah perang, ranah agama, dan ranah mistis unggul dalam proses produksi metafora baru. Ranah fenomena menjadi dominan karena ranah sumbernya selalu konstan dari perluasan metafora lama. *Banjir*, misalnya, ranah yang sumbernya konstan (kemungkinan untuk menghasilkan metafora-metafora lain), sedangkan ranah targetnya disesuaikan dengan fenomena politik terbaru, yaitu *hoaks*, sehingga lahirlah metafora "*banjir hoaks*" yang merupakan metafora baru khas pilpres 2019 dan 2024.

Panasnya situasi pilpres 2019 dan 2024 juga memunculkan metafora baru pada ranah perang dan agama. Selain maraknya politik identitas, pilpres kedua periode ini juga menggaungkan semangat militerisme yang tinggi. Oleh karena itu, ranah perang dan ranah

agama juga ikut mendominasi munculnya metafora baru tersebut. Perhitungan jumlah metafora baru dan identifikasi berdasar pada tiga pendekatan merupakan upaya untuk mengalkulasi ranah mana yang dominan, sekaligus pendekatan apa yang secara kuantitatif relevan untuk menguji identifikasi metafora baru.

B. Metafora Baru Berdasarkan Pendekatan Klasik

1. Metafora Baru Ranah Perang

Berikut beberapa contoh dan analisis metafora baru dalam wacana politik pilpres dalam ranah perang.

- a. Hoaks sudah menjadi *senjata perang politik di media sosial*, serta juga dianggap lebih murah dan berisiko kecil dibanding *'money politics'* dan *serangan fajar di dunia politik*.
- b. Tim Gofud merasa lucu atas *ancaman perang politik* jika ada kecurangan pemilu yang dilontarkan sejumlah tokoh politik.
- c. Ucapan "selamat ulang tahun" dari sejumlah tokoh senayan saat kampanye PG dinilai sebagai *serangan santun*.

Kutipan data di atas bermakna bahwa hoaks yang ada di berbagai media sosial sudah menjadi "*senjata perang politik*" karena dianggap lebih murah dan berisiko kecil dibandingkan dengan "*politik uang*" dan "*serangan fajar*". Banyaknya konten hoaks diberbagai media sosial pada masa kampanye pilpres 2019 dan 2024 telah menjadi pola baru dalam meramaikan berbagai kegiatan kampanye di media sosial. Hampir setiap hari tidak sedikit konten-konten hoaks yang dibaca oleh mayoritas masyarakat melalui media sosial. Konten tersebut tentunya akan memengaruhi pola pikir dan keputusan dalam menentukan calon presiden yang akan dipilih pada hari pencoblosan.

Senjata capres dan partai pengusung dalam memenangkan konstelasi adalah berbagai media kampanye yang menguatkan komitmen pemilih. Salah satu medianya adalah media sosial, sebagai wadah menyampaikan pesan persuasi agar publik memilih calon

pemimpin yang diusung. Apalagi pilpres 2019 dan 2024 ini menjadi salah satu pesta demokrasi yang sangat keras. Pesan-pesan hoaks hampir setiap saat ada di media sosial. Mayoritas masyarakat sudah menjadikan media sosial sebagai pegangan hidupnya setiap hari. Media sosial sudah menjadi kebutuhan dalam mengisi ruang dan waktu setiap orang, terutama pemilih pemula.

Ujaran metafora baru di atas merupakan pengembangan dan perluasan dari metafora lama, yakni "*hoaks musuh kita bersama*" dan "*mari kita perangi agar tidak merusak minat rakyat untuk ambil peran dalam pesta demokrasi*". Metafora lama dapat membantu memahami metafora baru dengan mencari kesamaan pengasosiasinya. Sejak lama hoaks dijadikan sarana dalam membunuh lawan politik dengan menyebarkan berita bohong di masyarakat. Masyarakat Indonesia menganggap hoaks telah merusak tatanan hidup rakyat. Tidak ada yang setuju jika hoaks terus menyelimuti proses demokrasi di Indonesia karena akan melemahkan tingkat kepeduliannya terhadap proses pemilu. Undang-undang pemilu menjelaskan agar seluruh warga negara memiliki hak dan kewajiban yang sama dalam menyukseskan proses pemilu. Hal ini sesuai pendapat Thibodeau dan Durgin (2008) yang mengatakan metafora yang sudah ada atau metafora lama membantu memahami metafora baru.

Metafora baru ini lahir dilatarbelakangi atas realitas apa yang terjadi di masyarakat, bahwa diasumsikan publik kedua kubu capres memiliki tim *buzzer* yang terus memproduksi hoaks. Saat ada konten-konten viral di media sosial, detik itu juga langsung berbagai konten hoaks muncul untuk menjawab dan memanipulasi konten viralnya. Persaingan ketat antar kedua kubu capres, mengakibatkan banyak cara tim TS untuk memengaruhi rakyat agar meneguhkan dan mengubah pilihannya. Banyaknya berita hoaks di berbagai media, khususnya di media sosial, yang setiap saat terus memengaruhi pola pikir seluruh pemilih rakyat Indonesia serta menyebar konten-konten hoaks telah dijadikan sebagai bagian strategi perang bagi kedua tim sukses untuk meraih kemenangan sesuai pendapat Siregar (2014).

Ungkapan metafora baru lainnya di atas memiliki makna bahwa tim Gofud merasa lucu atas ancaman akan menggerakkan massa (*people power*) turun ke jalan daripada mengikuti mekanisme undang-undang, yakni Mahkamah Konstitusi, jika ada kecurangan dalam pilpres. Ancaman *people power* yang disampaikan sejumlah tokoh politik kepada publik yang langsung viral itu merupakan ancaman perang politik. Ancaman akan menggerakkan massa untuk turun ke jalan ini disampaikan oleh Amien Rais ke publik karena didasari ketidakpercayaannya kepada KPU. Ia beranggapan bahwa KPU banyak *setting-an*, tidak objektif, dan banyak manipulasi data.

Sementara contoh metafora baru yang lain merupakan perluasan dari metafora yang sudah ada, yakni "sebelum pilpres dimulai, ribuan hoaks dan fitnah sudah menghantui rakyat". Seruan *people power* turun ke jalan, mengerahkan massa ke MK untuk menuntut dugaan kecurangan pemilu merupakan bentuk ancaman perang politik. Metafora baru ini perluasan dari banyaknya hoaks dan fitnah yang setiap hari menyelimuti telinga dan pikiran rakyat. Ribuan hoaks dan fitnah tersebut mayoritas dalam ranah ancaman perang karena kontennya cenderung saling serang kelemahan antarkedua kubu. Metafora baru ini lahir sesuai dengan realitas yang terjadi pada saat itu, yakni pernyataan viral Amien Rais yang akan menggerakkan *people power* sebagai bentuk perlawanan atas kecurangan pemilu. Pernyataan viral ini sebagai bentuk ancaman serangan politik dari Amien Rais terhadap proses pelaksanaan pilpres 2019.

Ujaran metafora baru yang bermakna sejumlah tokoh politik mengucapkan selamat ulang tahun kepada lawan politiknya saat di panggung kampanye. Ucapan "selamat ulang tahun" yang disampaikan Muhaimin tersebut merupakan bentuk serangan yang santun. Padahal, memiliki makna lain bahwa cawapres usianya sudah tidak muda dan tidak akan lagi produktif saat menjabat menjadi wapres nantinya.

Metafora baru "*serangan santun*" ini merupakan perluasan dari metafora lama, yakni "hendaknya para capres yang bersaing harus bertempur secara santun dan beretika". Penggunaan kedua kata *serangan santun* ini tidak biasa digunakan dalam kalimat

atau pernyataan. Hal ini dikarenakan kata *serangan* identik ke arah aktivitas dalam peperangan. Tidak ada aktivitas perang secara santun, kata *perang* ditujukan melakukan kegiatan represif agar meraih kemenangan. "*Serangan santun*" yang dimaksudkan dalam metafora baru ini bermakna menyerang secara arif, bijaksana, tidak menyakiti, serta menjelekkan lawan politik.

Pernyataan Muhaimin yang mengucapkan "selamat ulang tahun" kepada rivalnya saat kampanye merupakan bentuk sikap negarawan yang baik dan sopan, serta bentuk perwujudan penghormatan kepada seorang tokoh politik dan ditokohkan masyarakat. Jika dicermati secara lebih dalam, ada pesan lain yang ingin disampaikan oleh Muhaimin terhadap lawan politiknya di pilpres kali ini, yakni beliau ini usianya sudah tidak muda lagi, sudah sarat pengalaman, dan pastinya banyak kelebihan dan kelemahan.

2. Metafora Baru Ranah Agama

Berikut beberapa contoh ujaran metafora baru dan analisisnya dalam wacana politik pilpres dalam ranah agama.

- a. Karena kampanye di Jatim ini luar biasa, *membangun tradisi politik arus baru, politik keikhlasan* di mana massa yang datang ikhlas datang dari berbagai penjuru.
- b. "Jadi, kampanye akbar di Jatim adalah *manifestasi keikhlasan rakyat untuk menjemput perubahan, bukan politik amplop, dan sembako*," jelas Dahnil
- c. Hasto Kristiyanto meminta kepala daerah yang merupakan kader PDIP di berbagai daerah untuk menerapkan *politik kebaikan* jelang pelaksanaan pemilu 2024.

Ungkapan data metafora baru di atas memiliki maksud, yaitu Dahnil mengungkapkan bahwa jutaan orang yang hadir di kampanye Jatim untuk mengikuti kampanye akbar PG, tidak ada yang dibayar, tanpa paksaan, dan ikhlas untuk hadir bersama. Masyarakat dari berbagai latar belakang, etnis, agama, organisasi, dan lainnya hadir ingin menyaksikan kampanye terbuka pasangan capres PG, tanpa diberi uang *transport*, dan uang makan. Padahal, asumsi yang

ada di masyarakat pihak kubu lawan untuk menghadirkan banyak massa dengan cara diberi uang *transport* dan uang makan dari tim sukses kandidat. Bahkan, sejumlah masyarakat yang hadir justru memberikan berbagai makanan dan minuman gratis untuk masyarakat umum yang hadir di kampanye Jatim, tidak terkecuali pendukung lawan. Selain itu, dalam kegiatan kampanye akbar ini juga melakukan gerakan sumbangan ikhlas beramal dari masyarakat yang hadir untuk biaya kampanye dan kemenangan capres PG. Berbagai kegiatan dalam mengumpulkan sumbangan dari masyarakat secara ikhlas, dari jutaan masyarakat yang hadir dalam kampanye ini dikatakan menjadi tradisi politik arus baru, serta menjadi bentuk politik keikhlasan.

Kampanye akbar PG di Jatim dan di berbagai daerah lain menunjukkan satu aktivitas baru dalam kegiatan kampanye. Budaya baru dalam kegiatan kampanye dengan ikhlas hadir tanpa dibayar, para simpatisan berlomba-lomba menyediakan berbagai makanan dan minuman secara gratis bagi orang yang hadir dan masyarakat yang hadir memberikan dana infak dan sedekah untuk mendukung dana kampanye pasangan PG. Berbagai kegiatan yang dilakukan pendukung PG tersebut merupakan manifestasi keikhlasan untuk menjemput perubahan pola hidup dari yang dirasakan pada masa pemerintahan saat ini. Berbagai kegiatan ini merupakan pola baru dalam kegiatan pemilu. Realita yang terjadi selama ini untuk mengumpulkan massa dalam kegiatan kampanye politik dan pilpres membutuhkan biaya yang tidak sedikit, mulai dari penyediaan segala alat peraga kampanye, sarana prasarana pendukung, menyediakan dana *transport*, dan uang makan bagi warga yang hadir.

Ujaran metafora baru lainnya mengungkapkan bahwa kampanye akbar PG di Jatim sebagai bentuk perubahan aktivitas politik yang belum pernah terbangun di tanah air. Kegiatan kampanye ini juga menjadi bentuk perlawanan dari tradisi politik yang telah ada sejak lama, yakni politik praktis. Perilaku '*politik amplop*' dan sembako, di mana masyarakat akan ikut hadir dalam kampanye, bahkan akan memilih saat pencoblosan jika diberikan amplop dan sembako.

Wujud dari perilaku pendukung PG dalam kampanye akbar yang tidak diberi amplop atau tidak diberi sembako, justru memberikan sumbangan dana seikhlasnya, serta memberikan berbagai makanan gratis bagi peserta kampanye. Hal ini perwujudan dari keikhlasan rakyat menuju perubahan pola pikir dan perilaku politik praktis yang ada di masyarakat. Setiap masyarakat yang hadir ikut kampanye kubu sebelah, cenderung diberi amplop dan sembako.

Metafora baru ini lahir ke ruang publik berdasarkan fenomena baru kampanye pilpres 2019 dan 2024, yakni warga yang hadir sebagai peserta kampanye tidak mendapatkan uang, namun keluar uang sendiri dengan memberikan sumbangan dana semampunya sebagai dana tambahan kampanye. Tidak hanya itu saja, sebagian orang yang mampu, terutama para pedagang, dengan ikhlas menyediakan berbagai makanan dan minuman secara gratis untuk para pengunjung peserta kampanye yang hadir. Realitas sosial tersebut yang mendorong lahirnya metafora baru, yakni “membangun tradisi politik arus baru, politik keikhlasan massa yang datang” dan “manifestasi keikhlasan rakyat untuk menjemput perubahan”.

Apa yang ditampilkan dari berbagai kegiatan kampanye akbar AMIN, PG, dan Gofud menjadi cerminan terbangunnya tradisi politik baru dan politik keikhlasan. Berbagai tampilan ini sebagai upaya melawan dan menjelaskan kepada masyarakat, bahwa kampanye beberapa capres berbeda dengan lawan politiknya. Kubu sebelah mengindikasikan bahwa setiap yang hadir mengikuti kampanye PG dan Gofud diberi dana *transport* dan uang makan, serta pasangan ini dan tim suksesnya memiliki dana yang besar untuk menyukseskan setiap kegiatan kampanye.

Data metafora baru lainnya bermakna bahwa Hasto, sekretaris jenderal PDIP, menginstruksikan agar kader PDIP yang juga sebagai kepala daerah di berbagai provinsi dapat menerapkan dan melakukan berbagai kegiatan yang baik dan bermanfaat bagi masyarakat. Berbagai kegiatan kampanye yang dilakukan PDIP untuk memenangkan partai dan capres Gofud harus mencerminkan kebaikan dan manfaat bagi rakyat, seperti membantu memberikan bantuan kesehatan gratis,

membantu fakir miskin dalam memenuhi kehidupan dan pendidikan, serta pengadaan fasilitas umum.

Berbagai kegiatan baik dan upaya membantu permasalahan masyarakat dalam kampanye PDIP menjadi cerminan partai dan citra diri partai di masyarakat. PDIP bersama tim sukses Gofud akan berupaya dapat menebar kebaikan di masyarakat, sebagai upaya memersuasi untuk memilih partai dan capres yang diusungnya di pemilu 2019 dan 2024. Upaya ini dilakukan agar dapat menepis berbagai hoaks dan fitnah yang ada di masyarakat. Apa yang dilakukan oleh PDIP dan tim sukses Gofud dalam semua kegiatan kampanye di atas merupakan bentuk dari politik kebaikan serta membantah asumsi masyarakat bahwa politik itu kotor, kejam, dan punya kepentingan sesaat.

Ujaran metafora baru di atas sejalan dengan realitas yang terjadi pada saat itu, yakni muncul banyak kegiatan dalam ranah keagamaan, seperti memberikan infak, bantuan, sedekah dan menyediakan makanan dan minuman secara gratis, dalam kegiatan kampanye. Kegiatan keagamaan dengan memberi infak, sedekah, sembako, memberi makanan, dan minuman gratis di luar kegiatan kampanye biasanya dilakukan oleh para politisi serta partai untuk mempersuasi pemilih. Namun, pada kegiatan kampanye terbuka di tempat umum cenderungnya para partai politik dan politisi yang memberikan uang *transport* dan uang makan, serta bagi-bagi seragam kaus. Fenomena baru ini belum ada sebelumnya, yakni masyarakat sebagai pemilih yang datang menghadiri kampanye yang justru memberikan sumbangan, sekadar untuk biaya kampanye, bahkan sebagian lainnya menyediakan makanan dan minuman gratis untuk para pemilih yang hadir dalam kampanye.

Kubu lawan, Gofud dan tim suksesnya berusaha mengikuti ritme massa dan mencoba arus realitas yang ada sehingga lahir metafora baru ini. Selain itu, metafora baru di atas juga sudah familiar di kehidupan masyarakat. Sesuai dengan pendapat Tobing (2016), metafora baru juga muncul berdasarkan ujaran-ujaran yang sudah akrab dan familiar di masyarakat.

Sementara itu, contoh ujaran metafora baru lainnya adalah sebagai berikut.

- a. "Dari ketiga kubu, semua *show off force* di berbagai kegiatan kampanye, baik 01, 02, maupun 03, tetapi *show* tersebut hanya berfungsi menguatkan *iman politik* masing-masing pendukung," kata peneliti senior Indikator Politik Riza Halida.
- b. Dalam sambutannya, Anis dan Muhaimin mengajak *emak-emak garis lurus* di Jabar untuk berjuang memenangkan pasangan AMIN.
- c. Dian mengibaratkan yang dilakukan oleh AMIN adalah *politik uang sumbangan*, hal tersebut tidaklah melanggar aturan.
- d. Resmi memberikan dukungan kepada AMIN, ustaz UAS juga mengajak para pendukungnya untuk *bersedekah suara*.

Ujaran metafora baru kedua, memiliki makna peneliti senior Riza mengatakan bahwa ketiga kubu 01, 02, dan 03 saat kampanye di beberapa lokasi sama-sama memamerkan kekuatannya masing-masing. Mereka menunjukkan mewahnya pelaksanaan kampanye dengan segala kemegahannya dan dihadiri oleh jutaan massa. Namun, apa yang ditampilkan dengan segala kekuatan saat pelaksanaan kampanye tersebut hanya berfungsi menguatkan kepercayaan dan komitmen pemilih basis massa pendukung antara kedua kubu. Tidak ada dampak positif bagi penambahan jumlah pemilih atau simpatisan massa yang sebelumnya tidak memiliki minat untuk memilih satu di antara kedua kubu tersebut.

Dalam ujaran metafora baru di atas memiliki makna relawan kaum ibu-ibu para pendukung AMIN menyayangkan cara polisi mengamankan tiga orang emak-emak yang terkait video kampanye hitam ke capres PG. Pilpres 2024 diramalkan berbagai gerakan kampanye kaum emak-emak pendukung AMIN, dari kegiatan sosial, agama, olahraga, dan lainnya. Berbagai kegiatan emak-emak tersebut melibatkan organisasi sosial kemasyarakatan yang diarahkan untuk memengaruhi kaum ibu-ibu agar mendukung AMIN. Pergerakan kaum emak-emak ini sudah seperti partai baru karena gerakannya terstruktur dari tingkat kecamatan hingga tingkat pusat.

Realitas politik saat itu muncul pola baru pergerakan kaum ibu-ibu yang familiar dikatakan emak-emak melakukan berbagai kegiatan untuk mendukung kubu 01, 02, dan 03. Tim AMIN banyak pergerakan yang dilakukan kaum emak-emak dan tim PG juga melakukan perimbangan pergerakan kaum emak-emak. Pergerakan kedua kubu kaum emak-emak dalam berbagai kegiatan kampanye yang bertujuan memersuasi para emak-emak di segala penjuru. Realitas politik ini yang mendasari munculnya metafora baru. Munculnya metafora baru "relawan *partai emak-emak* pendukung AMIN menyangkan cara polisi mengamankan tiga emak-emak yang terkait video kampanye hitam ke capres PG" dan "dalam sambutannya, Muhaimin mengajak *emak-emak garis lurus* di Jabar untuk berjuang memenangkan pasangan AMIN saat pencoblosan nanti".

Ujaran metafora baru lainnya memiliki makna bahwa Dian mengibaratkan yang dilakukan oleh PG dengan menggerakkan para peserta kampanye memberikan dana sumbangan suka rela dan seikhlasnya itu merupakan "*politik uang*" model baru. Tidak pola politik uang yang dilarang menurut undang-undang pemilu, yakni memberikan uang kepada pemilih dengan tujuan agar memilih sesuai harapan orang pemberinya. Politik uang yang dimaksud tersebut dilarang menurut undang-undang, tetapi sumbangan dengan menggerakkan massa pemilih untuk memberikan infak dan sedekahnya sebagai dana tambahan kampanye itu tidak melanggar undang-undang pemilu.

Ujaran metafora baru di atas bermakna bahwa ustaz UAS setelah resmi memberikan dukungan kepada capres AMIN mengajak pada pendukung dan masyarakat luas untuk menyumbangkan suaranya secara ikhlas kepada AMIN. Memberikan suara kepada capres Anis-Muhaimin harus ikhlas, seperti kita bersedekah kepada orang tidak mampu dan untuk kepentingan pembangunan tempat ibadah, harus ikhlas tanpa pamrih. "*Bersedekah suara*" bermakna memberikan suara sebagai pemilih kepada capres pilihan dengan

tidak mengharap balasan apapun. UAS mengajak pengikutnya untuk memberikan suaranya secara ikhlas kepada AMIN.

Beberapa ujaran metafora di atas merupakan metafora baru sesuai dengan realitas yang ada saat kampanye pilpres 2019 dan 2024. Ketiga metafora baru ini menggunakan diksi yang identik dengan agama yang belum pernah ada selama kampanye pilpres pada tahun sebelumnya. Pilihan diksi agama ini merupakan hasil proses berpikir tentang realitas sosial yang melingkupinya saat menggunakan ujaran metafora baru. Pola baru dalam kegiatan kampanye dengan menggunakan diksi agama baru ada saat pilpres 2019 dan 2024. Realitas ini berdasarkan fenomena baru kegiatan kampanye dengan menguatkan iman politik masing-masing pendukung, ajakan sedekah suara, dan maraknya para peserta kampanye bersedekah atau berinfak untuk mendukung kemenangan. Sesuai dengan pendapat Lakoff dan Johnson (2003) bahwa metafora lama dan metafora baru merupakan unsur dasar dalam menyusun pandangan hidup dan proses berpikir.

Ketiga metafora baru di atas merupakan perluasan dari metafora lama yang sudah ada, yakni *"kedua capres akan dominan mengerahkan cengkeraman politik masing-masing di akhir masa kampanye, untuk memfinalkan kemenangan"*. Contoh lainnya, merupakan perluasan dari metafora *"pilihlah pemimpin sesuai hati nurani kita, jangan gadaikan harapan dan masa depan bangsa hanya karena amplop dan sembako"*. Ketiga metafora baru tersebut muncul ke publik selain sebagai perluasan metafora lama yang sudah ada, juga ajek dengan realitas politik kampanye capres dengan menggunakan diksi-diksi agama. Sesuai dengan pendapat Siregar (2014) yang mengatakan bahwa metafora baru berkaitan dengan kejelasan pesan metafora dengan realitas yang ada dalam masyarakat. Pola baru kegiatan kampanye yang dilakukan oleh partai pengusung dan para capres dan cawapres dengan melakukan berbagai perilaku dan sikap kebaikan, seperti bersedekah, infak, dan mengumpulkan dana sumbangan dari rakyat untuk dana pemenangan. Pola baru politik ini yang mendorong lahirnya ketiga metafora baru di atas.

Data ungkapan metafora baru di atas merupakan ujaran Muhaimin dalam kegiatan kampanyenya dengan mengajak kaum ibu-ibu yang ikhlas membantu tanpa pamrih dalam memenangkan AMIN. Banyaknya pergerakan kaum emak-emak di berbagai daerah yang terbentuk secara suka rela, tidak dibayar, tanpa ada arahan dari tim PG. Selain itu, pergerakan emak-emak ini juga aktif mengumpulkan dana infak, sedekah, dan sumbangan tidak terikat untuk membantu dana kampanye AMIN. Apa yang dilakukan kaum emak-emak ini disebut sebagai emak-emak garis lurus yang berjuang ikhlas memenangkan pasangan AMIN.

Realitas sosial politik saat itu memang sedang berkembang pola baru pergerakan kaum emak-emak untuk ikut menyukseskan pilpres 2019 dan 2024. Pada tahun sebelumnya, sangat kecil ada gerakan yang dimotori kaum ibu-ibu dalam kegiatan kampanye. Namun, saat itu banyaknya pergerakan emak-emak yang menggemparkan publik karena respons masyarakat semakin tinggi. Banyaknya gerakan emak-emak yang mampu mengumpulkan masa yang besar dan lebih terstruktur sehingga muncullah gerakan baru dari kaum emak-emak pendukung 01, 02, dan 03. Berbagai gerakan sosial politik kemasyarakatan yang dilakukan para emak-emak ini mendorong munculnya berbagai metafora baru yang menggunakan diksi emak-emak.

Ujaran metafora baru menjadi perluasan dari metafora lama, yakni *"Muslimat NU siap tempur memenangkan capres pilihan ulama"*. Metafora ini sudah ada sejak lama karena pergerakan muslimat NU selalu turut andil dalam pesta demokrasi di Indonesia. Selain memiliki masa kaum ibu-ibu yang dari tingkat desa hingga pusat, muslimat NU melekat sebagai organisasi sayap NU. Pergerakan muslimat NU ini ada di pengajian-pengajian, perwiratan, dan gerakan zikir akbar hingga tingkat RT/RW yang memiliki massa cukup besar. Pergerakan muslimat NU ini yang mendorong kaum emak-emak pendukung AMIN melakukan berbagai gerakan sosial kemasyarakatan.

3. Metafora Baru Ranah Mistis/Gaib

Contoh ujaran metafora baru dan bentuk analisisnya dalam wacana politik pilpres dalam ranah mistik/gaib adalah sebagai berikut.

- a. "Jangan sampai *hantu ikut memilih*, jangan sampai ada *tuyul ikut memilih*, ini ada orang usia 150 tahun ikut memilih, nggak bener ini," kata Prabowo.
- b. Menurut Ace, dari situlah muncul upaya cerita soal kekurangan yang dilakukan kubu AMIN, misalnya ketidaknetralan aparat, politik uang dari amplop cap jempol, sampai isu *pemilih siluman*.
- c. Saudara-saudara, 14 Februari tinggal beberapa hari lagi tolong jaga TPS jangan sampai ada *hantu yang ikut nyoblos*, jangan ada *tuyul-tuyul yang ikut nyoblos*, ujar Prabowo.
- d. "Fadli luncurkan antologi puisi dengan judul 'Ada Genderuwo di Istana', karena kebetulan kita ingin *mengusir genderuwo di Istana*," ujar Fadli.

Ujaran metafora baru di atas memiliki makna bahwa Prabowo dalam beberapa kegiatan kampanye menyampaikan kekhawatirannya agar jangan sampai ada orang yang sudah meninggal dan tidak ada wujudnya tetapi ikut memilih. Tim pemenangan PG memperoleh data pemilih dari KPU, ada sejumlah daftar pemilih yang usianya 150 tahun. Atas dasar itu, tim PG melayangkan kritikan kepada KPU agar segera memperbaiki data pemilih di sistem agar pemilu dan pilpres 2024 ini sah. Jika data pemilih masih bermasalah dan tidak valid, dikhawatirkan akan ada banyak makhluk halus, hantu, dan tuyul ikut memilih. Sementara itu, dalam peraturan dan undang-undang pemilu sudah diterangkan bahwa masyarakat yang berhak memilih dalam pemilu dan pilpres adalah warga negara Indonesia yang sudah dewasa, berumur 17 tahun ke atas. Realitas tersebut yang menjadi dasar munculnya metafora baru "jangan sampai hantu ikut memilih, jangan sampai ada tuyul ikut memilih".

Ujaran metafora baru lainnya merupakan pernyataan Ace yang mengatakan bahwa dari situlah muncul upaya cerita soal kekurangan yang dilakukan Gofud, misalnya ketidaknetralan aparat, politik uang dari amplop cap jempol, sampai isu pemilih gaib. Ace menjelaskan

berbagai tuduhan yang dialamatkan pada TKN Jokowi-Amin, hingga data pemilih di KPU yang masih bermasalah. Data pemilih ada di KPU, tetapi yang disalahkan kubu TKN PG. Tuduhan yang dilakukan kubu PG, bahwa masih banyak data pemilih tetap yang salah dan perlu diperbaiki dahulu sebelum difinalkan. Akibat asumsi publik yang menilai KPU tidak netral dan berpihak pada salah satu calon, maka kesalahan data pemilih tersebut juga dialamatkan ke kubu lainnya. Ujaran metafora sebagai pemilih yang bermasalah, karena masih ada data orang yang sudah meninggal dan usianya 150 tahun masih tercatat sebagai pemilih tetap. Data ini diindikasikan sebagai pemilih siluman yang akan ikut memilih saat pencoblosan nanti.

Ujaran metafora baru di atas merupakan ungkapan PPG yang disampaikan kepada pendukungnya saat kampanye. Prabowo menghimbau bahwa 14 Februari tinggal beberapa hari lagi, mohon kita semua dapat lebih fokus menjaga TPS nantinya, jangan sampai ada makhluk gaib dan orang asing yang ikut memilih. Realitas saat itu ada isu di berbagai media sosial, bahwa akan ada gelombang orang asing dari Cina yang datang ke Indonesia untuk ikut memilih. Mereka tersebut sudah memiliki KTP dan terdaftar sebagai pemilih di pilpres. Isu orang Cina inilah yang dikhawatirkan oleh kubu PG sebagai hantu dan tuyul-tuyul yang ikut mencoblos. Atas dasar fenomena ini, Prabowo meminta para pendukungnya untuk mengantisipasi agar tidak ada orang asing yang ikut pencoblosan saat 14 Februari.

Sementara ujaran metafora baru yang merupakan ujaran Fadli Zon saat meluncurkan buku antologi puisi dengan judul *Ada Genderuwo di Istana*, karena kebetulan kita ingin mengusir genderuwo di Istana. Fadli Zon menganggap di istana tempat calon *incumbent* capres Jokowi dikelilingi orang yang seram, berewokan, dan berjenggot mukanya seperti genderuwo. Genderuwo yang mengelilingi Jokowi di Istana terus memberi bisikan agar melakukan berbagai strategi kampanye dan kebijakan-kebijakan pemerintah lainnya. Pernyataan Fadli Zon saat itu menjadi viral dan menjadi perbincangan banyak

pihak di berbagai media massa dan media sosial. Metafora baru tersebut semakin dipakai oleh banyak pihak dalam percakapan antarsesama dan pemberitaan di media massa.

Data metafora baru di atas merupakan perluasan dari metafora lama, yakni “maraknya politik alam gaib didasari dari diri para caleg yang tidak memiliki kepercayaan atas kemampuan dan *skill* diri”. Metafora lama ini didasari dari maraknya fenomena politik pada tahun 2019 dan 2024, yakni banyak tingkah para caleg yang mendatangi dukun-dukun atau paranormal dengan tujuan agar dapat mendulang suara terbanyak. Perilaku para caleg yang menggunakan jasa dukun atau paranormal sebagai jalan usaha mendukung keberhasilannya untuk sukses sebagai anggota legislatif. Metafora lama tersebut menjadi dasar pengembangan metafora baru dengan mengasumsikan asosiasi diksi yang sama, yakni ranah alam gaib. Metafora baru ini didasari suatu hal yang tidak tampak, tetapi dikhawatirkan akan muncul wujudnya saat waktu pencoblosan 14 Februari dan ikut membantu capres memengaruhi pemilih.

Metafora baru yang diasosiasikan makhluk halus dan ranah alam gaib, yakni hantu, tuyul, siluman, dan genderuwo. Diksi yang dipilih ini untuk menggambarkan orang-orang yang dikhawatirkan akan ikut memilih saat pencoblosan, padahal mereka tidak masuk dalam daftar pemilih tetap. Selain itu, ada juga kekhawatiran publik mengenai akan ada orang asing yang ikut memilih, mereka memiliki KTP dan masuk dalam daftar pemilih, namun mereka bukan WNI. Di sisi lain, ada pemilih yang usianya 150 tahun atau sudah meninggal, tetapi masih masuk dalam daftar pemilih tetap. Pemilih yang masuk kategori tersebut di atas, yakni bukan WNI/orang Cina, orang yang sudah meninggal atau usianya 150 tahun, dan pendatang baru dari daerah lain, akan ikut memilih. Mereka inilah yang diasosiasikan sebagai hantu, tuyul, siluman yang ikut memilih capres dan cawapres. Diksi *genderuwo* diasosiasikan pada orang dekat istana dengan ciri, orangnya besar, seram, dan berewokan yang ikut merancang strategi kampanye dan menentukan kebijakan dari istana.

Keempat metafora baru di atas lahir juga sesuai dengan konteks realitas politik saat itu. Di mana tim AMIN menemukan data pemilih yang masih bermasalah. Sebagian data pemilih sudah meninggal, berusia 150 tahun, dan ada yang belum berusia 17 tahun. Selain itu, berkembang juga isu masuknya orang asing dari Cina yang akan ikut memilih, mereka sudah dipersiapkan KTP dan kartu pemilihnya oleh oknum tertentu untuk ikut memenangkan capres tertentu. Isu dan kekhawatiran ini yang memicu Prabowo dan tim untuk mengeluarkan ujaran metafora baru yang diasosiasikan tuyul, hantu, dan siluman ikut memilih. Realitas politik inilah yang mendasari lahirnya metafora baru 4 data di atas.

4. Metafora Baru Ranah Aktivitas Sehari-hari

Berikut beberapa ujaran metafora baru dan analisisnya dalam wacana politik pilpres dalam ranah aktivitas sehari-hari, "Saya harapkan kedua capres *menawarkan menu yang lebih baik di meja makan rakyat Indonesia*," kata Rizal. Ungkapan metafora ini memiliki makna bahwa Rizal berharap agar kedua capres dapat menawarkan berbagai program kerja dan apa yang akan dikerjakan saat terpilih nanti sebagai presiden dan agar rakyat Indonesia mendapat penjelasan sebagai pertimbangan untuk menentukan pilihan saat pencoblosan. Apa saja yang ditawarkan para capres hendaknya dapat menyelesaikan semua permasalahan yang dialami rakyat saat ini dan mampu menyejahterakan, serta memajukan Indonesia menjadi negara maju.

Banyaknya hoaks dan fitnah yang mengakibatkan perang urat saraf antarkedua kubu mengakibatkan semakin tajam perselisihan yang menjadikan perdebatan di kalangan masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan kedua capres bersama tim suksesnya kurang fokus dalam menyampaikan visi, misi, dan program kerja yang akan dilakukan saat terpilih menjadi presiden. Visi, misi, dan program kerja tersebut menjadi menu yang harus disampaikan dan diketahui oleh seluruh rakyat Indonesia agar tidak salah pilih.

Metafora "*menawarkan menu yang lebih baik di meja makan rakyat Indonesia*" merupakan metafora baru yang menawarkan berbagai gagasan dan ide kreatif yang akan dituangkan dalam program kerja yang direalisasikan saat terpilih menjadi presiden. Para capres tidak hanya menawarkan ide kreatif, gagasan, dan program kerja yang sudah dilakukan pada periode sebelumnya. Artinya, apa yang ingin dilakukan terhadap program kerja telah dilakukan oleh tim sukses pada tahun 2024.

"*Tawaran menu yang lebih baik*" dimaksudkan semua ide, gagasan, dan program kerja capres dapat menjawab sekaligus menyelesaikan segala permasalahan yang dialami oleh masyarakat. Sementara itu, "*di meja makan rakyat Indonesia*" bermakna semua konsep pemikiran, ide, gagasan, dan program kerja telah jelas serta siap disajikan kepada seluruh rakyat Indonesia untuk dicermati, dipelajari, dikaji kekurangan dan kelebihanannya agar dapat menguatkan keputusan diri untuk memilih capres sesuai harapannya. Metafora ini baru muncul karena masih banyak apa yang disampaikan capres dan tim sukses diberbagai kegiatan kampanye masih memaparkan visi, misi, dan program kerja yang lama serta sudah dilakukan sebelumnya. Konsep usang seperti data tersebut tidak perlu disajikan sebagai menu di meja makan karena sudah ada dan sering didengar oleh masyarakat. Metafora baru ini merupakan pengembangan konten metafora yang sudah ada, yakni rakyat butuh gagasan program baru yang lebih menggigit sesuai kebutuhan saat ini untuk mencapai kemajuan. Metafora baru ini juga ajek dengan realitas sosial yang terjadi di masyarakat, yakni belum ada capres dan cawapres yang fokus mengembangkan ide kreatif dan gagasan baru yang dituangkan dalam program-program kerja yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi rakyat. Metafora baru juga memiliki kekuatan untuk mengatasi permasalahan dengan menekankan pada pesan yang disampaikan kepada publik. Sesuai dengan pendapat Lakoff dan Johnson (1980a) yang mengatakan bahwa metafora baru memiliki kekuatan untuk mengatasi kenyataan.

5. Metafora Ranah Fenomena

Berikut beberapa contoh ujaran metafora baru dan analisisnya dalam wacana politik pilpres dalam ranah fenomena.

- a. Saat Andi Arief menyebut Prabowo Subianto sebagai *jenderal kardus*, kan gampang sekali memantik diskursus publik.
- b. Tidak hanya itu, kata dia, saat ini juga sedang *banjir hoaks dan fitnah*, menurut dia, NU akan menyelamatkan umat dari bencana tersebut
- c. Presiden pun menilai saat ini *marak politik viral* yang sesungguhnya sah-sah saja namun harus dibarengi dengan etika dan tata krama
- d. Relawan *partai emak-emak* pendukung AMIN.

Ujaran metafora baru di atas mengemukakan maksud Andi Arief sebagai politisi partai Demokrat mengatakan capres Prabowo Subianto yang merupakan pensiunan jenderal TNI bintang tiga termasuk kategori seorang jenderal yang bisa dilipat-lipat atau dibentuk menjadi beberapa bagian, sesuai kehendak yang membuatnya. Seharusnya, seorang jenderal purnawirawan PTN memiliki prinsip sesuai jati dirinya, yakni keras pendirian terhadap sesuatu, tegas, berani, melangkah, dan bertindak dengan perhitungan yang matang. Sementara asumsi Andi Arief tidak seperti itu, Prabowo tidak memiliki jiwa seorang jenderal yang memiliki prinsip dan pendirian kuat dan tegas, tidak mudah berubah tanpa didasari suatu hal yang kuat berdasarkan pertimbangan matang.

Metafora baru "*jenderal kardus*" mengasosiasikan prinsip dan karakter seorang jenderal TNI yang memiliki jiwa dan karakter, seperti 'kardus'. Kardus adalah sebuah alat pembungkus atau wadah untuk menyimpan suatu barang tertentu yang mudah dibentuk menjadi apa saja sesuai keinginan orang yang membentuknya. Benda ini terbuat dari kertas sehingga sifatnya lembek, tidak kuat, dan mudah dilipat. Kardus bisa dibentuk menjadi celengan, keranjang alat tulis, tempat tisu, pigura, dan lain sebagainya. Penggunaan istilah "*jenderal*" dan "*kardus*" sebagai upaya menggambarkan sosok Prabowo yang memiliki karakter lemah yang mengacu pada watak kata *kardus*. Makna

penggunaan kardus tersebut menunjukkan kelemahan seseorang yang mudah diatur, dipengaruhi, dan tidak mempunyai kekuatan diri untuk mempertahankan prinsip serta karakternya.

Ungkapan metafora baru di atas merupakan data metafora baru perluasan dari metafora lama yang sudah pernah diungkapkan, yakni *"pendekar tidak pernah takut, sekali pun berjalan sendiri di atas awan dan air yang mendidih, ujar Prabowo"* serta *"Prajurit TNI harus menjadi singanya negara, harus kuat, tangguh, dan siap menerkam musuh"*. Kedua metafora ini menggambarkan bahwa karakter prajurit TNI itu seperti pendekar yang tidak pernah takut berjalan sendiri karena telah memiliki *skill* diri yang tangguh. Semua prajurit TNI itu memiliki karakter yang unggul untuk menyelamatkan negara dari semua bentuk penjajahan.

Ujaran metafora baru menjadi perluasan dan memberikan kerangka bagi kedua metafora yang mengasosiasikan makna karakter prajurit TNI, tetapi pendapat Andi Arief yang mengungkapkan data metafora di atas beranonim dengan perluasan data metafora yang sudah ada. Sesuai dengan pendapat Nietzsche dalam Ricoeur (2003) bahwa penggunaan metafora lama juga memberikan kerangka yang digunakan untuk menjelaskan metafora baru. Namun dalam penggunaannya, metafora baru tidak selamanya berubah menjadi metafora lama.

Penggunaan ungkapan metafora ini didasari oleh realitas capres Prabowo yang terlihat kesulitan menentukan siapa yang akan mendampingi untuk maju dalam pilpres tahun 2019 dan 2024, padahal sudah cukup banyak masukan dari berbagai pihak. Atas dasar ini, keluarlah ungkapan Andi Arif tentang jenderal kardus untuk mengungkapkan watak Prabowo. Metafora ini lahir berdasarkan realitas yang melingkupi masyarakat saat itu dan ajek dengan apa yang sedang marak dipikirkan oleh politisi. Sesuai dengan pendapat Cameron (2008), bahwa metafora baru bergantung pada konteks dan penggunaan bahasa yang dianggap paling sesuai untuk mengungkapkan pikiran manusia. Begitu juga dengan pendapat Gibbs (2010) serta Thibodeau dan Durgin (2008) yang mengungkapkan

bahwa penggunaan metafora baru didasari dari metafora yang sudah ada dan metafora lama juga membantu memahami metafora baru.

Metafora baru "*jenderal kardus*" memiliki dasar skema tentang sifat kardus yang mudah dilipat, lembek, tidak kuat, dan mudah dibentuk menjadi berbagai produk, seperti mainan anak, celengan, dan tempat tisu. Sementara itu, citra dari ujaran metafora tersebut, yakni watak dari seorang jenderal yang kuat, keras, ulet, dan gigih dalam membela negara. Skema citra "*jenderal kardus*" ini menjadi dasar pemetaan lahirnya ungkapan metafora baru tersebut. Sesuai dengan pendapat Siregar (2014), citra terpadu dalam satu representasi beberapa kesan yang diperoleh dari realitas yang melambangkan objek dan tindakan. Skema membatasi klasifikasi objek yang berhubungan dengan struktur dan unsur. Skema sifat kardus dan citra seorang jenderal digunakan sebagai upaya mengungkapkan realitas politik yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat. Skema dan citra ini diasosiasikan ke dalam ungkapan metafora yang memiliki makna bahwa capres Prabowo tidak memiliki karakter atau watak seperti prajurit TNI yang tegas, keras, dan kuat.

Ungkapan metafora baru ini memiliki makna bahwa kampanye kedua capres dan pendukungnya sedang diserbu ribuan hoaks dan fitnah yang menjadi tantangan untuk cepat ditangani dan diluruskan dengan pesan-pesan yang benar. Atas kejadian yang mengganggu kedua kubu capres, NU berkomitmen akan berupaya menyelamatkan umat dari serbuan hoaks dan fitnah tersebut. Banyaknya pesan-pesan hoaks dan fitnah yang telah memengaruhi pola pikir masyarakat akan terus memengaruhi proses pilpres dan pemilu ini menjadi tidak demokratis karena kebebasan pemilih dibelenggu oleh ribuan hoaks dan fitnah.

NU sebagai organisasi Islam yang memiliki pengikut terbesar di Indonesia, berkomitmen untuk menyelamatkan umatnya dari pengaruh ribuan hoaks dan fitnah. NU akan melakukan berbagai upaya agar warganya tidak mengikuti hoaks dan fitnah yang bisa merusak pola pikir. Warga NU yang tidak mengikuti berbagai gerakan yang dilakukan pimpinannya tentunya akan mudah terpengaruh

pesan hoaks dan fitnah yang diterima. Sementara itu, warga NU yang patuh dan taat atas apa yang digariskan oleh pemimpinnya dalam menangkal hoaks dan fitnah, komitmen pendiriannya akan mengikuti kebijakan yang telah diputuskan tidak bisa dipengaruhi oleh ribuan hoaks dan fitnah yang ada di media sosial.

Metafora baru di atas merupakan perluasan dari metafora lama yang sudah ada, yakni "*Menjelang masa pencoblosan, hoaks semakin kencang menggerus hati nurani rakyat agar bimbang untuk memilih*". Metafora baru ini lahir didorong oleh realitas politik saat itu, di mana hoaks dan fitnah membanjiri ruang publik. Hampir setiap saat di media sosial, pemberitaan media massa, dan materi perbincangan di warung-warung kopi, hoaks dan fitnah selalu ramai dibahas. Selain itu, realitas politik yang didasari persaingan yang semakin ketat antarkedua kubu 01 dan 02, mendorong para *buzzer* semakin gencar menyemburkan hoaks dan fitnah agar semakin mengacaukan situasi politik. Situasi politik seperti ini akan dimanfaatkan oleh oknum tertentu dalam melakukan berbagai strategi kampanye untuk lebih meyakinkan pemilih.

Ungkapan data metafora baru yang bermakna presiden pun menilai saat ini semua konten pesan politik atau perilaku capres dan politisi pendukung bisa menjadi viral di media sosial. Pesan politik dan perilaku tersebut bisa dikemas menjadi pesan kampanye yang positif dan hoaks sehingga para capres dan politisi selalu lebih hati-hati saat tampil di masyarakat dan media karena khawatir akan dijadikan konten yang viral. Jika konten yang diviralkan tersebut bermakna positif, para capres dan pendukungnya akan bersyukur. Namun, jika dijadikan konten hoaks dan fitnah, maka akan menjadi masalah yang mengganggu keberhasilan dalam meyakinkan pemilih untuk menentukan pilihannya.

Konten politik apapun yang berasal dari capres dan partai pengusungnya, untuk diviralkan di media sosial, tidak jadi masalah dalam proses demokrasi. Namun, harus menjunjung tinggi norma-norma negara, etika, dan tata krama yang ada di masyarakat. Inilah yang harus menjadi dasar dalam memviralkan suatu konten di

media sosial sehingga akan terhindar dari hoaks dan fitnah. Konten apapun yang menjadi viral, jika telah didasari pada norma, etika, dan tata krama, tentu sah-sah saja dan tidak menjadi masalah dalam politik. Bahkan, ini merupakan wujud dari kepedulian masyarakat untuk menyukseskan pesta demokrasi.

Metafora baru di atas merupakan pengembangan dari metafora lama. yakni "para politisi masih belum PD, karena tetap melakukan polarisasi *politik artis* dalam kampanye". Metafora lama ini menjelaskan bahwa para politisi masih banyak yang belum percaya diri karena masih saja menggunakan jasa artis untuk mendulang suara. Metafora ini diperluas ke dalam metafora baru, yaitu "Presiden pun menilai saat ini marak *politik viral* yang sesungguhnya sah-sah saja, namun harus dibarengi dengan etika dan tata krama". Metafora ini juga sesuai dengan realitas politik saat itu, yakni setiap ada konten-konten viral di media sosial langsung dijadikan bahan kampanye atau dimodifikasi menjadi bahan kampanye yang kreatif. Para kandidat capres dan cawapres saat menyampaikan pesan kampanye selalu menghubungkan materi kampanye dengan konten-konten yang sedang viral.

Ujaran metafora baru ini memiliki makna relawan kaum ibu-ibu para pendukung AMIN menyayangkan cara polisi mengamankan tiga orang emak-emak yang terkait video kampanye hitam ke capres Prabowo. Pilpres 2019 dan 2024 diramaikan berbagai gerakan kampanye *kaum emak-emak pendukung AMIN*, dari kegiatan sosial, agama, olahraga, dan lainnya. Berbagai kegiatan emak-emak tersebut melibatkan organisasi sosial kemasyarakatan yang diarahkan untuk memengaruhi kaum ibu-ibu untuk mendukung AMIN. Pergerakan kaum emak-emak ini sudah seperti partai baru karena gerakannya terstruktur dari tingkat kecamatan hingga tingkat pusat.

Realitas politik saat itu muncul pola baru pergerakan kaum ibu-ibu yang familiar dikatakan emak-emak melakukan berbagai kegiatan untuk mendukung kubu 01 dan 02. Tim AMIN dan PG banyak pergerakan yang dilakukan kaum emak-emak, serta tim PG dan Gofud juga melakukan perimbangan pergerakan kaum emak-

emek. Pergerakan kedua kubu kaum emak-emak dalam berbagai kegiatan kampanye yang bertujuan mempersuasi para emak-emak di segala penjuru. Realitas politik ini yang mendasari munculnya metafora baru, seperti "relawan *partai emak-emak* pendukung AMIN menyangkan cara polisi mengamankan 3 emak-emak yang terkait video kampanye hitam ke capres AMIN, dalam sambutannya, Muhaimin mengajak *emek-emak garis lurus* di Jabar untuk berjuang memenangkan pasangan AMIN pada pilpres 2024".

6. Metafora Baru Ranah Ekonomi/Bisnis

Berikut contoh ujaran metafora baru dan analisisnya dalam wacana politik pilpres dalam ranah ekonomi/bisnis.

- a. Mahfud mencontohkan informasi bohong yang tetap disebarkan oleh *produsen hoaks* itu berlangsung secara terorganisir yang hanya bertujuan mengacau situasi.
- b. "Politik ini merupakan *bisnis harapan*, milenial akan bisa melihat harapan dari pasangan capres-cawapres mana yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka," kata Hendri.

Ujaran metafora baru di atas merupakan ujaran Mahfud MD yang mengatakan ada orang dan oknum yang kerjanya hanya menciptakan pesan-pesan hoaks dan ujaran kebencian. Hoaks dan ujaran kebencian tersebut setiap hari disebarkan ke ruang publik melalui media sosial untuk memengaruhi dan mengubah pola pikir rakyat sebagai pemilih. Membuat dan menciptakan hoaks dan ujaran kebencian tersebut sudah menjadi bisnis ekonomi dalam kegiatan politik. Para tim TS tertentu diisukan telah menggunakan *buzzer* sebagai tim yang memproduksi ribuan hoaks dan ujaran kebencian, sebagai upaya memengaruhi pemilih agar bergabung dan siap membantu dalam meraih kemenangan.

Metafora baru ini berasal dari perluasan metafora lama, yakni "publik banyak mengusulkan agar polisi dapat mengusut tuntas dana pabrik hoaks Saracen". Metafora lama ini mengungkapkan bahwa tahun 2019 ada isu yang berkembang tentang Saracen sebagai pabrik yang setiap saat memproduksi pesan-pesan hoaks.

Berita dan pesan-pesan yang ada di ruang publik belum tentu berisi suatu kebenaran, bisa jadi isinya banyak kebohongan atau hoaks. Situasi politik pilpres tahun 2019 dan 2024 ternyata hoaks dan ujaran kebencian semakin banyak dan meluas. Saat itu banyak masyarakat yang merasa kesulitan membedakan mana berita yang benar dan yang salah/hoaks. Situasi ini dikarenakan semakin banyaknya hoaks di ruang-ruang publik. Realitas politik inilah yang mendorong lahirnya metafora baru, seperti "Staf Ahli Menteri Komunikasi dan Informatika ini mengatakan *produsen hoaks dan 'hate speech' telah menjadi bisnis ekonomi politik*".

Ujaran metafora baru di atas mengungkapkan bahwa para milenial dapat melihat apa yang sesuai dengan kebutuhan dari visi, misi, dan program kerja yang disampaikan oleh para capres. Apa yang akan dilakukan setelah terpilih menjadi presiden lima tahun yang akan datang menjadi harapan bagi milenial. Pesan-pesan kampanye yang disampaikan capres dalam penjelasan program-program kerja dan terobosan apa yang akan dilakukan tersebut merupakan politik bisnis harapan. Para milenial memiliki harapan agar para capres dapat memberikan pesan-pesan kampanye yang mencerdaskan dan memberikan harapan. Penjelasan visi dan misi secara jelas serta detail, dan paparan program kerja yang solutif dalam menjawab kebutuhan masyarakat menjadi bisnis harapan di kalangan milenial untuk meyakinkan serta menetapkan pilihan, tidak bimbang lagi memilih capres yang sesuai kebutuhan milenial.

Metafora baru di atas pengembangan dari metafora lama yang sudah ada, yakni "para politisi harus mampu meyakinkan pemilih untuk merealisasikan politik masa depan". Makna metafora lama ini mengungkapkan agar para politisi mampu meyakinkan rakyat dalam mewujudkan harapan dan cita-cita masa depan. Pengembangan metafora lama ini menjadi pendorong lahirnya metafora baru, yaitu "Politik ini merupakan *bisnis harapan*, milenial akan bisa melihat harapan dari pasangan capres-cawapres mana yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka". Metafora baru ini sejalan dengan realitas kondisi politik saat itu yang banyak meragukan visi dan misi, serta program kerja yang disampaikan para tim sukses kedua

kubu. Dampak dari maraknya konten hoaks di berbagai media, yakni rakyat semakin putus asa dan tidak bisa berharap banyak dari para kandidat.

7. Metafora Baru Ranah Binatang

Berikut contoh ujaran metafora baru dan analisisnya dalam wacana politik pilpres dalam ranah binatang.

- a. Indikasi meluasnya kebencian antarkelompok sudah terlihat dari *saling ejek antara kelompok kecebong melawan kelompok kampret*.
- b. Menurutnya, kriminalisasi yang dialami Rocky Gerung sebagai *bentuk pengebirian demokrasi*.

Ujaran metafora baru ini bermakna telah meluasnya kebencian antarkelompok yang semakin sulit disatukan. Padahal, sebelum pasangan capres dan masa kampanye pilpres ditetapkan KPU, perselisihan dan perdebatan antarkedua tim sukses dan pendukungnya belum menghiasi ruang publik di masyarakat. Sejak semakin panasnya saling ejek antarkedua kelompok di media sosial. Kelompok pendukung Gofud dan PG disebut kampret, sedangkan kelompok pendukung AMIN disebut kecebong. Kedua sebutan sinisme ini dibangun oleh kedua kubu, menandakan semakin tajamnya perselisihan di pilpres 2019 dan 2024. Bentuk sinisme kedua ini menandakan demokrasi di Indonesia belum dewasa dan masih ada masalah. Seharusnya, kedua kubu lebih baik perang gagasan dan ide konstruktif dari pada destruktif dan tidak bermanfaat. Perbedaan politik dan pilihan dalam negara demokrasi itu sebuah keniscayaan, untuk membangun kemajuan berpolitik.

Julukan "kelompok kecebong" ditujukan kepada para pendukung capres Jokowi-Ma'ruf yang bermula dari kabar Jokowi suka memelihara kodok saat masih menjabat Gubernur DKI. Versi kedua sebutan sinisme ini bermula dari pelesetan nama dari "Jokodok" yang dilontarkan Rizieq Shihab. Makna "kelompok kampret" ditujukan pada pendukung Prabowo-Sandi yang bermula saat koordinator demo Prabowo meneriakkan kata "kampret" kepada sebagian

pendemo karena kesal melihat mereka masih berteduh di sekitar gedung Mahkamah Konstitusi dan malah menikmati jajanan yang disajikan pada pedagang. Versi keduanya menyebutkan bahwa kata "*kampret*" bermula dari sebutan Koalisi Merah Putih yang dibentuk oleh Prabowo dan kemudian disingkat menjadi KMP dan akhirnya disingkat oleh publik menjadi KMPret. Kedua kata ini bermakna sinisme dan berantonim yang masing-masingnya memiliki makna yang berbeda.

Metafora baru ini merupakan perluasan dari metafora lama, yakni "TS kedua kubu sudah terapkan berbagai strategi dan taktik perang, cari waktu yang tepat untuk bombardir". Perluasan metafora lama ini didasari semakin tingginya perselisihan antarkedua capres, lebih mementingkan kepentingan golongan dan kelompok dari pada kepentingan keamanan negara. Lahirnya metafora baru "*kelompok kecebong*" dan "*kelompok kampret*" didasari atas realitas politik yang semakin tajam dan curam. Keduanya sulit untuk dipertemukan karena masing-masing merasa paling benar dan siap menang. Metafora baru ini juga sesuai dengan realitas apa yang dirasakan oleh rakyat. Hampir setiap hari, ruang publik diserang oleh konten-konten hoaks, fitnah, dan paksaan sehingga muncul disparitas nilai antarkedua kelompok yang dilabelkan kecebong serta kampret.

Metafora baru ini merupakan pernyataan Rocky Gerung yang menyatakan bahwa kriminalisasi yang dialaminya sebagai bentuk yang membelenggu kebebasan berdemokrasi. Hal ini dikarenakan tidak boleh mengkritisi kebijakan pemerintah dan visi-misi capres serta selalu diawasi oleh oknum-oknum tertentu atas segala yang dilakukan. Hal ini merupakan bentuk pengebirian demokrasi sebagai warga negara yang diberi kebebasan berpendapat dan berpolitik yang didukung oleh undang-undang pemilu, sesuai isi undang-undang Pasal 28 E ayat 3 yang menyatakan bahwa setiap orang berhak atas kebebasan berserikat, berkumpul, dan mengeluarkan pendapat.

Metafora baru ini perluasan dari metafora yang sudah ada dan sering muncul dalam ujaran dan teks berita di beberapa media, yakni kebebasan politik sebagian rakyat dirampok oleh oknum pemerintah.

Metafora lama ini sudah ada sejak Orde Lama karena realitas di sebagian masyarakat masih tidak memiliki kebebasan berpendapat dan berpolitik yang menjunjung tinggi nilai-nilai dan norma agama. Munculnya metafora baru ini lahir atas dasar viralnya ucapan Rocky Gerung di berbagai media massa dan menjadi perbincangan banyak kalangan saat masa kampanye pilpres. Kritikan-kritikan pedas yang ditujukan kepada Presiden Jokowi yang merupakan capres untuk periode keduanya. Pesan-peran dan kritikan Rocky Gerung hampir setiap hari menghiasi isi media massa dan jadi bahan perbincangan banyak kalangan. Situasi politik yang semakin pedas dan tim TKN merasa terusik atas kritikan tajam Gerung, maka muncullah beberapa intimidasi dan pengawasan oleh oknum tertentu agar Gerung tidak mengkritik tanpa dasar.

Lahirnya metafora baru ini sesuai dengan realitas konten yang sedang memengaruhi pola pikir masyarakat. Artinya, metafora baru ini ajek dengan realitas apa yang menjadi perhatian publik dan sedang hangat diperbincangkan oleh siapa pun. Realitas saat itu, sikap, perilaku, dan ucapan Rocky Gerung sedang menjadi perhatian karena kritik-kritiknya cenderung objektif dan memiliki kekuatan dasar yang tepat. Sementara itu, konten-konten lainnya menyerang Gerung sebagai ilmuwan yang asal bicara dan tanpa dasar. Kemudian, muncul gerakan perlawanan yang memberikan ruang sempit agar Gerung tidak lagi mengkritik tanpa dasar dan lama-lama hak demokrasiya dikebiri.

C. Metafora Baru Berdasarkan Pendekatan Kognitivisme

1. Metafora Baru Ranah Perang

Berikut ujaran metafora baru dan analisisnya dalam wacana politik pilpres dalam ranah perang.

- a. *Narasi Perang Badar* maupun total, merupakan narasi yang tidak substansial.

- b. Andi menjelaskan agar *elit Tim BPN PS jangan berebut rampasan perang sebelum yakin perang dimenangkan.*
- c. Sehingga tidak bisa dipastikan pula akan ada *gencatan agitasi politik di kalangan medsos.*

Ujaran metafora baru ini memiliki makna bahwa semua bahasa teks dan ujaran yang dihubungkan dengan Perang Badar merupakan suatu hal yang tidak penting. Bahasa teks, ujaran, dan cerita yang dihubungkan dengan Perang Badar dimaknai sebagai pesan yang tidak bernilai dan tidak perlu dibahas. Metafora baru ini ingin menyampaikan bahwa semua bentuk narasi Perang Badar yang hangat diperbincangkan oleh publik tidak perlu dipermasalahakan.

Metafora baru ini muncul didasari oleh peristiwa yang viral menjadi perbincangan hangat semua kalangan, bahkan pemberitaan di media-media besar mengangkat tentang peristiwa tersebut. Saat kampanye acara munajat 212, Neno Warisman membacakan puisi yang isinya tentang doa Nabi Muhammad saw. kepada Allah Swt. yang berisi "Ya Allah, kami mohon jangan serahkan kami kepada mereka yang tak memiliki kasih sayang kepada kami dan anak cucu kami, dan jangan kau tinggalkan kami dan menangkan kami, karena jika engkau tidak menangkan kami, kami khawatir Ya Allah, tak ada lagi yang menyembahmu". Puisi ini menjadi viral hampir di semua media cetak, *online*, dan media sosial. Realitas politik ini yang menjadi dasar munculnya ujaran dari tim TKN 01 yang menyatakan metafora baru bahwa narasi Perang Badar merupakan narasi yang tidak substansial.

Metafora baru ini muncul berdasarkan pengalaman sensori dan persepsi masyarakat tentang realitas yang ada. Sesuai dengan pendapat Martins (2006) yang menjelaskan bahwa pendekatan kognitif melihat metafora baru sebagai suatu hal yang memungkinkan hadir berdasarkan pengalaman sensori dan persepsi masyarakat yang konten dan konteksnya masih baru. Perang Badar merupakan kisah sejarah pengalaman historis tentang perang yang dilakukan Nabi Muhammad saw. bersama sahabat dan memperoleh kemenangan

pertama saat melawan pasukan Quraisy yang tidak seimbang. Saat Perang Badar ini ada doa rasul yang terkenal dan menjadi materi puisi yang dibacakan Neno Warisman.

Ujaran metafora baru ini merupakan pendapat Andi yang menjelaskan agar elit BPN Prabowo-Sandi jangan berebut dulu siapa yang akan jadi menteri atau posisi lain di pemerintahan. Realitas politik saat itu, ada isu di tim BPN Prabowo-Sandi, para tokoh politik dan tokoh nasional berebut kursi menteri. Para elit BPN ada yang diisukan akan jadi menteri dan tidak masuk dalam radar Prabowo. Bahkan, Prabowo menyebutkan secara terbuka dalam beberapa kegiatan kampanye, orang-orang yang akan membantu di pemerintahannya jika rakyat memberikan mandat. Realitas ini yang dimaknai sebagai berebut rampasan perang sebelum yakin perang dimenangkan. Metafora baru ini juga hadir berdasarkan pengalaman sensori secara historis dari kisah Perang Uhud, di mana setelah perang dinyatakan menang dan para tentara rasul turun Gunung Uhud untuk berebut barang rampasan perang. Namun, saat tentara muslim berebut barang rampasan perang, dari Bukit Uhud tentara kafir kembali melakukan serangan kepada kaum muslimin dan akhirnya perang hampir dimenangkan kaum Quraisy. Perang Uhud ini merupakan perang yang paling banyak tentara muslim terbunuh.

Kedua metafora baru ini secara historis merupakan pengembangan berdasarkan pengalaman sejarah peperangan kaum muslimin yang dipimpin langsung oleh Nabi Muhammad saw. melawan kaum kafir Quraisy. Pengalaman dua peristiwa perang ini diasosiasikan ke dalam realitas politik yang terjadi. Peristiwa pembacaan puisi Neno Warisman yang mengambil doa rasul saat Perang Badar dan isu berebut kursi menteri yang terjadi pada kubu BPN Prabowo-Sandi. Dua hal ini diasosiasikan ke dalam narasi Perang Badar yang tidak memiliki makna substansial dan berebut harta rampasan perang sebelum yakin perang dimenangkan. Puisi yang dibacakan Neno dianggap sebagai pepesan kosong, tidak memiliki makna, dan tidak pantas dipertontonkan di depan publik. Hal keduanya, seharusnya para

elit politik dan tokoh nasional tidak perlu berebut kursi menteri, sebelum disahkan oleh KPU.

Kedua metafora baru ini ajek dengan realitas politik saat itu, yakni peristiwa pembacaan puisi Neno menjadi viral dan menjadi *trending topic* di mayoritas media dan media sosial dengan konten pro dan kontra. Ujaran metafora baru yang ditemukan tentang isu terjadi perebutan kursi calon menteri di kalangan elit BPN juga menjadi materi hangat yang diperbincangkan publik dalam berbagai narasi. Kedua realitas ini menjadi dasar munculnya metafora baru tersebut karena telah menjadi pengalaman sensori dan persepsi masyarakat berdasarkan konten baru yang menghasilkan metafora baru.

Ungkapan metafora baru memiliki makna sebuah kekhawatiran tim sukses capres bahwa media sosial tidak bisa dipastikan, ditunda, atau dihentikan gerakan dan perhatian massa sebagai pemilih. Gerakan politik di media sosial jika tidak diantisipasi akan dapat menggerakkan massa dan sulit dibendung karena telah menyebar memengaruhi persepsi pemilih. Dalam politik, media sosial telah menjadi sarana untuk menyusun strategi perang karena media ini mudah dijadikan sarana untuk mengubah sikap dan tindakan pemilih. Berbagai gerakan politik di media sosial jika tidak diantisipasi akan menjadi masalah besar bagi para kandidat capres karena pergerakannya tidak bisa dibendung jika sudah meluas. Oleh karena itu, perlu dihentikan gerakan politik di media sosial tersebut agar tidak menghambat strategi kampanye untuk menang.

Metafora baru ini muncul berdasarkan pendekatan sosiokultural dan realitas politik yang terjadi di masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Martins (2006) dan Siregar (2014) yang menyatakan bahwa metafora baru dapat dilihat dari konten dan konteksnya yang merupakan suatu hal baru atau perluasan dari metafora lama. Berbagai gerakan di media sosial, seperti berita hoaks, informasi yang mengabarkan sisi positif dan negatif para kandidat, serta menyampaikan berbagai kegiatan sosial yang dilakukan

di masyarakat. Informasi dari kedua kubu yang bermakna negatif, seperti hoaks, pencitraan, dan ujaran kebencian yang dipublikasikan di media massa dan media sosial, jika tidak segera diantisipasi dan membendung penyebarannya, maka akan berdampak pada perubahan sikap dan keputusan pemilih untuk menjauh dari memilih capres yang kita dukung.

Metafora baru di atas secara sosiokultural merupakan pengembangan berdasarkan pengalaman sensori yang ada pada realitas politik. Sesuai hasil penelitian Murphy (1996), Lakoff dan Kövecses (1987), Glucksberg (1999) yang menyebutkan munculnya metafora baru berdasarkan struktur yang mapan dalam pikiran penutur. Metafora baru juga akan muncul berdasarkan konten apa yang sedang memengaruhi persepsi manusia. Apa yang dipikirkan oleh manusia, memengaruhi pola pikirnya, dan penciptaan bahasa baru menjadi kuat akan mendorong munculnya metafora baru. Selaras dengan apa yang dikatakan Kövecses (2010:137) bahwa metafora baru akan muncul berdasarkan penciptaan satu struktur bahasa yang kuat dan mapan bari sistem yang kompleks.

2. Metafora Baru Ranah Fenomena

Berikut beberapa contoh ujaran metafora baru dan analisisnya dalam wacana politik pilpres dalam ranah fenomena.

- a. "Kita sudah masuk ke G20 dan kita sudah masuk di negara dengan PDB 1 triliun dolar AS lebih, ini yang harus kita pahami supaya tidak pesimis, ada yang ngomong *Indonesia bubar, Indonesia punah*, yang benar saja," ujar Jokowi
- b. "Bahkan ada yang ekstrem (menyebut) kalau tidak ada NU barang kali *Indonesia sudah pecah berantakan ke mana-mana*," ujar Cak Imin.
- c. "Bahkan ia menyebut *Indonesia telah dirampok dari rakyatnya sendiri*," ujar Prabowo.
- d. Mantan Danjen Kopassus ini juga kembali menyindir tentang *Ibu Pertiwi yang dirampok*.

Ujaran metafora baru tersebut merupakan ungkapan Jokowi yang menyatakan bahwa kita sudah masuk ke G20 dan kita juga sudah masuk di negara dengan PDB 1 triliun lebih dolar AS. Jokowi menekankan agar kita bisa pahami supaya tidak pesimistis, tidak benar Indonesia bubar atau Indonesia punah. Pernyataan Jokowi ini menjawab dan menjadi bantahan pernyataan Prabowo di beberapa kampanye di depan pendukungnya. Jokowi menegaskan di hadapan para pendukungnya dan di depan awak media bahwa negara ini harus dibangun dengan keyakinan dan upaya secara maksimal. Negara ini tidak bisa maju jika dibangun dengan kekhawatiran dan keraguan. Negara Indonesia dengan prestasi dan kemandiriannya pasti bisa maju serta menyejahterakan rakyat. Oleh karena itu, dibutuhkan kesungguhan dan kemajuan bersama, serta tidak pesimisme dan keraguan.

Metafora baru ini merupakan pernyataan Cak Imin yang menyampaikan pesan ekstrem, yakni jika tidak ada NU bisa jadi bangsa Indonesia sudah terpecah belah menjadi beberapa negara. Indonesia tidak bisa merdeka dan bersatu dalam kesatuan NKRI seperti saat ini. Masing-masing pulau menjadi negara yang memiliki tujuan dan capaiannya sendiri. NU memiliki peran besar dalam memerdekakan bangsa ini karena banyak tokoh-tokoh pejuang nasional merupakan pendiri, pimpinan, dan anggota NU. NU tidak bisa dipisahkan dari kemerdekaan bangsa Indonesia karena berperan menyatukan seluruh masyarakat dalam mewujudkan bangsa Indonesia yang merdeka dan maju.

Ungkapan kedua metafora baru di atas merupakan ujaran Prabowo, mantan Danjen Kopassus, di hadapan pendukungnya saat orasi di kampanye akbarnya. Prabowo mengatakan bahwa kekayaan sumber daya alam Indonesia telah dirampok oleh rakyatnya sendiri. Ujaran Prabowo ini menjelaskan bahwa kekayaan dan semua potensi SDA Indonesia telah dicuri oleh orang-orang kaya tertentu di negara Indonesia atau orang kaya yang dekat dengan istana, dan kekayaan tersebut disimpan dan dibelanjakan ke luar negeri. Kekayaan bumi Indonesia tersebut tidak bisa dinikmati oleh pemerintah dan rakyat Indonesia karena disimpan serta dibelanjakan ke luar negeri.

Kekayaan Indonesia telah dicuri secara paksa, diam-diam hasil buminya disimpan dan dibelanjakan ke luar negeri.

Seharusnya, sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 ayat 3, "Bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat". Kekayaan alam Indonesia milik negara dan hasil dari pengembangan kekayaan alam ini digunakan untuk kemaslahatan rakyat, bukan untuk memperkaya oknum tertentu dan kekayaannya disimpan atau belanjakan di luar negeri.

Begitu juga ungkapan metafora baru berikut ini.

- a. Jangan sampai ada kita lakukan *politik menakut-nakuti*, ada yang pesimis, *negara sedang sakit*, *Ibu Pertiwi sedang diperkosa*.
- b. BPN Prabowo Subianto-Sandiaga Uno menepis tuduhan TKN Jokowi-Ma'ruf soal ucapan Prabowo tentang *Indonesia sedang berdarah-darah*.

Ungkapan metafora baru ini bermakna Jokowi berujar kepada khalayak publik agar kita jangan melakukan gerakan-gerakan yang menakuti rakyat. Pesannya bertujuan menakut-nakuti kita semua dan cenderung pesimis akan terjadi tsunami ekonomi, Indonesia akan runtuh, bumi pertiwi sedang diperkosa, dan lain sebagainya. Jokowi menegaskan kepada publik agar kita sebagai warga negara memiliki optimisme dan semangat membangun, bukan menjatuhkan wibawa dan semangat semua elemen bangsa untuk terus bangkit dan maju. Fenomena politik yang terjadi ini mendorong lahirnya metafora baru, yaitu "jangan sampai ada kita lakukan politik nakut-nakuti, ada yang pesimis, dan jangan suka marah-marah," ujar Jokowi".

Metafora baru ini merupakan ujaran capres Prabowo Subianto dihadapan para pendukungnya saat kampanye akbar. Saudara-saudara semua yang hadir di kampanye ini, negara kita Indonesia saat ini sedang tidak sehat, bangsa kita sedang diperkosa. Ungkapan Prabowo ini ingin menegaskan bahwa bangsa Indonesia sedang ada masalah, tidak stabil ekonominya, utang terus meningkatkan, kekayaan alam dicuri dan di bawa ke luar negeri, serta anggaran negara banyak di korupsi. Beberapa masalah yang dihadapi bangsa

kita ini menegaskan bahwa negara kita sedang sakit. Kekayaan alam bangsa kita banyak dicuri oleh rakyatnya sendiri, tetapi tidak memiliki rasa cinta kepada tanah air karena kekayaannya disimpan dan dibelanjakan ke luar negeri. Anggaran APBN pemerintah di berbagai sektor juga banyak yang korupsi sehingga tidak bisa dinikmati oleh rakyatnya sendiri. Banyak pejabat yang menggunakan APBN tersebut untuk memperkaya diri sendiri atau kelompoknya, tanpa mempertimbangkan kemaslahatan masyarakat luas. Hal ini yang dimaksudkan Prabowo bahwa bangsa Indonesia sedang diperkosa oleh bangsanya sendiri.

Ungkapan metafora baru ini memiliki makna tim sukses Prabowo-Sandi membantah tudingan tim sukses Jokowi-Amin tentang pernyataan Prabowo bahwa Indonesia sedang berdarah-darah. Pernyataan Prabowo ini menjelaskan bahwa bangsa Indonesia telah kalah perang dengan rakyatnya sendiri. Bangsa kita sedang ditusuk-tusuk dan dicabik-cabik oleh orang-orang kaya atau orang yang dekat dengan istana sehingga kepala pemerintahan, yakni presiden, tidak bisa berbuat banyak karena yang menusuk dan mencabik bangsa Indonesia justru rakyatnya sendiri. Orang-orang kaya dan dekat dengan istana tersebut telah mendesain dan memengaruhi presiden agar mendukung serta memuluskan niat jahat mereka dalam mengambil kekayaan alam Indonesia dan korupsi anggaran pemerintah.

Data metafora baru tersebut merupakan sesuatu hal yang telah hadir dalam realitas kehidupan sosial pada saat itu berdasarkan pengalaman sensori dan persepsi masyarakat luas terhadap konten dan konteks yang masih baru. Sesuai dengan pendapat Siregar (2014), yakni metafora baru berkaitan dengan kejekan pesan metafora dengan realitas yang ada di masyarakat. Pengalaman tersebut berkaitan dengan sosio-politik dan historis bangsa Indonesia. Realitas sosio-politik saat itu diramalkan dengan berbagai analisis komentar Prabowo, *"Indonesia bisa bubar dan punah, Indonesia sudah pecah berantakan, Indonesia telah dirampok, Ibu Pertiwi sedang dirampok dan diperkosa, negara kita sedang sakit, dan Indonesia sedang berdarah-darah."* Narasi dari Prabowo ini menjadi

viral dan jadi materi perbincangan masyarakat umum serta jadi bahan pemberitaan dan konten media sosial. Bahkan, jadi tema yang menarik untuk dikaji secara ilmiah di kampus dan menjadi tema perang antarkedua kubu 01 dan 02.

Metafora baru ini secara historis merupakan pengembangan berdasarkan pengalaman sejarah kemerdekaan Indonesia. Bangsa Indonesia pernah dijajah oleh Belanda dan Jepang. Di masa penjajahan, kekayaan Indonesia tidak bisa dinikmati oleh bangsa sendiri. Semua hasil bumi diolah di negeri sendiri, dengan pekerja rakyat sendiri, dipaksa untuk bekerja secara rodi. Namun, hasilnya dinikmati oleh penjajah dan dikirimkan ke Belanda serta Jepang. Sementara bangsa Indonesia tidak memiliki kuasa, rakyat Indonesia semakin miskin dan menderita kelaparan. Gambaran ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Prabowo, dalam ujaran metafora "*bangsa Indonesia sedang diperkosa, Indonesia sedang dirampok, Indonesia sedang sakit, Indonesia sedang berdarah-darah, dan Indonesia sudah berantakan.*" Jika tidak ada pergerakan melawan penjajah, bangsa Indonesia tidak bersatu dan berjuang bersama, maka bangsa Indonesia saat itu bisa bubar, punah, dan berantakan. Tidak lagi menjadi bangsa yang merdeka dan berdaulat. Gambaran realitas bangsa saat penjajahan sama dengan kondisi saat pilpres yang diindikasikan bahwa kekayaan Indonesia yang luar biasa tersebut tidak bisa dinikmati oleh bangsanya sendiri. Kekayaan bangsa Indonesia hanya dinikmati oleh orang-orang tertentu, hartanya disimpan serta dibelanjakan ke luar negeri, serta anggaran negara banyak yang dikorupsi. Pengalaman dan realitas sosio-politik ini yang mendasari munculnya metafora baru tersebut.

Metafora baru di atas hadir juga berdasarkan pengalaman sensori dan persepsi masyarakat terhadap konten dan konteks hal yang baru. Realita politik saat itu sedang diramalkan dengan pernyataan Prabowo yang mengatakan bahwa Indonesia bisa bubar, punah, tenggelam, dan tidak bisa maju jika negara ini tidak dikelola secara profesional. Sebagai jawaban dan bantahan tersebut, Jokowi mengungkapkan jangan melakukan politik menakut-nakuti, membangun

bangsa tidak boleh pesimis, kita harus optimis bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia akan maju.

Metafora baru ini secara historis merupakan pengembangan berdasarkan pengalaman sejarah politik di Indonesia. Di masa Orde Lama, partai pemerintah Golkar salah satu strategi kampanyenya adalah menakut-nakuti rakyat agar tetap memilih Golkar dalam setiap pemilu. Semua lapisan masyarakat secara perlahan-lahan dipaksa untuk memilih Golkar, terutama orang-orang di pemerintahan, PNS, dan tidak ada pergerakan perlawanan yang dilakukan rakyat. Golkar saat itu menerapkan politik menakut-nakuti rakyat agar tidak memilih partai lain jika ingin hidup sejahtera dan bangsa Indonesia maju. Realitas ini yang mendorong munculnya metafora baru “Jangan sampai ada kita lakukan *politik menakut-nakuti*, ada yang pesimis, jangan ada yang suka marah-marah betul,” ujar Jokowi”.

D. Metafora Baru Berdasarkan Pendekatan Dekonstruksionisme

1. Metafora Baru Ranah Perang

Berikut ungkapan metafora baru dan analisisnya dalam wacana politik pilpres dalam ranah perang.

- a. Hoaks ini berkembang menjadi sebuah *alat perang* dalam konteks psikologi media sosial.
- b. Media sosial telah dipersenjatai oleh “*pasukan daring*” (*online armies*) atau “*pasukan siber*” (*cyber troopers*).

Ujaran metafora baru ini memiliki makna berita bohong atau hoaks di masa kampanye pilpres 2019 dan 2024 telah berkembang serta dijadikan sebagai alat perang untuk melawan musuh dalam meraih kemenangan. Konten-konten hoaks semakin banyak diproduksi, bahkan diisukan sudah ada perusahaan yang khusus memproduksi hoaks sebagai upaya meningkatkan popularitas dan menjatuhkan citra lawan politik. Didasari semakin panasnya situasi politik dan

kuatnya dorongan untuk perang urat saraf, maka hoaks semakin dirancang untuk strategi kampanye dalam menjatuhkan lawan.

Para tim pemenang ketiga kubu telah menjadikan hoaks sebagai bagian dari alat perang. Hoaks harus dilawan dengan hoaks, berita benar dan salah tetap dilawan dengan hoaks, pilpres 2019 ini seperti tidak dapat dipisahkan dari hoaks. Hoaks telah merasuk dalam semua dimensi kehidupan manusia yang diarahkan untuk memengaruhi dan mengacaukan hati serta pikiran pemilih.

Media sosial telah dijadikan sebagai sarana wajib dalam kegiatan kampanye pilpres. Tim sukses kedua kubu harus membentuk tim khusus yang bertugas mendesain strategi kampanye di media sosial. Semua informasi benar terkait dengan pasangan capres dan cawapres harus ada dijelaskan melalui media sosial. Harus ada tim khusus yang bertugas menjawab semua berita-berita hoaks. Tim khusus ini juga harus mampu mengubah *mindset* masyarakat pemilih dari tidak dukung menjadi mendukung, sampai berkomitmen untuk memiliki.

Salah satu pendorong TS dari masing-masing kubu untuk memaksimalkan kampanye melalui media sosial, karena diketahui bahwa jumlah pemilih pemula yang belum menentukan pilihan itu ternyata besar. Mereka ini adalah kaum milenial yang kesehariannya ada di media sosial. Dalam memaksimalkan usaha untuk menang, harus merancang strategi kampanye melalui media sosial. Tim pemenang kedua kubu 01 dan 02, harus jadikan media sosial sebagai media kampanye wajib. Tim khusus yang ditugaskan untuk merancang, mendesain, dan memublikasikan strategi kampanye melalui media sosial harus dipersenjatai serta diberikan sarana pendukung yang lengkap dan fasilitas yang nyaman agar dapat bekerja secara maksimal dan dapat mengantarkan pasangan capres meraih kemenangan.

Data tersebut merupakan metafora baru berdasarkan keajekan pesan metafora dengan realitas politik kekinian di masyarakat atau metafora situasional. Pesan yang disampaikan dalam metafora baru tersebut berasal dari konten yang sedang hangat di perbincangkan oleh publik. Hal ini sejalan dengan pendapat Siregar (2014) bahwa

metafora baru dapat dianalisis berdasarkan keajekan konseptual pesan metafora berdasarkan realitas kekinian di masyarakat. Saat itu, konten hoaks sudah berkembang dijadikan alat perang dalam kampanye pilpres. Media sosial sudah dijadikan media aktual dalam menyusun berbagai strategi kampanye sehingga kedua tim pemenang membentuk tim khusus yang dipersenjatai sarana pendukung secara lengkap agar dapat mendukung kemenangan.

Metafora baru di atas sesuai pendapat Lakoff dan Johnson (1980a), manusia menggunakan metafora didasari mencari apa yang dianggapnya paling tepat dalam mengungkapkan pikiran. Kedua konten yang diungkapkan dalam metafora baru tersebut saat itu menjadi topik hangat dikonstruksi menjadi berbagai variasi bahasa di ruang publik. Pengelolaan media sosial dan konten hoaks marak digunakan sebagai sarana dalam mendukung keberhasilan mencapai kesuksesan berpolitik.

2. Metafora Baru Ranah Agama

Berikut ujaran metafora baru dan analisisnya dalam wacana politik pilpres dalam ranah agama.

- a. Anis mengatakan, istilah "*sedekah putih*" menimbulkan pemahaman yang membingungkan masyarakat.
- b. Muhaimin mempertanyakan tentang *sedekah putih* untuk mengatasi gizi buruk yang berada di dalam program unggulan Tim PG.

Ujaran metafora baru ini merupakan ungkapan Anis dan Muhaimin yang mempertanyakan tentang "*sedekah putih*" untuk mengatasi gizi buruk yang ada dalam program unggulan Tim PG. AMIN mengkritisi tentang "*sedekah putih*" dalam program unggulan Tim PG. Makna "*sedekah putih*" yang dimaksudkan Tim PG adalah untuk menyahuti kemauan sebagian pendukung dan simpatisan PG yang ingin memberikan sumbangan suka rela untuk menambah dana kampanye. Hampir di semua daerah dalam kegiatan kampanyenya, banyak dorongan masyarakat yang hadir untuk mengumpulkan infak dan sedekah untuk membantu biaya pemenangan. "*Sedekah putih*"

tersebut bermakna penggalangan sumbangan suka rela tanpa paksaan sebagai upaya mendukung gerakan kampanye PG yang tidak bisa mengimbangi pendanaan capres Gofud.

Korelasi ujaran metafora baru ini muncul sesuai dengan realitas sosial politik yang terjadi di masyarakat pada pilpres 2019 yang lalu. Metafora baru ini muncul setelah viralnya puisi yang dibacakan Neno Warisman di acara munajat 212. Isi puisi tersebut langsung menjadi konten publik menjadi ragam bahasa yang inovatif. Begitu juga dengan ujaran keduanya, diksi "*sedekah putih*" menjadi konten yang banyak diperbincangkan oleh masyarakat.

Kedua konten yang baru ini memengaruhi proses berpikir manusia melalui penggunaan bahasa dengan mencari apa yang dianggap paling sesuai dalam mengungkapkan pikiran. Sesuai dengan pendapat Lakoff dan Johnson (1980a) yang menyatakan dalam penggunaan bahasa, manusia mencari apa yang paling tepat dan sesuai dalam mengungkapkan pikiran. Penggunaan bahasa bagi manusia merupakan hasil proses berpikir yang dipengaruhi oleh konteks realitas sosial yang terjadi. Dengan demikian, metafora baru tersebut muncul didorong oleh konten-konten baru berdasarkan realitas sosial politik yang melingkupi dalam mengungkapkan pikirannya.

3. Metafora Baru Ranah Mistis/Gaib

Berikut ujaran metafora baru dan analisisnya dalam wacana politik pilpres dalam ranah mistis/gaib.

- a. Hidayat Nur Wahid mengatakan bahwa pidato kebangsaan oleh capres Prabowo membantah soal *politik genderuwo*.
- b. "Yang bahaya kan *genderuwo politik*, karena menggunakan kekuasaannya untuk memfitnah, itu yang bahaya," kata Hastu.
- c. "Menyebarkan fitnah adanya *pemilu siluman*, baik WNA memilih atau mendramatisasi penemuan e-KTP bekas," kata Ace.
- d. Kita tidak menanggapi apa yang disampaikan oleh Pak Amien yang membajak istilah Pak Jokowi tentang *politik sontoloyo dan politik genderuwo*.

Data metafora baru di atas merupakan pernyataan Hidayat Nur Wahib yang mengatakan bahwa pidato kebangsaan yang disampaikan oleh capres Prabowo Subianto membantah soal tuduhan "*politik genderuwo*" yang sering diembuskan oleh pihak lain kepada pasangannya. Begitu juga pernyataan Hasto yang mengatakan bahaya "*politik genderuwo*" karena menggunakan kekuasaan untuk memfitnah. "*Politik genderuwo*" berasal dari mitos Jawa tentang sejenis jin atau makhluk halus yang berwujud manusia yang mirip kera, bertubuh besar, dan kekar dengan warna kulit hitam kemerahan, serta seluruh badannya ditumbuhi rambut yang lebat. "*Politik genderuwo*" merupakan politik yang menakut-nakuti, yang menggambarkan perilaku berpolitik yang tidak beretika, tidak berdasarkan norma-norma baik yang ada di masyarakat, dan politik yang menebar ketakutan serta kekhawatiran bagi masyarakat.

"*Politik sontoloyo*" merupakan perilaku politisi yang melakukan proses kampanye dengan cara tidak sehat dan melanggar etika/norma masyarakat untuk mencapai tujuan. Segala jurus dikeluarkan untuk mendapat simpati pemilih, tetapi sering menyerang lawan politik dengan cara yang tidak bermoral, serta tidak menjunjung tinggi norma-norma dan tata krama. Masih banyak politikus yang mengadu masyarakat dengan jalan memecah belah dengan melakukan politik kebencian, serta melakukan politik SARA, adu domba, mencari-cari kesalahan lawan, dan memfitnah, itulah pola-pola "*politik sontoloyo*".

Penggunaan narasi "*pemilu siluman*", "*politik genderuwo*", dan "*politik sontoloyo*" menjadi viral di berbagai media massa, media sosial, dan perbincangan lisan antarmasyarakat. Realitas sosial politik di masyarakat terdorong menghasilkan variasi bentuk bahasa dengan menggunakan narasi metafora baru tersebut. Metafora baru yang muncul sesuai dengan realitas sosial yang ada di masyarakat. Metafora baru ini didasarkan realitas sosial yang terjadi di masyarakat, yakni berkembangnya pesan-pesan politik yang menakut-nakuti rakyat.

Banyak perilaku politisi yang menggunakan cara-cara tidak bermoral, menghalalkan segala cara dengan memfitnah dan kebohongan, serta melakukan politik SARA dan adu domba. Pesan-pesan dan perilaku

politik tersebut disebar melalui berbagai media dengan tujuan dapat mencapai kemenangan. Metafora baru di atas merupakan ajek dan sebagai modus berpikir dengan realitas sosial yang melingkupi proses berpikir manusia dalam berkomunikasi. Sesuai dengan pendapat Novitz (1985:101) yang menyatakan metafora terdapat di mana-mana dan dianggap sebagai modus berpikir.

Ujaran metafora baru "*politik sontoloyo*" merupakan perilaku politisi yang melakukan proses kampanye dengan cara tidak sehat dan melanggar etika/norma masyarakat untuk mencapai tujuan. Segala jurus dikeluarkan untuk mendapat simpati pemilih, tetapi sering menyerang lawan politik dengan cara yang tidak bermoral, serta tidak menjunjung tinggi norma-norma dan tata krama. Masih banyak politikus yang mengadu masyarakat dengan jalan memecah belah dengan melakukan politik kebencian, serta melakukan politik SARA, adu domba, mencari-cari kesalahan lawan dan memfitnah, itulah pola-pola "*politik sontoloyo*".

Penggunaan narasi "*pemilu siluman*", "*politik genderuwo*", dan "*politik sontoloyo*" menjadi viral di berbagai media massa, media sosial, dan perbincangan lisan antarmasyarakat. Realitas sosial politik di masyarakat terdorong menghasilkan variasi bentuk bahasa dengan menggunakan narasi metafora baru tersebut. Metafora baru yang muncul sesuai dengan realitas sosial yang ada di masyarakat. Metafora baru ini didasarkan realitas sosial yang terjadi di masyarakat, yakni berkembangnya pesan-pesan politik yang menakut-nakuti rakyat. Banyak perilaku politisi yang menggunakan cara-cara tidak bermoral, menghalalkan segala cara dengan memfitnah dan kebohongan, serta melakukan politik SARA dan adu domba. Pesan-pesan dan perilaku politik tersebut disebar melalui berbagai media dengan tujuan dapat mencapai kemenangan. Metafora baru di atas sebagai modus berpikir dengan realitas sosial yang melingkupi proses berpikir manusia dalam berkomunikasi antarmanusia. Sesuai dengan pendapat Novitz (1985:101) yang menyatakan bahwa metafora terdapat di mana-mana dan dianggap sebagai modus berpikir.

4. Metafora Baru Ranah Fenomena

Berikut ujaran metafora baru dan analisisnya dalam wacana politik pilpres dalam ranah fenomena.

- a. Rasa sayang dan cinta kepada Jokowi terus tumbuh dan membesar karena *kobaran api fitnah* serta ujaran kebencian yang menjadi-jadi.
- b. Di Indonesia, kampanye hitam yang didasarkan pada kebohongan dan fitnah makin banyak dihasilkan dan menyebar secara daring (*online*), sebagaimana ditunjukkan oleh *pabrik hoaks* yang bertebaran pada tahun politik ini.
- c. Wapres meminta seluruh alumnus PTN menjaga independensi *politik almamater* tempat mereka menempuh pendidikan tinggi supaya tidak berdampak buruk pada kegiatan akademis di kampus tersebut.
- d. Ia mengatakan, konsultan asing telah merekomendasikan, untuk berupaya untuk *menyemburkan fitnah dan kebohongan* secara terus-menerus.
- e. Itu puisi, itukan sudah saya (jelaskan), *saya kemarin di Jakarta bicara ini puisi biadab* jelasnya.

Ujaran metafora baru di atas muncul berdasarkan konteks realitas sosial yang ada dan didukung dengan konten yang sedang banyak diperbincangkan. Konteks dan konten ini yang memengaruhi pola pikir dan persepsi manusia dalam memunculkan metafora baru. Apa yang terjadi dalam realitas sosial di masyarakat dan objek materi yang sedang dibahas akan ikut memengaruhi proses berpikir manusia dalam berkomunikasi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Cameron (2008:202), manusia menggunakan bahasa mencari apa yang dianggapnya paling sesuai dalam mengungkapkan pikirannya. Metafora baru akan keluar secara sengaja dan sadar karena sudah terkonstruksi dalam akan manusia.

Realitas sosial politik yang terjadi adalah berbagai kegiatan politik yang dilakukan oleh tim sukses capres dan pendukung dengan menggunakan media sosial sebagai media penting dalam strategi

kampanye. Realitas media sosial dijadikan sebagai sarana perang dalam menyebarkan fitnah dan kebohongan untuk merusak pola pikir pemilih. Kemudian, semburan fitnah dan kebohongan di media sosial tersebut menjadi konten yang terus diperbincangkan oleh masyarakat. Hampir di semua realitas sosial, seperti media sosial, media massa, dan komunitas-komunitas masyarakat, membicarakan konten fitnah dan kebohongan. Kedua konteks dan konten ini yang telah menstimulasi proses berpikir manusia dalam memunculkan metafora baru di atas.

Metafora baru ini merupakan ujaran yang menjelaskan konsultan asing telah merekomendasikan untuk terus-menerus menyerang lawan melalui sebaran berbagai konten fitnah dan kebohongan. Masukan konsultan asing ini menyarankan agar tim sukses capres terus memproduksi banyak konten hoaks dan fitnah yang setiap saat terus disebar melalui media sosial. Sebaran fitnah dan kebohongan yang terus disemburkan, bertujuan untuk memengaruhi pemilih agar semakin menguatkan komitmen, atau berhasil mengubah pendirian para pemilih.

Ujaran metafora baru di atas memiliki makna bahwa banyak rakyat Indonesia semakin memiliki rasa sayang dan cinta kepada Jokowi yang terus tumbuh serta membesar diakibatkan semakin banyaknya hoaks, fitnah, dan ujaran kebencian kepada Jokowi. Konten-konten di media sosial dan berbagai pemberitaan media massa diasumsikan publik sebagai hoaks dan fitnah kepada Jokowi. Metafora baru di atas merupakan ujaran yang menyatakan bahwa di Indonesia, kampanye hitam yang didasarkan pada fitnah dan kebohongan semakin banyak dihasilkan serta disebar secara *online*. Hal ini dikuatkan dengan ditemukannya pabrik hoaks Saracen yang diisukan setiap harinya memproduksi hoaks untuk disebar di media sosial. Berbagai konten hoaks dan fitnah yang disebar melalui media sosial dijadikan sarana kampanye hitam untuk menjatuhkan citra capres dan politik pengusul. Konten fitnah dan hoaks yang disebar tersebut bertujuan untuk menunjang keberhasilan harapan politik untuk menang melalui memengaruhi proses berpikir para pemilih.

Ujaran metafora baru ini merupakan pernyataan wapres, beliau meminta agar seluruh alumnus PTN dapat menjaga netralitas dan independensi dengan menggunakan nama kampus di mana mereka dahulu menempuh pendidikan tinggi. Independensi ini diharapkan agar tidak berdampak buruk pada kegiatan akademis di kampus. Ujaran Jusuf ini diharapkan agar kegiatan dukung-mendukung dan kampanye capres tidak dihubung-hubungkan dengan almamater kampus. Kurang bijak orang yang melakukannya karena kampus itu adalah fasilitas umum yang harus dijaga marwahnya. Jika tidak, akan dikhawatirkan mengganggu sistem akademik di kampus dan mengganggu pola pikir mahasiswa yang sedang aktif belajar.

Realitas politik yang terjadi saat itu adalah adanya gelombang pergerakan sejumlah komunitas atau kelompok kemasyarakatan yang melakukan kegiatan dukung mendukung para capres dan cawapres. Beberapa komunitas masyarakat yang menyatakan mendukung Jokowi atau mendukung Prabowo dengan mengatasnamakan almamaternya masing-masing, baik kampus PTN atau PTS. Sebagai contoh, komunitas alumni UI mendukung Jokowi dan komunitas lain alumni UI lainnya mendukung Prabowo. Begitu juga dengan alumni PTN dan PTS yang para alumninya juga melakukan gerakan kampanye yang sama. Realitas politik ini yang mendasari proses berpikinya manusia dalam memunculkan metafora baru.

Metafora baru "*bicara isi puisi biadab*" bermakna isi puisi yang dibacakan Neno tidak didasari tata nilai di masyarakat, tidak tahu adab (sopan santun), kurang ajar, dan kejam. Karya sastra puisi seharusnya menjunjung tinggi tata nilai yang dianut oleh masyarakat. Makna puisi yang dibacakan Neno ditujukan untuk memaksa Tuhan dan semua pemilih untuk memilih Prabowo, "Jika tidak Engkau menangkan, kami khawatir tidak akan ada lagi umat yang menyembah-Mu". Metafora baru ungkapan Ma'ruf didasari realitas yang memengaruhi pola pikir. Metafora baru muncul didasari cara berpikir tentang sesuatu hal yang baru tentang realitas sosial.

Sesuai dengan pendapat Lakoff dan Johnson (1980a) bahwa metafora baru memiliki kekuatan yang memengaruhi cara berpikir

untuk mengatasi kenyataan. Manusia menggunakan metafora dalam mengungkapkan pikirannya dengan mencari apa yang dianggap paling sesuai dengan realitas yang ada. Metafora "*bicara isi puisi biadab*" merupakan konten baru yang sedang hangat dibicarakan oleh publik. Dengan demikian, konten ini memengaruhi pola pikir Ma'ruf dalam memunculkan metafora tersebut dalam mengungkapkan pendapatnya kepada media massa.

Metafora baru di atas merupakan penjelasan cawapres Ma'ruf bahwa puisi yang dibacakan oleh Neno Warisman saat acara Munajat 212 di GBK itu adalah puisi biadab. Konten puisi tersebut tidak layak dibacakan untuk menggambarkan proses pilpres 2019 ini. Semua rakyat Indonesia bisa melihat dan mengecek bahwa semua tahapan pilpres telah berjalan sesuai aturan serta rencana KPU, dan tidak ada pelanggaran yang tidak sesuai dengan undang-undang dan peraturan KPU. Jadi, tidak bijak jika puisi yang dibacakan tersebut bertujuan untuk memaksa Tuhan agar Prabowo-Sandi dimenangkan, jika tidak, dikhawatirkan tidak akan ada lagi umat yang menyembah Tuhan. Berikanlah kami pemimpin yang jujur, adil, dan takut ajab-Mu dan pemimpin yang selalu mendekati diri kepada-Mu. Seolah-olah lawan politik Prabowo-Sandi adalah orang yang tidak jujur, tidak adil, tidak takut kepada azab Tuhan dan jauh dari Tuhan. Asumsi-asumsi makna puisi inilah yang dikhawatirkan oleh Ma'ruf Amin, bernilai biadab dan tidak pantas disampaikan kepada Tuhan dihadapan banyak massa karena dapat dipersepsikan tidak baik oleh masyarakat.

Metafora baru "*bicara isi puisi biadab*" muncul setelah viralnya puisi yang dibacakan Neno Warisman di acara munajat 212. Isi puisi yang dibacakan tersebut langsung menjadi konten publik menjadi ragam bahasa yang inovatif dan menjadi konten yang banyak diperbincangkan oleh masyarakat. Konten yang baru ini memengaruhi proses berpikir manusia melalui penggunaan bahasa dengan mencari apa yang dianggap paling sesuai dalam mengungkapkan pikiran. Sesuai dengan pendapat Lakoff dan Johnson (1980a) yang menyatakan dalam penggunaan bahasa, manusia mencari apa yang paling tepat dan sesuai dalam mengungkapkan pikiran. Penggunaan bahasa bagi

manusia merupakan hasil proses berpikir yang dipengaruhi oleh konteks realitas sosial yang terjadi. Dengan demikian, metafora baru di atas muncul didorong oleh konten-konten baru berdasarkan realitas sosial politik yang melingkupi dalam mengungkapkan pikirannya.

BAB 7

PEMAKAIAN METAFORA DALAM WACANA POLITIK

A. Pengantar

Pemakaian metafora dalam wacana politik dalam bab ini mengungkapkan ujaran metafora dan analisisnya berdasarkan manfaat pemakaian metafora dalam wacana politik. Pemakaian metafora dalam wacana politik memiliki manfaat dalam menghidupkan bahasa sehingga dapat menggugah pembaca untuk memaknai pesan dalam wacana secara keseluruhan. Teori yang digunakan dalam menganalisis pemakaian metafora berdasarkan konsep Murdika (2016) dan Leech (2003).

B. Pemakaian Metafora dalam Wacana Politik

Pemakaian ujaran metafora dalam wacana politik pilpres didasarkan pada pemakaian bahasa menurut Leech (2003), yaitu informasi, ekspresif, direktif, dan fatik. Hal ini sesuai dengan pendapat Murdika (2006) tentang pemakaian metafora dalam wacana dapat dibagi menjadi beberapa hal, yaitu metafora digunakan sebagai alat

retorika elite politik, mengkritik, menyindir, dan puitik. Sejalan dengan pendapat Leech (2003), manfaat pemakaian metafora juga ada dalam beberapa hal, yaitu metafora digunakan sebagai penyederhanaan, mengonkretkan konsep yang abstrak, dan mendramatisasi situasi. Analisis pemakaian metafora dalam wacana politik pilpres mengacu pada Murdika (2016), yakni penyederhanaan, konkretisasi konsep yang abstrak, mendramatisasi situasi, alat retorika politik, mengkritik, menyindir, dan puitik. Meskipun demikian, pada dasarnya beberapa manfaat pemakaian metafora memiliki keterkaitan satu sama lain. Pemakaian metafora tersebut tidak dapat dilekatkan secara parsial karena satu metafora berkemungkinan untuk memiliki lebih dari satu manfaat. Dalam ranah politik, pernyataan-pernyataan yang dibuat oleh politisi sering kali memiliki makna ganda. Jadi, sangat mungkin apabila pernyataan yang pada awal diklasifikasikan sebagai penyederhanaan ungkapan, ternyata pada sisi lain ditujukan juga untuk mengkritik sekaligus menyindir. Hubungan pemakaian penyederhanaan dan konkretisasi konsep abstrak juga dapat tumpang tindih. Hal ini dikarenakan setiap penyederhanaan diupayakan sebagai penjelas dari konsep-konsep abstrak.

1. Metafora sebagai Penyederhanaan

Berkaitan dengan makna konseptual yang ditemukan dalam wacana politik pilpres, pemakaian ujaran metafora yang pertama adalah untuk penyederhanaan ungkapan. Penyederhanaan yang dimaksud di sini adalah metafora digunakan untuk menyederhanakan hal yang sulit dipahami. Hal ini sesuai dengan pendapat Trckova (2011) yang menyatakan bahwa sebagai alat kognitif, metafora membantu orang untuk memahami fenomena yang kompleks, hal itu untuk menyederhanakan realitas (2011: 146). Contoh ujaran metafora yang digunakan sebagai penyederhanaan adalah sebagai berikut.

- a. Kalau bisa putuskan di lapangan karena kondisinya harus diputuskan cepat, *ini putusan politik yang kadang-kadang harus tegas, nabrak*, dan menyelesaikan itu di lapangan
- b. *Arus bawah sangat kuat* menginginkan program-program terbaik pemerintahan Jokowi-Amin dilanjutkan.

- c. Sehingga kandang Pak Prabowo di Jawa Barat pilpres yang lalu akan bergeser menjadi kandang AMIN.
- d. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) *optimistis Jawa Tengah tetap menjadi kandang banteng* meski persaingan antarpartai untuk memperoleh suara terbanyak pada pemilu 2023 makin ketat.

Nabrak tentu tidak benar-benar dalam pengertian menabrak sesuatu hal. Akan tetapi ada intensi untuk menyederhanakan konsep ketatanegaraan yang rumit. Hal ini berkaitan dengan aturan-aturan yang tidak selalu harus diterapkan secara kaku. Begitu juga maksud dari metafora *kandang banteng*. Secara politik referensial, banteng identik dengan PDIP, karena gambar banteng adalah simbol dari partai yang diketuai Megawati Soekarnoputri tersebut. Dengan begitu, kandang banteng memberi pengertian bahwa wilayah tersebut merupakan wilayah potensial menang secara elektabilitas bagi PDIP. Jawa Tengah adalah basis elektoral bagi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan sehingga diibaratkan sebagai kandang atau markas. Sementara itu, metafora *kandang Prabowo di Jabar saat pilpres 2019 harus bergeser menjadi kandang AMIN*, menyederhanakan proses dan kegiatan yang dilakukan capres 02 menguatkan komitmen untuk meraih kemenangan. Padahal, kubu 01 juga terus berusaha dan yakin bisa merebut suara mayoritas di Jabar. Metafora "*arus bawah sangat kuat*" juga menyederhanakan berbagai upaya dan animo di masyarakat pedesaan untuk memenangkan pasangan capres tertentu.

Ujaran metafora lainnya yang sesuai dengan ujaran di atas, yakni:

- a. Targetkan menang 60 persen, *PKS klaim Jabar masih kandang kita*.
- b. *Juga tidak menabrak akal sehat dan rasionalitas* yang menjadi kekuatan partai kita.
- c. Ada mekanisme hukum yang harus kita tempuh, *saya justru nabrak kan nggak bisa*.
- d. "*Apalagi lompat haluan, jadi kita tetap setia pada NKRI, setia pada Pancasila,*" pungkas Yuyun.

Ujaran metafora "Jawa Barat dikatakan sebagai *kandang AMIN*", karena secara historis Jabar adalah basis PKS yang militan dan pilpres tahun lalu Prabowo menang di Jabar. Jabar menjadi daerah yang diperebutkan oleh kedua capres. Hal ini dimungkinkan untuk menyederhanakan konsep yang rumit dalam ranah politis. Begitu juga data metafora "*tidak menabrak akan sehat dan rasionalitas*", "*saya justru nabrak nggak bisa*", dan "*apalagi lompat haluan*". Ketiga metafora ini juga menyederhanakan suatu hal yang abstrak, seperti tidak menabrak aturan/regulasi dan kebijakan yang telah disahkan oleh pemerintah. Beberapa pejabat pemerintah di Sumut juga berujar bahwa sebagai warga negara yang baik, kita harus mengikuti keputusan pemerintah. Selanjutnya, metafora "*apalagi ini situasi yang baik*" juga menyederhanakan konteks waktu yang melingkupi kehidupan sosial politik.

Metafora politik "*kebocoran anggaran*" menjadi salah satu metafora yang khas dalam pilpres 2019. Bahkan muncul begitu banyak tanggapan, baik yang bernada sinis maupun humor terhadap pernyataan Prabowo tersebut. "*Kebocoran anggaran*" tentu merupakan penyederhanaan dari konsep yang lebih rumit tentang kekayaan negara yang diambil oleh pihak lain secara tidak bertanggung jawab. Proses hilangnya kekayaan negara tersebut terjadi melalui penyalahgunaan kekuasaan dan penggelembungan proyek. Hal tersebut tentu bukan proyeknya yang menggelembung, melainkan anggaran yang seharusnya disusun sesuai kebutuhan justru di-*mark-up* atau dinaikkan nominalnya sehingga negara mengalami kerugian finansial. Selain itu, kekayaan Indonesia di bawa ke luar negeri sehingga tidak dinikmati oleh bangsa sendiri, namun untuk bangsa lain.

Contoh ujaran metafora "Capres 02 Prabowo-Gibran menilai Indonesia saat ini seperti orang yang sedang *mengalami pendarahan*", dan "Buntut dari adanya penyalahgunaan kekuasaan dan keuangan negara serta *tingginya biaya politik*". Ujaran metafora ini merupakan bentuk metafora politik khas di Indonesia. Metafora ini berbentuk menyederhanakan apa yang terjadi dalam realitas sosial politik. Padahal, metafora politik tersebut memiliki makna adanya suatu masalah besar yang diungkapkan berdasarkan realitas. Di masyarakat,

bahwa Indonesia sedang mengalami berbagai masalah yang harus segera diselesaikan dan harusnya siapa pun yang terjun ke politik tidak perlu mengeluarkan biaya yang tinggi agar setelah menjabat tidak memanfaatkan jabatannya untuk mengembalikan dana yang sudah ke luar dalam proses pencalonan.

Contoh ujaran metafora lainnya, "Anis mengaku sering diejek oleh sejumlah elit politik karena menyebut berbagai *kebocoran anggaran* terus terjadi". Di balik ujaran tersebut ada makna yang menyederhanakan permasalahan yang terjadi. "*Indonesia mengalami pendarahan*" bermakna banyaknya masalah yang sedang terjadi bagi bangsa, seperti APBN yang tidak dimanfaatkan dengan baik, meningkatnya korupsi, kemiskinan meningkatkan, rakyat sulit mendapatkan pekerjaan, serta anggaran negara yang dibawa dan disimpan ke luar negeri. Data metafora politik di atas memiliki makna menyederhanakan dari realitas sosial masyarakat.

2. Metafora sebagai Mengonkretkan Konsep yang Abstrak

Manfaat konkretisasi konsep abstrak berkorelasi dengan manfaat penyederhanaan. Selain untuk memudahkan memahami hal yang sulit dipahami, metafora dalam wacana politik digunakan untuk mengonkretkan konsep yang abstrak. Manfaat pemakaian ini berkaitan dengan seni gaya bahasa kejelasan. Kejelasan tersebut dapat diukur dari penggunaan perbandingan (Keraf, 2010:114).

Berikut beberapa contoh ujaran metafora politik sebagai mengonkretkan konsep yang abstrak.

- a. Kunjungan Jokowi diharapkan menambah daya tarik dan *mendongkrak* kunjungan wisatawan ke Garut.
- b. Selama menjabat Jokowi sudah meletakkan *pondasi* pembangunan.
- c. "Di Tegal sudah ada bank mikro nelayan dengan bunga tiga persen sehingga saya yakin akan menyeluruh pada nelayan se-Indonesia, hal ini akan menjadi *ujung tombak* kesehatan karena ikan banyak mengandung gizi," kata Erick.

- d. NU masuk pusaran pertarungan yang menysasar eksistensi sebagai peletak *pondasi* “empat pilar kebangsaan” dalam sejarah bangsa ini.

Berdasarkan empat ujaran metafora contoh tersebut, konsep yang abstrak dikonkretisasi untuk menegaskan makna. Kunjungan dan pembangunan merupakan konsep yang abstrak untuk dipahami bagi pendengar atau pembaca. Konsep yang abstrak tersebut kemudian disandingkan dengan konsep konkret, seperti *dongkrak* dan *pondasi*. Berdasarkan hal itu, dapat dipahami bahwa metafora politik di atas dimanfaatkan untuk mengonkretkan konsep abstrak agar mudah dipahami, dalam metafora “*ujung tombak*” juga berlaku serupa.

Demikian juga dengan ujaran metafora berikut

- a. Apabila Prabowo ingin terpilih dalam Pilpres 2024, harus ada terobosan di dalam *mendongkrak suara*.
- b. Megawati menyebut Pancasila seharusnya menjadi haluan dan *pondasi* dalam setiap pengambilan keputusan politik.
- c. Pesantren merupakan *ujung tombak* dari pendidikan Indonesia.

Ujaran metafora ini juga bermakna mengonkretkan suatu konsep yang abstrak. Metafora “*mendongkrak perolehan suara*”, merupakan bentuk abstrak yang memiliki makna berbagai macam. Di balik data metafora ini ada makna pesan yang terjadi, seperti berbagai kegiatan terobosan terbaik dan berbagai upaya inovatif yang telah dilakukan. Banyaknya elemen masyarakat yang mengungkapkan dukungan kepada capres dan berbagai upaya yang telah dilakukan untuk meningkatkan hasil perolehan suara saat pencoblosan. Berbagai inovasi, kegiatan, dan apa yang telah dilakukan untuk meningkatkan perolehan suara, dikonkretkan dengan data metafora “Pancasila seharusnya menjadi *haluan dan pondasi* dalam setiap pengambilan keputusan politik *mendongkrak perolehan suara*”.

Pancasila harus menjadi haluan dan pondasi bagi semua kebijakan pemerintah, termasuk keputusan politik. Pesantren dianggap vital dan berada pada garda terdepan untuk membangun pendidikan

Indonesia. Upaya konkretisasi juga merupakan upaya penyederhanaan konsep yang kompleks agar pembaca memahami konsep tersebut secara lebih mudah.

3. Metafora untuk Mendramatisasi Situasi

Metafora politik dalam media massa memiliki manfaat sosial, yaitu sebagai dramatisasi situasi (Trckova, 2011:147). Metafora digunakan untuk menggambarkan keadaan dan memberikan efek dramatisasi. Dalam dunia politik, dramatisasi menjadi penting sebagai suatu strategi politik untuk menarik minat dan simpati pemilih/rakyat. Contoh ujaran metaforanya adalah sebagai berikut.

- a. Saya jamin partai Gerindra akan melawan korupsi sampai ke akar-akarnya.
- b. Kita akan memenangkan Pilpres 2024 ini sampai tetes darah penghabisan.
- c. Kami bertekad untuk mempertahankan Pancasila sampai titik darah yang terakhir, karena Pancasila adalah ideologi final.

Ujaran metafora "*sampai tetes darah penghabisan*" merupakan dramatisasi untuk memberikan efek dramatis agar pembaca memahami bahwa usaha kemenangan Prabowo-Sandi adalah usaha yang maksimal. Manusia tidak akan hidup tanpa darah mengalir di tubuhnya. Dengan menempatkan metafora sampai titik darah penghabisan, pendukung dan calon pemilih akan yakin terhadap pilihannya.

Dramatisasi menciptakan efek dramatis juga muncul pada pernyataan Prabowo yang mengatakan bahwa dia akan memberantas korupsi sampai ke akar-akarnya. Efek dramatis muncul sebagai usaha untuk meyakinkan calon pemilih kalau Prabowo berkomitmen untuk memberantas korupsi secara serius bahkan sampai pada kasus-kasus besar yang sulit untuk diselesaikan.

Begitu pula dengan ujaran metafora berikut.

- a. Ideologi *Pancasila* tidak boleh diubah, meski *diterpa badai* keras.
- b. Saat menjelang pencoblosan nanti, *drama politik* belum berakhir.

- c. Saat menjelang pencoblosan mungkin akan sedikit meningkat suhu persaingannya.
- d. Pemilu ini bukan bikin *film sinetron*.

Konsep “*drama*” menjadi menonjol dalam setiap pemilu dan selalu penuh dengan trik dan intrik yang bersifat manipulatif, seperti politisi bersandiwara layaknya artis di atas panggung drama. Bahkan, Erick Tohir menyindir lawan politiknya seolah-olah sedang bermain sinetron untuk mendapatkan simpati dari calon pemilihnya.

Prabowo juga menyampaikan akan menggunakan kesempatan di 2024 ini untuk perang melawan korupsi sampai babak baru, dengan membuka kantor KPK di daerah dan menambah penyidikan independen. Prabowo ingin menyakinkan para pemilih, agar bersama-sama ikut memenangkan harapan tersebut agar KPK terus semakin kuat dan korupsi tidak ada lagi di negeri ini. Berikut ujaran metafora yang sesuai, “entah apalagi istilah yang akan diciptakan para politikus untuk mencari simpati dan menyerang pihak lawan demi kekuasaan” serta “Indonesia tidak boleh bubar dan punah, karena NKRI harus kita jaga”. Kedua ujaran tersebut merupakan pernyataan Prabowo yang memberikan penggambaran bahwa negara akan punah jika bukan dia yang menjadi presiden. Metafora ini memberikan efek dramatis terhadap pendengar atau pembaca media. Kepunahan sebuah negara adalah hal yang besar dan krusial. Kepunahan dapat diidentikkan dengan hilangnya spesies binatang tertentu secara keseluruhan dan tidak akan kembali lagi. Hal tersebut sama seperti bahasa daerah yang punah karena penutur aslinya telah tiada, maka bahasa yang punah tersebut tidak akan bisa lagi dikembangkan, bahkan menjadi mati. Hal ini tentu diupayakan sebagai dramatisasi situasi. Dalam beberapa kesempatan, pernyataan tersebut dianggap sebagai usaha untuk menakut-nakuti rakyat.

Ujaran metafora “Hidayat mengatakan jangan terus membantah tentang *politik genderuwo* dan lari dari *politik sontoloyo* yang digembar-gemborkan di masyarakat bawah”. “*Politik genderuwo*” menjadi metafora tersendiri yang khas dalam pilpres. Metafora

tersebut juga memiliki fungsi untuk mendramatisasi situasi. Genderuwo adalah salah satu jenis makhluk halus yang menjadi mitos di wilayah Jawa. Genderuwo ditakuti oleh rakyat karena sosoknya yang menyeramkan. "*Politik genderuwo*" memberikan efek dramatis kepada pembaca bahwa Prabowo menakut-nakuti rakyat demi mendapatkan simpati publik.

Begitu juga metafora "*politik sontoloyo*", diembuskan oleh pihak lain dan Pak Amin yang membajak istilah Jokowi. Ketiga data metafora di atas masih memberi efek dramatis karena menakutkan dan embusan orang lain yang meragukan. "*Politik sontoloyo*" merupakan pola politik yang menggunakan cara-cara tidak sehat, merusak persatuan dan kesatuan bangsa, menyerang tanpa bukti, serta tidak menjunjung tinggi adab dan norma yang ada di masyarakat. "*Politik sontoloyo*" adalah politik pecah belah yang melakukan politik kebencian, SARA, dan adu domba. Seharusnya, yang perlu dilakukan untuk mendapatkan hati pemilih adalah dengan mengedepankan politik gagasan dan adu program konstruktif untuk kemajuan bangsa serta negara.

4. Metafora sebagai Alat Retorika Elit Politisi

Sebagai alat retorika, metafora sering digunakan oleh para elite politik untuk menahan kritik dan menjaga orang-orang di tempat mereka (Ringmar, 2008:57). Sesuai pengertian di atas, retorika memungkinkan politisi untuk menjawab kritik yang disampaikan. Retorika yang dibangun ada kalanya memunculkan metafora-metafora politik yang menarik. KBBI memberikan makna retorika menjadi dua perspektif, yaitu 1) seni berbicara secara efektif serta 2) pidato yang muluk-muluk dan bombastis. Dalam konteks politik, pilpres, dan kampanye, tentu perspektif kedua yang lebih dominan.

Berikut beberapa contoh ujaran metafora politik yang mewakili sebagai alat retorika elite politisi.

- a. Tidak ada yang baru dari paslon 02, hanya dipenuhi retorika, tetapi tetap klise dan miskin gagasan segar.

- b. Jika rakyat memiliki uang yang cukup, maka seluruh roda ekonomi akan berputar.
- c. Kita harus menjadikan Indonesia sebagai rumah yang aman dan nyaman bagi seluruh rakyat Indonesia.
- d. Harusnya para capres dan cawapres tidak hanya perang kata-kata dan silat lidah saja.

Daya beli masyarakat yang kemudian berdampak pada roda ekonomi yang berputar tentu sebatas retorika jika ditinjau dari perspektif rasionalitas bahasa. Perputaran roda ekonomi tidak dapat diselidik hanya dari satu aspek, apalagi aspek yang ditampilkan oleh politisi merupakan aspek yang paling sederhana. Dengan begitu, muncullah retorika sebagai suatu bentuk metafora untuk menjawab pertanyaan bagaimana paslon menjalankan program kerja nyata terkait ekonomi. Ketika pertanyaan itu sulit untuk dijawab, maka retorika tersebut muncul. Hal yang sama juga terjadi pada metafora Indonesia rumah yang aman. Indonesia diibaratkan sebagai rumah. Menyamakan Indonesia dengan rumah memudahkan audien dalam memahami, tetapi secara substansial mengabaikan kompleksitas bangsa dengan segala permasalahannya.

Berikut juga ujaran metafora yang sejenis, yaitu:

- a. Memang paslon 02 miskin gagasan dan berkehendak hanya mengandalkan politik identitas.
- b. Ada paslon yang banyak bicara, muter-muter ke sana kemari, tapi miskin substansi.
- c. Hindarilah kelakuan hitam, bicara tanpa budi pekerti, dan berbagai bentuk racun peradaban yang antikemanusiaan.

Beberapa ujaran metafora ini merupakan bentuk ujaran retorika para politisi dalam mengkritisi apa yang akan dan telah dilakukan oleh lawan politiknya. Retorika "*miskin gagasan*" menjadi bentuk kritikan terhadap paslon 02 yang disampaikan oleh tim paslon 01, karena gagasan dan rancangan yang akan dilakukan jika menang dalam pilpres nanti adalah itu-itu saja, tidak ada hal yang baru, monumental, dan tidak mencontoh program kerja yang sudah dilakukan oleh capres 01.

Data di atas juga merupakan bentuk retorika politisi para tim sukses capres yang bersaing memperebutkan suara rakyat dengan memberikan analisis secara lisan atas apa yang sudah diperbuat dan akan dilakukan oleh para capres setelah menang nanti. Metafora "*banyak bicara*" dan "*muter-muter ke sana kemari, tapi miskin substansi*" merupakan bentuk narasi retorika yang mengkritisi tim capres yang hanya banyak bicara, tentang konsep banyak hal untuk kemajuan negara, namun gagasannya tidak ada yang baru dan inovatif.

Begitu juga metafora "*putih tidak bisa digunakan oleh orang yang berkelakuan hitam*" dan "*bicara tanpa budi pekerti*" merupakan bentuk kritikan retorika bagi capres dan tim sukses yang melakukan kebaikan serta kejujuran pasti akan mendapat penilaian atau respons yang baik oleh masyarakat. Kandidat dan tim sukses yang berbuat baik dalam kegiatan kampanye tentu akan mendapat balasan kebaikan dari masyarakat. Sebaliknya, kelakuan yang tidak baik akan mendapatkan ketidakbaikan. Sama halnya data metafora "*Indonesia rumah yang aman bagi seluruh masyarakat*" juga bentuk retorika politik yang mengkritisi ujaran lawan politiknya. Ujaran metaforis ini mengungkapkan Indonesia ini adalah negara yang aman bagi semua masyarakat.

Ada juga pesan bombastis yang cenderung hanya retorika para politisi, di antaranya sebagai berikut.

- a. Jika Prabowo-Gibran menang, perekonomian Indonesia akan lepas landas menuju Indonesia maju.
- b. Capres 02 saat kampanye dengan pembawaan berapi-api dan bombastis.
- c. Jika kita menang, ekonomi Indonesia harus segera lepas landas dan tidak bergantung pada negara lain.

Ujaran metafora ini merupakan bentuk pernyataan bombastis tersebut tentu bagian dari retorika politik untuk menarik simpati publik. Pernyataan yang cenderung muluk-muluk tanpa adanya langkah konkret memang identik dengan retorika elit politik. Perekonomian yang 'lepas landas' dalam pengertian naik secara pesat,

tidak semata-mata ditentukan oleh terpilihnya seseorang menjadi presiden, tetapi berdasarkan kausalitas yang kompleks. Begitu juga dengan pernyataan Jokowi dan Hasto yang mencitrakan diri sebagai pelindung ideologi Pancasila dan berupaya membumikan Pancasila dalam bernegara. Pernyataan tersebut hanya sebatas retorika, karena kokohnya Pancasila tidak serta merta ditentukan dari ketahanannya dalam menghadapi ideologi lain.

Contoh lain ujaran metafora adalah sebagai berikut.

- a. Mari kita terus berjuang, berpegang teguh menjaga dan *membumikan Pancasila*, UUD 45, NKRI, dan kebinekaan Indonesia.
- b. Ganjar mengajak seluruh kader PDIP untuk terus bergotong royong memperkuat persatuan *dan membumikan Pancasila*.
- c. Indonesia sudah final sebagai negara Pancasila, kita harus berdiri kokoh agar *ideologi kegelapan tidak hidup* di Indonesia.

Ujaran ini jika dianalisis berdasarkan ranah sumber dan target yang dihubungkan untuk mengetahui pemakaian ujaran metafora yang ditujukan sebagai alat retorika elit politik. Ranah sumber yang konkret dalam data metafora politik di atas adalah "*gotong royong*" dan "*berdiri kokoh*", sedangkan ranah target yang bersifat abstrak adalah "*membumikan Pancasila*" dan "*ideologi kegelapan*". Makna target dari ujaran metafora di atas merupakan suatu harapan dan keinginan berdasarkan realitas yang diungkapkan dalam bentuk retorika. Dengan demikian, para pendengar dapat memaknai inti pesan yang disampaikan, yakni kerja sama mengimplementasikan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan serta bahu-membahu dalam menyatukan umat dan masyarakat.

Kokohnya Pancasila ditentukan dari setiap individu bangsa yang berpegang teguh pada ajaran nilai Pancasila. Misalnya "*politikus yang korupsi*", dialah yang sebenarnya membawa ideologi kegelapan dan merongrong Pancasila karena telah melanggar sila pertama Ketuhanan Yang Maha Esa, kemanusiaan, dan secara sistematis menggagalkan terwujudnya keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Retorika

tidak lebih berfungsi sebagai upaya untuk menjual janji dan harapan agar rakyat terpesona dan akhirnya memberikan pilihannya secara tulus.

5. Metafora sebagai Kecaman Lawan Politik

KBBI memberikan definisi kata *kecaman* sebagai teguran yang keras dan celaan melalui upaya menunjukkan keburukan-keburukan orang lain. Dalam konteks politik, kecaman tentu disampaikan sebagai upaya menjatuhkan lawan politik dan mengubah opini masyarakat. Tidak ada sisi kebaikan yang dimunculkan, tetapi lebih banyak sisi buruk yang dieksplorasi agar lawan politik kehilangan pamornya di mata pemilih.

Berikut beberapa ujaran metafora yang mewakili sebagai kecaman lawan politik.

- a. Anis menegaskan hukum harus tegak lurus, tidak tebang pilih.
- b. Hukum bukan alat atau senjata untuk menjatuhkan lawan atau menolong lawan.
- c. Hukum digunakan seadil-adilnya, jangan gunakan hukum untuk memukul lawan atau menolong kawan.
- d. Isu maraknya TKA menjadi tamparan bagi Indonesia sebagai negara dengan populasi ke-4 terbesar di dunia.
- e. Saya tegaskan bahwa kita harus melawan siapa pun yang mencoba membengkok-bengkokan hukum.

Hukum adalah alat untuk mencari kebenaran. Meskipun begitu, bagi politisi, hukum adalah alat untuk menjegal lawan politik dan mengunci mulut orang-orang yang kritis terhadap kekuasaan. Hal tersebut yang ingin disampaikan oleh Sandiaga Uno dan Ferdinand sebagai suatu bentuk kritik terhadap pemerintahan yang saat itu berjalan. Hukum tidak digunakan secara adil sehingga perangkat hukum bekerja secara tebang pilih. Tampak sekali perbedaan penanganan kasus hukum antara oknum yang satu haluan politik dan yang berbeda arah politik. Pada konteks ini, politisi mengecam lawan politiknya melalui basis ujaran metafora.

Hal yang sama juga berlaku pada data di atas, fungsi kecaman muncul dari pernyataan tamparan bagi Indonesia. Tamparan identik dengan perlakuan menyakitkan dan mempermalukan. Jadi, masuknya TKA China ke Indonesia merupakan hal yang menyakitkan sekaligus juga memalukan bagi bangsa Indonesia yang memiliki populasi penduduk di atas 270 juta jiwa. Selain menyakitkan dan memalukan, tamparan juga identik dengan penyadaran. Jadi, masuknya TKA China di tengah ledakan jumlah penduduk Indonesia usia produktif merupakan fenomena yang menyadarkan bahwa negara Indonesia saat ini sudah salah mengelola.

Ujaran metafora sebagai bentuk kecaman lawan politik juga terdapat pada contoh berikut.

- a. Isu hukum dan HAM selalu muncul saat pemilu serta dijadikan komoditas untuk merebut dukungan suara dari korban dan masyarakat lainnya.
- b. Keluarga korban pelanggaran HAM yang hanya menjadi pelengkap dari tahapan debat.
- c. Rezim ini menggunakan hukum untuk memenjarakan rakyat.

Ungkapan metafora ini merupakan bentuk retorika para politisi selama proses pemilihan capres dan cawapres terhadap kebijakan bidang hukum dan HAM. Permasalahan hukum dan HAM jangan dijadikan media untuk merebut suara rakyat, penegakan hukum harus adil terhadap semua warga negara dan tidak diskriminasi. Proses penegakan hukum jangan sampai digunakan untuk mencari-cari kesalahan lawan politik dan jangan jadikan hukum sebagai alat untuk membelenggu kebebasan berpendapat dan kepedulian rakyat untuk kemajuan bersama. Contoh lainnya adalah sebagai berikut.

- a. Indonesia butuh navigator, seperti Prabowo, dalam mewujudkan kemakmuran dan keadilan.
- b. Negara Indonesia adalah sebuah kapal besar yang memerlukan nakhoda yang berpengalaman.

Navigator adalah istilah yang melekat di dunia navigasi pesawat dan kapal. Navigator bertugas mengatur haluan atau arah kemudi kapal atau pesawat. Pernyataan metaforis yang mengatakan bahwa

Indonesia butuh navigator merupakan bentuk kecaman yang menegaskan bahwa Indonesia dipimpin oleh pemimpin yang tidak tahu hendak dibawa ke mana arah bangsa ini. Kemakmuran dan keadilan adalah tujuan, sementara untuk mencapainya, negara Indonesia butuh arah yang ditentukan oleh pemimpinnya. Kecaman tersebut bernada sindiran yang sangat tajam untuk menjatuhkan citra lawan politik dan mendapatkan simpati rakyat untuk memilih.

6. Metafora sebagai Upaya Menyindir

Sindiran merupakan celaan secara tidak langsung. Dalam dunia politik, khususnya pada waktu kampanye, sindiran yang ditujukan kepada lawan politik berfungsi untuk menjatuhkan citra lawan sekaligus membangun citra diri agar terlihat baik di depan publik. Ada kemiripan substansi antara manfaat untuk kritis dan manfaat dalam menyindir. Sindiran yang dilontarkan adakalanya bermanfaat sebagai kritik, sedangkan kritik yang dikemukakan lebih sering dikonstruksi dalam bentuk sindiran.

Ujaran metafora sebagai upaya menyindir contohnya adalah sebagai berikut.

- a. Dia menekankan bahwa Andi sebelumnya *berkicau*.
- b. Prabowo adalah *jenderal kardus* karena memilih Sandiaga Uno sebagai cawapres demi sesuatu hal.

Metafora "*jenderal kardus*" merupakan sindiran ungkapan Andi Arief yang mengatakan bahwa Prabowo lebih memilih Sandiaga Uno atas dasar memiliki modal finansial yang jauh lebih kuat dibandingkan dengan cawapres lain. Sandiaga dipilih sebagai cawapres resmi karena kardus yang dibawa jauh lebih bernilai. Kardus dapat dimaknai sebagai upeti atau mahar politik dalam konteks sindiran. Menyandingkan gelar kemiliteran jenderal dengan kardus yang merupakan benda remeh, menghasilkan makna metaforis yang bernada sindiran tajam terhadap sikap politik Prabowo yang lebih mementingkan pemenuhan sumber-sumber finansialnya.

Di sisi lain, "*jenderal kardus*" yang dilabelkan kepada capres Prabowo diarahkan pada sisi karakter diri. Prabowo merupakan pensiunan TNI yang seharusnya korsa TNI itu melekat dalam jiwa Prabowo, yakni tegas, ulet, pantang menyerah, dan tak pernah putus asa. Namun, dalam realitas politik saat menentukan pasangan cawapres yang akan mendampingi terlihat tidak tegas, tak punya pendirian pasti, mudah berubah-ubah, dan penuh kekhawatiran. Karakter inilah yang dihubungkan dengan sifat kardus yang mudah dilipat dan dibentuk menjadi apa saja sesuai yang diinginkan pembuatnya. Jadi, ungkapan "*jenderal kardus*" merupakan bentuk sindiran kepada Prabowo yang tidak memiliki ketegasan dan cenderung ragu-ragu saat menentukan pasangan pencapresannya.

Pernyataan Muhaimin, "Indonesia tidak akan punah seperti dinosaurus" ini merupakan jawaban atas pernyataan Prabowo yang mengatakan bahwa Indonesia akan punah. Muhaimin membalas nada sindiran dengan memunculkan metafora tersebut. Menyardingkan Indonesia dengan dinosaurus adalah upaya metaforis untuk membentuk kesan dramatis pada situasi yang saat itu terjadi. Punah tentu memang identik dengan dinosaurus, tetapi substansi punah yang diungkapkan Prabowo tentu berbeda dengan yang disindirkan oleh Muhaimin. Sindiran tersebut tentu dapat meruntuhkan citra lawan politik. Dengan demikian, setiap sindiran juga memiliki celah untuk dipatahkan.

Sindiran hiperbola dengan mengatakan bahwa bangsa Indonesia tidak akan lagi menjadi kacung bangsa lain mengindikasikan bahwa saat rezim Jokowi berkuasa bangsa Indonesia menjadi kacung bagi bangsa lain. Kacung merupakan difemia atau pengasaran dari kata *pelayan* atau *pesuruh*. Mengatakan bahwa pada saat itu bangsa Indonesia adalah kacung bagi bangsa lain merupakan sindiran yang tajam sehingga dapat menjatuhkan citra lawan politik. Pada saat yang bersamaan, Prabowo juga menegaskan dirinya akan bekerja keras untuk menjauhkan bangsa Indonesia dari kondisi seperti itu. Jadi, selain menjatuhkan lawan politik, sindiran tersebut juga mengangkat citra diri di hadapan publik.

7. Metafora sebagai Bentuk Puitis

Jakobson (dalam Halliday dan Hasan, 1994:21) menjelaskan bahwa manfaat puitis merupakan upaya yang didasarkan pada amanat (*message*) pembicaraan. Manfaat ini dapat dilihat dari pesan tertentu yang terkandung dalam pembicaraan. Selain digunakan untuk menarik perhatian pembaca, penggunaan metafora dalam media massa juga bermanfaat untuk memperindah bahasa tulis. Berikut beberapa ujaran sebagai bentuk puitis.

- a. Kapolri mengatakan Indonesia masih menyimpan bibit-bibit konflik.
- b. Karena kobaran api fitnah serta ujaran kebencian yang menjadi-jadi.
- c. Ganjar awalnya mengatakan ingin memberantas kemiskinan, tetapi juga akan menumpas kemiskinan hingga ke akar-akarnya.

Berdasarkan pesan metafora tersebut, ada pesan tersendiri di balik metafora "*bibit konflik*" dan "*kobaran api fitnah*". Dalam pemahaman umum, bibit tentu berkonotasi positif, karena dari bibit akan tumbuh tanaman yang dapat dijadikan sumber kehidupan, begitu juga dengan api. Api merupakan salah satu sumber kehidupan manusia, karena dengan api, manusia dapat mengolah berbagai macam sumber daya alam. Jadi, ada intensi puitis untuk memperindah bahasa manakala dua hal yang sebenarnya bernilai positif justru disandingkan dengan hal negatif konflik dan fitnah. Dari situ hadir paradoks keindahan, ada keindahan bahasa yang ingin dibangun, meskipun kosa kata *konflik* dan *fitnah* sama-sama dua hal yang selalu lekat dengan keburukan.

Berbeda dengan beberapa contoh berikut ini.

- a. Ketua asosiasi pasar mengatakan pasar merupakan *tulang punggung perekonomian* bangsa.
- b. AMIN menjadikan kaum ibu sebagai *tulang punggung kemenangan* di pilpres.
- c. Gerakan memiskinkan koruptor akan menjadi *tulang punggung kemajuan Indonesia* ke depannya.

Ujaran ini merupakan bentuk ujaran puitis yang bertujuan untuk meyakinkan pemilih atau masyarakat dalam menentukan pilihannya. Ungkapan metaforis "*pasar merupakan tulang punggung perekonomian*" ini bertujuan untuk meyakinkan masyarakat bahwa capres Jokowi-Amin akan meningkatkan pola manajemen pasar yang bersih dan sehat. Selain itu, juga menjadikan pasar sebagai wadah peningkatan kesejahteraan masyarakat. Begitu juga ungkapan "*kaum ibu sebagai tulang punggung kemenangan*" dan "*gerakan memiskinkan koruptor jadi tulang punggung kemajuan Indonesia ke depannya*" kedua ungkapan metaforis tersebut menjelaskan peran ibu-ibu sangat penting dan sentral untuk meraih kemenangan.

Berikut juga beberapa ujaran metafora yang sesuai.

- a. *Kaum tani dan nelayan* memiliki *posisi vital* di Indonesia.
- b. Profesi mereka berdua adalah *tulang punggung kedaulatan pangan* di Indonesia.
- c. AMIN berujar akan *mewakafkan hidup* untuk kemajuan negara dan kesejahteraan rakyat.

Ada pesan positif tersirat dalam penggunaan metafora "*tulang punggung kedaulatan pangan*". Tulang punggung adalah bagian tubuh yang menyangga keseluruhan beban. Tanpa adanya tulang punggung, badan tidak akan dapat berdiri, berjalan, apalagi bekerja. Dalam konteks ini, Jokowi dan Prabowo ingin menyiratkan pesan estetik bahwa kaum ibu dan petani merupakan bagian vital dalam proses menuju kedaulatan pangan Indonesia dan menuju kemenangan pilpres. Tanpa petani, kedaulatan pangan tidak akan tercapai.

Hal senada juga muncul pada ujaran metafora yang menyandingkan kontestasi politik dan perebutan kekuasaan dengan terminologi agama. Menjadi pemimpin diibaratkan telah memberikan seluruh daya dan upaya untuk kebaikan rakyat. Jadi, wakaf diri yang dalam hal ini artinya adalah menjadi pemimpin memiliki pesan bahwa politisi yang mengucapkan metafora tersebut siap mengorbankan kepentingan pribadinya demi kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Ada nuansa estetik yang dibangun untuk memberikan kesan indah terlepas dari esensi pesan politik yang ingin disampaikan.

8. Metafora sebagai Upaya Mengkritik Lawan Politik

Pemakaian metafora dalam wacana politik dimanfaatkan sebagai upaya mengkritik lawan politik didasarkan pada makna pesan yang ada pada ujaran metafora dengan tujuan mengkritik lawan pilpres, beserta tim suksesnya atas kebijakan, ujaran di publik dan apa yang dilakukan. Penggunaan ujaran metafora dalam mengkritik lawan agar tidak terlalu vulgar dan lebih santun dalam berbahasa. Berikut data yang ditemukan.

- a. Jangan jadi penonton yang menyaksikan negeri tercinta diserbu pekerja asing, kita harus menjadi pemain di negeri sendiri.
- b. AMIN mempertanyakan sikap Prabowo yang justru membuka keran impor bahan pangan.
- c. Ke depannya tidak boleh lagi ada jual beli jabatan, agar negara maju.
- d. Ada paston berujar bila tempe di Jambi bisa meneropong masa depannya nanti.
- e. Banyak kekayaan Indonesia selalu mengalir ke luar negeri dan terjadi kebocoran anggaran.

Beberapa ujaran metafora tersebut mewakili ujaran dengan tujuan mengkritik lawan politik, seperti ungkapan "*jangan menjadi penonton menyaksikan negeri tercinta diserbu pekerja asing, kita harus menjadi pemain di negeri sendiri*". Ungkapan metafora ini bermakna mengkritik kebijakan capres 02 yang saat itu masih menjabat sebagai menteri. Di mana di saat rakyat sulit mencari pekerjaan di negeri sendiri, namun ribuan orang pekerja asing terus masuk ke Indonesia. Ungkapan Anis selaku capres rival, "kita harus menjadi pemain di negeri sendiri", maknanya agar seluruh rakyat Indonesia harus menguasai seluruh sektor pekerja di negeri sendiri. Tidak ada sektor pekerjaan lain yang dikuasai orang asing karena dalam UUD 1945 Pasal 33 ayat 3 "Bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat".

Begitu juga ungkapan berikut, "AMIN mempertanyakan sikap Prabowo sebagai capres yang didukung pemerintahan justru *membuka*

keran impor di era pemerintahannya". Ungkapan metafora ini juga mengkritik kebijakan pemerintah agar tidak membuka peluang impor barang komoditi petani lokal masuk ke Indonesia, seperti beras, kacang kedelai, dan jagung. Jika hasil pertanian melimpah, namun tetap melakukan impor barang-barang tersebut, maka akan berdampak pada daya jual. Dengan demikian, petani Indonesia akan kesulitan bersaing harga dengan barang impor tersebut. Ungkapan di atas mengasosiasikan membuka impor barang dari negara luar dengan membuka keran air dengan tujuan mengkritik kebijakan pemerintah agar tidak mengambil kebijakan yang dampaknya akan menyulitkan hidup petani.

Begitu juga ungkapan Anis tentang "*jual beli jabatan*", "*tempe di Jambi bisa untuk meneropong masa depannya nanti*", dan "*kekayaan Indonesia selalu mengalir ke luar negeri dan terjadinya kebocoran anggaran*". Metafora "*jual beli jabatan*" merupakan ungkapan kritikan atas kasus-kasus yang terjadi dalam pemerintahan yang masih banyak terjadi praktik korupsi untuk menduduki jabatan tertentu dalam pemerintahan. Sama halnya dengan ungkapan "*tempe di Jambi bisa meneropong masa depannya nanti*" yang merupakan kritikan kebijakan pemerintah yang belum mampu menyejahterakan rakyat dan menggambarkan kesulitan yang dialami rakyat di pasar. Penjual tempe semakin mengecilkan produk dagangannya karena bahan dasar untuk membuatnya sulit diperoleh dan mahal harganya. Ungkapan metafora berikutnya juga bermakna mengkritik kebijakan pemerintah dalam hal kekayaan negara masih banyak mengalir dan disimpan ke luar negeri. Hasil bumi kekayaan Indonesia yang melimpah, lebih banyak dinikmati orang asing daripada diperuntukkan untuk kesejahteraan rakyat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Vendra dan Saifullah, Aceng Ruhendi, 2018. "Konseptual Metafora dalam Pidato Kontroversial Victor Laiskodat". Bandung: *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia UPI*. Vol. 6. No. 2, Mei 2018.
- Beyribey, Turcer. 2020. "Medico-political metaphore of counter-terrorism: The case of Turkey". *Critical Studies on Terrorism Journals*. Vol. 13, Edisi 3 (2020).
- Black, Charteris. 2007. "Metafora dan Komunikasi Politik". *Jurnal metaphor and discourse journal*. Vol.5, Edisi 4 (2007).
- Black, Max. 1993. *Metaphor," in models and metaphors*, Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Budiman, Ajang. 2017. "Metafora Konseptual dalam Teks Berita". Malang: *Disertasi PPs Universitas Negeri Malang*
- Cameron, Lynne J. 2008. *Metaphor and Talk*. dalam R.W. Gibbs, Jr. (Ed.). *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carver, Terrell dan Pikalo, Jernej. 2008. *Political Language and Metaphor*. London and New York: Routledge.
- Chaer, Abdul. 1995. *Telaah Semantik*. Jakarta. Rineka Cipta.

- Classe, Oliver. 2000. *Encyclopedia of Literary Translation into English*. Vol. 2. London: Fitzroy Dearborn Publishers.
- Cruse, Alan. 2004. *Meaning in Language: An Introduction to Semantics and Pragmatics (2nd ed)*. Oxford: Oxford University Press
- Croft, W. & Cruse, D. A. 2004. *Cognitive Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Danesi, Marcel. 2004. *Messages, Signs, and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication Theory (3rd Ed.)*. Toronto: Canadian Scholars Press Inc.
- Davidson, Donald. 1978. "What Metaphors Mean," *Critical Inquiry* 5 (1). Chicago: The University of Chicago Press.
- Deignan, Alice. 2005. *Metaphor and Corpus Linguistics*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Fairclough, Norman. 2010. *Critical Discourse Analysis; The Critical Study of Language*. Edinburg: Longman
- Fogelin, Robert J. 1994. *Metaphors, Similes and Similarity*. dalam J. Hintikka (Ed.). *Aspects of Metaphor*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Gandolfo, 2019. "Metaphor of Reflections on the Use of Conceptual Metaphor Theory in Premodern Chinese Texts". *Jurnal St. Cross College, University of Oxford. UK. Published online: 16 July 2019*
- Gärdenfors, Peter. 1999. *Some Tenets of Cognitive Semantics*. dalam J. Alwood dan P. Gärdenfors (Eds.). *Cognitive Semantics: Meaning and Cognition*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Geeraerts, Dirk (eds.) (2006) *Cognitive Linguistics: Basic Readings*. New York: Mouton de Gruyter.
- Gibbs Jr., Raymond W. 2010. *The Wonderful, Chaotic, Creative, Heroic, Challenging World of Researching and Applying Metaphor: A Celebration of the Past and Some Peeks into the Future*. dalam G. Low, Z. Todd, A. Deignan, dan L. Cameron (Eds.). *Researching and Applying Metaphor in the Real World*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

- Grady, Joseph. 1999. *A Typology of Motivation for Conceptual Metaphor: Correlation vs. Resemblance*. dalam R.W. Gibbs, Jr., dan G. J. Steen (Eds.). *Metaphor in Cognitive Linguistics*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Gustianingsih. 2006. "Analisis Wacana pada Media Cetak Perspektif Linguistik Fungsional Sistemik (LFS) dan Representasi Semiotik". *Logat; Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*. Vol. 2 No. 2 (2006). hal. 104-113.
- Halliday, M.A.K. dan Ruqaiya Hasan. 1994. *Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek- aspek Bahasa dalam Pandangan Semiotik Sosial*. (Terjemahan Asruddin Barori Tou dan M. Ramlan dari Judul Asli: *Language, Context, and Text: Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective*). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Haula Baiq dan Nur Tajudin, 2019. "Konseptualisasi Metafora dalam Rubrik Opini Kompas: Kajian Semantik Kognitif". Malang: *Jurnal Retorika*. Vol 12, No 1. Februari 2019
- Heycaert, Pauline dkk. 2020. "Metaphore in political communication: A case study of the use of deliberate metaphore in non-institutional political interviews". *Journal of Language and Politics*. Vol 19. 2 (2020).
- Hikmat, Kusumadiningrat dan Purnama Kusumadiningrat. 2005. *Jurnalistik, Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hiraga, Masako K. 2005. *Methapor and iconicity*. New York: Paigrave Mac Milan
- Hurford, James R, Brendan Heasley, Jeung Michael B. Smith (Editor). 2007. *Semantics: A Coursebook*. New York: Cambridge University Press.
- Jaszczolt, K.M. 2002. *Semantics and Pragmatics: Meaning in Language and Discourse*. Edinburgh: Pearson Education.
- Jones, Lara L. dan Zachary Estes. 2006. "Roosters, Robins, and Alarm Clocks: Aptness and Conventionality in Metaphor Comprehension". *Journal of Memory and Language* 55, 18-32
- Keraf, Gorys. 2010. *Diksi dan gaya bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Kinanti, Kingkin Puput dan Rachman, Anita Kurnia, 2019. "Metafora Tumbuhan dalam Peribahasa Indonesia (Kajian Semantik Kognitif)". Jember: *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Muhammadiyah Jember*. Vol. 4. No. 1, Februari 2019
- Kittay, Eve Feder. 1987. *Metaphor: Its Cognitive Force and Linguistic Structure*. Oxford: Oxford University Press.
- Knowles, Murray dan Moon Rosamund. 2006. *Introducing Metaphor*. London and Newyork: Taylor and Francis Group
- Kövecses, Zoltan. 2002. *Methapor: a practical introduction*. New York: Oxford
- Kövecses, Zoltan. 2006. *Language, mind, and culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Kövecses, Zoltan. 2010. *Metaphor: A Practical Introduction*. (Edisi 2.). Oxford: Oxford University Press.
- Lakoff, George dan Johnson, Mark. 1980a. "Conceptual Metaphor in Every Day Language". *The Journal of Philosophy*,77(8), 453-486
- Lakoff, George dan Johnson, Mark. 1980b. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, George dan Johnson, Mark. 2003. *Metaphors We Live By*. Chicago dan London: The University of Chicago Press.
- Lakoff, George dan Turner, M. 1989. *More Than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lakoff, George. 1992. *The Contemporary Theory of Metaphor*. Cambridge University Press.
- Laksana, I Ketut Darma. 1994. "Majas dalam Tajuk Berita dan Artikel Telaah Pemakaiannya pada Enam Surat Kabar Ibu Kota". *Tesis*. Jakarta: *Fakultas Sastra Univesitas Indonesia*.
- Langacker, Ronald W. 2008. *Cognitive Grammar A Basic Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Larson, Mildred L. 1998. *Meaning-Based Translation: a Guide to Cross-Language Equivalence*. Lanham and London: University Press of America.
- Leech, Geoffrey. 2003. *Semantik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Leezenberg, Michiel. 2003. *Contexts of metaphor*. Belanda: University of Amsterdam.
- Levin, Samuel. 1977. *The semantics of metaphor*. Baltimore: Johns Hopkins. University Press.
- Lyons, John. 1989. *Semantics*. New York: Cambridge University Press.
- Malah, Zubairu dan Taiwo, Dinyo Shadrach. 2020. "Conceptual Metaphore in President Muhammadu Buhari's Political Rhetoric". *International Linguistics Research Journal*. Vol. 3. No. 4 (2020), Hal 27-45
- Martins, Helena. 2006. *Novel Metaphor and Conceptual Stability*. D.E.L.T.A., 22 (Especial), 123-145.
- Miller, George. 1979. *Images and models: similes and metaphors," in metaphor and thought*, edited by A. Ortony. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mulyana, 2005. *Kajian Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Murdika, Andi. 2016. "Penggunaan Metafora dalam Wacana Pemilihan Presiden Amerika Serikat Tahun 2012 pada Surat Kabar Newyork Time". Yogyakarta: *Tesis UGM, Tidak Diterbitkan*.
- Nimmo, Dan. 1993. *Komunikasi politik; Komunikator, pesan, dan media (terj)*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nirmala, Deli. 2017. "Korespondensi Konseptual Antara Ranah Sumber dan Ranah Target dalam Ungkapan Metaforis di Surat Kabar Harian Suara Merdeka". Semarang: *Jurnal Humanika Undip*. Vol. 3, No. 4. Juli 2017
- Nirmala, Deli. 2014. "Proses Kognitif dalam Ungkapan Metaforis". *Jurnal Parole*. Vol. 4 No. 1 April 2014.
- Nirmala, Deli. 2010. "Komponen Makna Ungkapan Metaforis dalam Pileg 2009 dalam Wacana Surat Kabar Pembaca di Harian Suara Merdeka". *Jurnal Parole*. Vol. 1 Oktober 2010.
- Novitz, David. 1985. *Metaphor, Derrida, and Davidson*. The Journal Of Aesthetics And Art Criticism,44(2), 101-114.
- Ortony, Andrew (Ed.). 1993. *Metaphor and Thought*. (2nd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Parera, J.D. 2004. *Teori semantik*. Jakarta: Erlangga.

- Prayuda. 2015. *Linguistik kognitif; Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Diadra Pustaka Indonesia.
- Punter, David. 2007. *Methapor*. New York: Routledge.
- Ranney. Austin. 2016. *Governing; An Introduction to Political Science (7th Edition)*. London: Prentice Hall International. Inc.
- Richards, Ivor Armstrong. 1936. *The Philosophy of Rhetoric*. New York: Oxford University, Press.
- Ricoeur, Paul. 2003. *Filsafat Wacana, Membelah Makna dalam Anatomi Bahasa*, Terj. Musnur Hery. Yogyakarta: Ircisod, Cet. 2.
- Ringmar, Erik. 2008. *Metaphors of Social Order*. dalam Terrell Carver dan Jernej Pikalo (Ed.). *Political Language and Metaphor*. New York: Routledge.
- Ritonga, Mara Untung. 2014. "Exploration of Metaphore Used by Indonesian Legislators and Political Elites in the Indonesian Sociopolitical Domain". Inggris: *Disertasi. Aston University*.
- Saad, dkk. 2018. "Metafora Konseptual dan Manifestasi Linguistik dalam Bahasa Melayu dan Prancis: Satu Analisis Kognitif". Malaysia: *Journal of Language Studies. Vol 18 (3), August 2018*.
- Saeed, John I. 1997. *Semantics*. Malden: Blackwell Publisher Inc.
- Saeed, John I. 2003. *Semantics*. Second Edition. Oxford: Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language. London: Cambridge University Press.
- Saragih, Amrin. 2019. *Semiotika Bahasa; Tanda, Penanda, dan Petanda dalam Bahasa*. Medan: Unimedpress.
- Searle, John R. 1981. *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Searle, John. 1979. *Metaphor," in metaphor and thought*, edited by A. Ortony. Cambridge: Cambridge University Press.
- Setia, Eddy dan Surip, M. 2019. Analisis Semiotik dalam Memahami Bahasa Agama di Era Globalisasi. *JUPIIS; Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu sosial. 11 (2) (2019); 328-343*.
- Siregar, Bahren Umar, 2011. *Seluk-Beluk Fungsi Bahasa; dari sekedar menyampaikan makna sampai memengaruhi pikiran, membantuk jati diri, atau menata tindakan*. Jakarta: Pusat Kajian Bahasa dan Budaya Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.

- Siregar, Bahren Umar. 2004. *Metafora Kekuasaan dan Metafora Melalui Kekuasaan: Melacak Perubahan Kemasyarakatan Melalui Perilaku Bahasa*. Dalam PELBBA 17 Pertemuan Linguistik Pusat Kajian Bahasa dan Budaya Atma Jaya: Ketujuh Belas. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Siregar, Bahren Umar. 2005. *Jeruk kok Minum Jeruk: Gejala Metaforis dan Metonimisasi dalam Bahasa Indonesia*. *Linguistik Indonesia*, 23(2).
- Siregar, Bahren Umar. 2014. "Keajegan Konseptual dalam Metafora Baru". Jakarta: *Jurnal Masyarakat Linguistik Indonesia*. Vol. 32. No. 2 Tahun 2014.
- Sinar, T. Silvana. 2014. *Teori dan Analisis Wacana: Pendekatan Sistematis Fungsional*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Steen, J. Gerard, dkk. 2010. *A Method for Linguistic Metaphor Identification*. Amsterdam. John Benjamins Publishing Company.
- Stockwell, Peter. 2002. *Cognitive Poetics: An introduction*. New York: Routledge.
- Stojan, Natasa dan Mijic, Sonja Novac. 2019. "Conceptual Metaphores in Politival Discourse in Croatian, American and Italian Newspapers". *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. Vol. 8. No. 1 (2019).
- Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University.
- Sudaryat, Yayat. 2009. *Makna dalam Wacana (Prinsip-prinsip Semantik dan Pragmatik)*. Bandung: Yrama Widya.
- Sumadiria, AS Haris. 2006. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Surip dan Mulyadi. 2019. "Conceptual Metaphor in Humas Communication". *Jurnal Internasional BirLE. Indonesia*. Vol. 2, No. 4 Tahun 2019.
- Surip, dkk. 2021. "New Metaphors in Mass Media : A Sematic-Study in Written Discourse. *Asian EFL Journal. English Language Education (EFE) Publishing*. Vol. 28 Issue No. 2.2 April 2021.
- Taylor, John R. 2002. *Cognitive Grammar*. Oxford: Blackwell.

- Thibodeau, Paul H. dan Frank H. Durgin. 2008. "Productive Figurative Communication: Conventional Metaphors Facilitate the Comprehension of Related Novel Metaphors". *Journal of Memory and Language*, 58, 521-540.
- Tobing, Andrew P.L. 2016. *Interpretation of Metaphors: A Case Study in Indonesian Language*. Medan. Disertasi USU
- Tobing, Andrew P.L. dkk. 2016. "Structural Complexity and Saliency in Interpretation of Familiar Metaphors". Academy Publication. *Journal Theory and Practice in Language Studies*. Vol. 6, No. 3, pp 510-517.
- Trckova, Dita. 2011. "Multi-Funtionality of Metaphor in Newspaper Discourse". *Brno Studies in English*, Vol. 37, No.1, hal. 139-151 (online). DOI:10. 5817/BSE2011-1-9.
- Ungerer, F dan Schmid, H.J. 1996. *An Introduction to Cognitive Linguistics*. London: University Press Inc.
- Urena, Jose Manuel. 2012. *Conceptual Types of Terminological Metaphores in Marine Biology; An English-Spanish contrastive analysis from an experientialist perspective*. 239-260. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Wahab, Abdul. 1991. *Metafora sebagai Pelacak Sistem Ekologi*. dalam Isu Linguistik Pengajaran Bahasa dan Sastra. Surabaya: Airlangga University Press.
- Wahab, Abdul. 1996. *Sepotong model studi tentang metafora*. dalam Aminuddin (Ed.) Pengembangan Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bahasa dan Sastra. Malang: Yayasan Asih Asah Asuh.
- Wulansari, Dini. 2014. "Pemetaan Metafora dalam Naskah Pidato Nelson Mandela". *Tesis di Fakultas Ilmu Budaya, UGM Yogyakarta*.

GLOSARIUM

Asosiasi : pola mencari kesamaan makna antara ranah sumber dan ranah sasaran dalam konsep metafora

CMT : teori metafora konseptual melalui menggali makna melalui hubungan antarobjek dan melahirkan pemahaman mengenai objek tertentu melalui pemahaman mengenai objek lain

Metafora : persoalan konsep yang terdapat dalam pikiran dan berada dalam kerangka pengalaman hidup, atau pemaknaan pesan melalui mencari kesamaan makna antara ranah sumber dan ranah sasaran sesuai konteks pesan

Metafora konseptual : mengindikasikan suatu proses yang ada dalam ranah untuk menjelaskan suatu entitas yang didasarkan atas perasaan, pengalaman, dan pikiran tentang realitas yang benar-benar ada atau yang dibayangkan ada, dengan menggunakan

entitas lain yang lebih konkret atau dapat divisualisasikan atau dirasakan oleh manusia

Metafora politik : penggunaan ungkapan dengan mengambil konsep lain atau mengasosiasikan bentuk lain yang memiliki kesamaan karakteristik tentang tema-tema sosial politik, isu-isu politik, dan kepentingan sosial tertentu guna memperebutkan kekuasaan

Metafora baru : suatu kajian bahasa semantik kognitif yang jarang dilakukan, padahal sejatinya dalam kehidupan realitas sosial, manusia dalam berkomunikasi akan melahirkan metafora baru, karena setiap manusia dalam berbahasa, akan menggunakan konteks-konteks sosial

Metafora struktural : melihat persamaan dari benda abstrak ke dalam benda konkret yang dibentuk dengan menggunakan konsep lain berdasarkan *source domains* (SD) dan *target domains* (TD), konsep ini berdasar pada korelasi dalam pengalaman sehari-hari manusia yang konsepnya terstruktur secara sistematis

Metafora ontologikal : menjadikan pikiran, pengalaman, dan proses hal abstrak lainnya menjadi suatu objek yang memiliki sifat fisik, dan melihat kejadian, emosi, dan ide sebagai entitas dan substansi

Metafora orientasional : orientasional merupakan suatu konsep metafora berorientasi spasial, misalnya naik-turun, dalam-luar, depan-belakang, dalam-dangkal, dan pusat-periferi

- Metafora ranah : mencari kesamaan makna pesan yang berada dalam dua ranah, yakni ranah sumber dan ranah sasaran
- Ranah sumber : konsep makna asal atau makna asli dalam suatu pesan
- Ranah sasaran : konsep makna yang sama dengan makna asli berdasarkan pengetahuan dan pengalaman manusia
- Ranah target : sama konsepnya dengan ranah sasaran
- Pemetaan : proses melakukan asosiasi dengan mencari kesamaan makna antara ranah sumber dan ranah sasaran
- Konseptualisasi : proses mencari kesamaan konsep makna yang ada dalam dua ranah
- Pemetaan makna : proses melakukan pemetaan dari sejumlah data yang memiliki makna yang sama
- Pemetaan lintas : proses melakukan analisis lintas konsep melalui pemaknaan lintas makna
- Pemakaian metafora : penggunaan konsep metafora dalam kehidupan sosial
- Skema citra : skala mental, konsep bergambar yang dipelajari melalui pengalaman, dan interaksi jasadi dengan dunia. Skema-citra merupakan pola mental yang terus-menerus memberikan pemahaman yang terstruktur terhadap berbagai pengalaman dan siap digunakan melalui metafora sebagai satu ranah sumber untuk memahami pengalaman lainnya

Wacana politik : bagian dari klasifikasi wacana yang mengulas suatu topik atau isi ungkapan yang berkaitan dengan politik yang terkadang menyembunyikan kenyataan realitas

INDEKS

- A**
asosiasi 34, 101, 114, 165,
191, 239, 253
- C**
CMT v, 7, 8, 9, 10, 13, 40, 87,
96, 25
- K**
Konseptualisasi 87, 101, 113,
134, 155, 245, 253
- M**
metafora baru 27, 28, 29, 30,
31, 32, 33, 34, 35, 39,
40, 45, 118, 175, 176,
177, 178, 179, 180, 181,
182, 183, 184, 185, 186,
187, 188, 189, 190, 191,
192, 193, 194, 195, 196,
197, 198, 199, 200, 201,
202, 203, 204, 205, 206,
207, 208, 209, 210, 211,
212, 213, 214, 215, 216,
217, 218, 219, 220, 222,
252
metafora konseptual 1, 2, 4, 5,
6, 7, 8, 10, 11, 13, 14, 15,
16, 17, 22, 23, 30, 31, 32,
39, 40, 45, 53, 73, 74, 87,
88, 89, 90, 93, 94, 96, 97,
98, 100, 103, 106, 111,
115, 117, 121, 125, 130,
133, 134, 137, 143, 148,
152, 157, 159, 162, 163,
165, 171, 172, 177, 251

- Metafora ontologikal 19, 20, 75, 79, 80
- Metafora orientasional 21, 22, 81, 252
- Metafora politik 38, 55, 69, 101, 111, 112, 117, 155, 226, 229, 252
- Metafora Ranah 90, 97, 101, 106, 111, 117, 122, 128, 133, 135, 140, 146, 151, 155, 160, 194, 7, 18, 19, 20, 21, 24, 68, 69, 70, 71, 72, 73
- metafora struktural 17, 18, 19, 20, 24, 70, 71, 72, 73, 74, 75
- P**
- pemakaian metafora 41, 45, 59, 60, 223, 224
- pemetaan 1, 3, 6, 7, 14, 26, 27, 31, 32, 37, 40, 42, 44, 51, 88, 98, 103, 133, 134, 143, 148, 152, 166, 171, 175, 196, 253
- Pemetaan lintas 95, 103, 109, 119, 125, 130, 134, 138, 144, 148, 153, 158, 163, 253
- Pemetaan Makna 87
- Pemetaan metafora 27, 93, 94, 103, 130, 137, 148, 152, 162, 177
- Pendekatan Dekonstruksionisme 212
- Pendekatan Klasik 178
- Pendekatan Kognitivisme politik 16, 17, 24, 27, 29, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 64, 65, 66, 67, 69, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 80, 81, 83, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 168, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 191, 192, 194, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236,

237, 238, 240, 241, 247,
252, 254

R

ranah sasaran 5, 7, 14, 27, 51,
90, 251, 253

Ranah Sumber 95, 99, 104,
109, 115, 120, 126, 131,
134, 138, 144, 149, 153,
158, 164, 247

ranah target 1, 2, 5, 6, 7, 8, 10,
14, 15, 27, 40, 53, 87,
89, 93, 97, 98, 101, 103,
104, 108, 112, 114, 116,
119, 123, 124, 126, 130,
133, 134, 143, 145, 146,
147, 148, 150, 151, 157,
161, 234

S

Skema citra 24, 25, 26, 27,
110, 196, 253

W

wacana politik 27, 39, 40, 41,
42, 45, 54, 55, 59, 60,
61, 62, 124, 143, 165,
166, 175, 178, 181, 189,
192, 194, 199, 201, 203,
207, 212, 214, 215, 218,
223, 224, 227, 241

TENTANG PENULIS



Dr. M. Surip, S.Pd., M.Si. lahir di Kroya Jawa Tengah pada tahun 1980. Pendidikan SD, SMP, dan SMA ia ditamatkan di Asahan Sumatra Utara. Kemudian, Pendidikan S1 ditamatkan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan (2002), pendidikan S2 ditamatkan di Universitas Padjadjaran Bandung (2007), dan pendidikan S3 ditamatkan di Universitas Sumatera Utara Medan (2021).

Sejak tahun 2008, beliau bertugas sebagai dosen tetap PNS di Prodi Sastra Indonesia Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Medan. Beliau juga pernah menjabat sebagai Sekretaris Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia periode 2008-2010, Ketua Prodi Sastra Indonesia periode 2010-2014, dan Kepala Humas Unimed periode 2012-sekarang.

Selain mengajar, beliau juga aktif menulis buku. Beberapa karyanya antara lain buku *Teori Komunikasi* (2011), *Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (2011), *Bahasa Profesi Jurnalistik* (2012), *Komunikasi Antarpribadi* (2012), *Keterampilan Berbicara* (2013),

Berpikir Kritis (2017), *Retorika Generasi Milenial* (2020), "Kajian Sastra: Kearifan Budaya Lokal" pada Kumpulan Cerpen Kepenulisan Sumatera Utara (2021), Kamus Bahasa Daerah 8 Etnis Sumatera Utara (Untuk Keperluan Komunikasi Sehari-hari) (2022), *Bahasa Daerah Tipe Metafora Sumatera Utara* (2023), *Seputar Puisis dan Ekologi Kelautan* (2023).



Dr. H. Syaiful Rohim, S.Pd., M.Si merupakan dosen di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka Jakarta. Pendidikan S1 diselesaikan Uhamka (2004), pendidikan S2 diselesaikan di Universitas Padjadjaran Bandung (2007), dan meraih gelar Doktor Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran Bandung pada tahun 2011 dengan predikat *Cumlaude*.

Beliau juga pernah aktif di lembaga kemahasiswaan, baik pada jenjang S1, S2, dan S3. Saat ini, selain menjadi dosen juga diamanahi menjadi Wakil Rektor bidang Akademik di Universitas Muhammadiyah Bogor Raya (UMBARA). Aktivitas lainnya juga kerap menjadi pendakwah sebagai bagian dari ghirahnya dalam memberikan kebermanfaatan kepada sesama. Selain itu, beliau juga aktif dalam kegiatan publikasi ilmiah, baik pada jurnal terakreditasi nasional maupun jurnal internasional. Berkiprah di dunia pendidikan membuatnya dipercaya sebagai Asesor Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi sejak 2014 hingga sekarang dan aktif dalam Asosiasi Perguruan Tinggi, seperti ASPIKOM, APTISI, dan lain-lain.

Punya naskah buku ajar yang siap menjadi *Best Selling Book*?

KIRIM AJA NASKAHNYA!

Siapkan diri Anda untuk bergabung bersama Rosda, penerbit dan percetakan yang sudah berkiprah di dunia literasi lebih dari 60 tahun.

Buku yang kamu terima cacat produksi?

TUKER AJA

buku rusakmu beserta bukti pembeliannya:

Bagian Humas Rosda

Jl Raya Gadobangkong No. 93

Kec. Ngamprah, Kab. Bandung Barat 40552

WA. 08787 8899 620

Untuk info pindai di sini



Selambat-lambatnya 30 (tigapuluh) hari dari tanggal pembelian (cap pos)