

METAFORA ORIENTASIONAL DALAM BULETIN HALO JEPANG (KAJIAN SEMANTIK KOGNITIF)

NUNIK NUR RAHMI FAUZH

Japanese Literature Program, INVADA Foreign Language College
nunikrahmi9@gmail.com

First received: September 23rd, 2020

Final proof received: November 20th, 2020

Abstract

Nowadays, metaphor is very familiar with life. The characteristic benefit can be enjoyed by all societies. The limit is not only for the linguist and man of the letters. Even, metaphor had found in newspaper with formal language at this time. This research is about orientational metaphor in Bulletin Halo Jepang. According to Lakoff and Johson (1980) orientational metaphor is one of parts from conceptual theory. The source of data is Bulletin Halo Jepang edition in July and August 2017. This research used qualitative method and descriptive analysis to analyse the data. The aim is to describe all concepts of source domain (B) and target domain (A) that expressed temporarily. It is showed with up and down level, inside and outside, front and backward, open and close, deep and short. The total of data is 10 sentences with orientational metaphor. The result showed that 2 data of down, 4 data of up, 1 data of front, 1 data of outside and 2 data of deep.

Keywords: *metaphor, orientational, source domain, target domain*

PENDAHULUAN

Terdapat dua aliran dalam penyelidikan bahasa yaitu formal dan fungsional. Aliran formal di antaranya *generative grammar* yang menggunakan *internal modularity* untuk analisis bahasa, misalnya fonologi, sintaksis, semantik, dsb. Sedangkan dalam aliran fungsionalisme menegaskan bahwa pemberian gramatika tidak akan lengkap tanpa melibatkan makna.

Di dalam bahasa apapun akan kita temukan kata yang memiliki makna ganda (lebih dari satu). Munculnya makna ganda dalam suatu kata atau ungkapan oleh para ahli linguistik kognitif dianggap sebagai terjadinya perluasan makna (*imi kakuchou/*

semantic extention) dari makna dasar (*keibon gi*) ke dalam makna perluasan (*ten gi*) (Sutedi, 2016: 47). Metafora adalah salah satu dari majas yang merupakan pendeskripsian dari perluasan makna. Sekitar tahun 80-an para ahli linguistik kognitif seperti Lakoff & Jhonson menjadikan metafora sebagai salah satu kajian dalam linguistik kognitif.

Metafora untuk kebanyakan orang merupakan alat dari citraan (imajinasi) puitis dan perkembangan retorik – merupakan hal yang ganjil (luar biasa) dari pada bahasa yang biasa digunakan. Lebih jauh metafora secara tipikal dipandang sebagai karakteristik bahasa itu sendiri, yaitu hanya dipandang sebagai kata-kata dan tidak dianggap

sebagai pikiran atau aksi. Berdasarkan hal tersebut, kebanyakan para ahli bahasa berpikir bahwa mereka dapat berbahasa dengan baik tanpa metafora. Sebaliknya kita temukan bahwa metafora diserap dalam kehidupan sehari-hari bukan hanya dalam bahasa dan pikiran tetapi juga dalam tindakan. Sistem konseptual kita yang biasa ketika berpikir dan bertindak, secara fundamental sebenarnya bersifat metaforis secara alamiah (Citraesmana, 2010: 3).

Lyra (2016: 42-43) dalam jurnalnya memaparkan bahwa sejalan dengan perkembangan waktu, pandangan terhadap metafora mulai berubah. Metafora bukan dipandang sekadar gaya bahasa dan sarana retorika, tetapi metafora menyatu dalam bahasa sehari-hari. Metafora merupakan bagian dari sistem berpikir manusia yang terealisasi dalam bentuk tingkah laku hidupnya sebagai pengalaman

Salah satu terminologi penting dalam metafora yang dikemukakan oleh Lakoff & Johnson adalah metafora orientasional. Dalam bahasa Jepang metafora orientasional dikenal dengan istilah *houkousei no metafa* (方向性のメタファー). Dalam metafora orientasional dijelaskan bahwa konsep antara ranah sumber (B) dan ranah sasaran (A) tidak membentuk suatu struktur, tetapi keduanya berinteraksi satu sama lain sehingga membentuk suatu konsep secara keseluruhan. Biasanya berhubungan erat dengan arah secara ruang seperti atas bawah (*up-down*), dalam-luar (*in-out*), depan-belakang (*front-back*), buka-tutup (*on-off*), dalam-dangkal (*deep-shallow*) dan sejenisnya (Sutedi, 2016: 53).

Tujuan umum yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan konsep keseluruhan ranah sumber (B) dan ranah sasaran (A) yang diekspresikan secara ruang yang menunjukkan atas-bawah, dalam-luar, depan-belakang, buka-tutup, dalam-dangkal dan sejenisnya.

Semantik Kognitif

Semantik berasal dari bahasa Yunani berbentuk nomina *sema* ('tanda') atau verba *samaino* ('menandai, berarti'). Semantik adalah cabang linguistik yang mempelajari arti/ makna yang terkandung pada suatu bahasa, kode, atau jenis representasi lain. Singkatnya, semantik adalah studi tentang makna (Lehrer, dalam Pateda, 2010:6). Jaszczolt (2002) membagi semantik ke dalam dua jenis, yakni semantik linguistik dan semantik filosofis. Semantik linguistik adalah semantik dalam pengertian sempit, mengkaji makna yang dihasilkan dari gramatika, sedangkan semantik filosofis bertujuan untuk menyusun proposisi yang diucapkan oleh pembicara yang telah disusun dalam kalimat.

Semantik merupakan sebuah mekanisme secara umum untuk menyampaikan sesuatu yang terdapat di dalam otak (kognisi) manusia menurut pandangan kognitif. Semantik kognitif dimulai pada tahun 1970-an sebagai perlawanan terhadap pandangan objectivist yang dianut oleh filsuf bangsa Anglo-American, dan pendekatan terhadap '*truth conditional semantics*' yang dikembangkan di dalam linguistik formal.

Riani (2019) dalam jurnalnya menyimpulkan bahwa linguistik kognitif memandang bahwa makna suatu kata terutama dalam polisemi tidak muncul begitu saja melainkan ada yang memotivasi dan melatarbelakanginya. Sedangkan Mohamad & Rahman (2017) menyatakan bahwa seseorang dalam memaknai teks berita dengan kognisinya bahasa berperan sebagai alat menyampaikan makna-makna dalam berita yang disajikan. Hubungan antara bahasa dan kognisi tersebutlah yang disebut sebagai linguistik kognitif.

Semantik kognitif menyelidiki hubungan antara pengalaman, sistem konseptual, dan struktur semantik yang diwujudkan oleh bahasa. Secara khusus, penganut semantik kognitif menyelidiki struktur konseptual (representasi pengetahuan) dan konseptualisasi (makna konstruksi). Talmy (dalam Citraesmana, 2010: 2) menggambarkan semantik kognitif sebagai "*research on cognitive semantics is research on conceptual content and its organization in language*". Berdasarkan ide tersebut penelitian dengan ancangan semantik kognitif adalah penelitian terhadap isi konsep dan susunannya di dalam bahasa. Ide tersebut ditunjang oleh Lakoff & Johnson (1980) bahwa konseplah yang menguasai cara kita berpikir, memandang dunia ini, dan bertindak, bagaimana kita hidup di dunia.

Metafora

Metafora merupakan salah satu gaya bahasa yang dapat digunakan dalam menjelaskan hubungan antar makna dalam suatu kata atau frase). Azas dari metafora yaitu mesamaan atau kemiripan. Dua hal yang dikatakan mirip atau sama adalah wujud atau karakter (ciri khas tersendiri). Mari kita simak contoh

berikut:

Ia seorang rentenir

Ia (seorang) lintah darat

Jika dikaji dengan azas metafora, yaitu kesamaan atau kemiripan, ada dua hal yang harus dijelaskan, yaitu titik kesamaan atau kemiripan antara rentenir dan lintah darat dalam budaya orang Indonesia (Sutedi, 2011: 211).

Metafora merupakan bagian dari kognisi manusia dan hadir dalam banyak aspek kehidupan manusia yang berupa konsep konkret untuk menjelaskan konsep abstrak. Teori interaksi mengatakan bahwa metafora dianggap sebagai proses kognitif untuk memahami suatu gagasan yang baru (A) melalui interaksi dengan gagasan lain (B) yang sudah sudah diketahui terlebih dahulu (Sutedi, 2016: 48).

Metafora yang dimaksud dalam pandangan Linguistik Kognitif adalah metafora yang sangat bergantung pada makna pada struktur konseptual yang dikonvensikan. Dengan kata lain, struktur semantik melalui ranah kognitif lain mencerminkan kategori mental yang telah dibentuk masyarakat berdasarkan pengalaman, perkembangan, dan perbuatan mereka di dunia (Anwar, 2017: 33).

Metafora dalam bahasa Jepang 隠喩・メタファー (*inyu/metafa-*) menurut Hirai adalah majas yang membandingkan konsep suatu hal atau benda dengan lainnya. (dalam Anwar, 2017: 34). Contoh majas metafora seperti pada kalimat 「彼は狸」 atau laki-laki-laki adalah rakun.

Metafora Orientasional

Lakoff dan Johnson (1980) membagi metafora konseptual ke dalam tiga tipe yaitu metafora struktural, metafora orientasional, dan metafora ontologis. Struktur metafora yang merupakan satu konsep metaforis terstruktur ke dalam konsep lain. Tetapi, ada jenis lain dari konsep metafora yakni yang tidak menstrukturkan satu konsep ke dalam konsep lain dan merupakan susunan seluruh sistem konsep yang berhubungan satu sama lain, metafora jenis ini

disebut metafora orientasional, karena kebanyakan bekerja dengan orientasi “spatial” (bagian) seperti : *up-down* (atas-bawah); *in-out* (dalam-ke luar); *front-back* (depan-belakang); *on-off* (nyala-mati); *deep-shallow* (dalam-dangkal); *central-peripheral* (pusat-sekeliling) (dalam Citraresmana, 2010: 3).

Metafora orientasional adalah metafora yang terkait dengan kemampuan spasial manusia yakni orientasi ruang seperti naik-turun, dalam-luar, dan lain-lain. Orientasi ruang ini muncul dari kenyataan bahwa kita memiliki tubuh, dan tubuh berfungsi dalam lingkungan fisik. Metafora ini tidak bersifat arbiter, melainkan memiliki keterkaitan dasar dalam pengalaman fisik dan budaya. Metafora “*rational is up*”, “*emotional is down*” merupakan beberapa contoh dari metafora ini (dalam Anwar, 2017: 34).

Dalam metafora ini suatu konsep (A) diekspresikan dengan menggunakan arah secara ruang (B). contoh yang diangkat Lakoff & Johnson (1980) adalah *HAPPY IS UP* ; *SAD IS DOWN*. Pada konsep *HAPPY IS UP* (BAHAGIA DI ATAS) terkandung makna bahwa konsep BAHAGIA diekspresikan secara ruang yaitu DI ATAS. Penggunaan arah secara ruang ke dalam metafora orientasional ini bukan bersifat arbitrer, tetapi ada pemotivasinya (Sutedi, 2016: 53).

METODE

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif, yaitu mendekati, mengamati, menganalisis, menginterpretasikan, dan menjelaskan data yang telah dikumpulkan secara sistematis, faktual, untuk menggambarkan suatu fenomena penggunaan bahasa. Dalam metode ini, peneliti melalui dua tahap, yaitu tahap pengumpulan data dan tahap analisis data. Pada tahap pengumpulan data, pertama – tama penulis menentukan sumber data, yakni Buletin bulanan Halo Jepang edisi Juli 2017 dan Agustus 2017. Halo Jepang merupakan bagian dari The Daily Jakarta

Shimbu, satu-satunya koran berbahasa Jepang yang terbit di Indonesia. Dari dua edisi tersebut, penulis mengambil tujuh buah teks berita dengan 10 kalimat yang memiliki klausa metafora orientasional di dalamnya. Kemudian penulis mulai menentukan ranah sumber, ranah sasaran dan ruang. Lalu mendeskripsikan konsep keseluruhannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembelajaran bahasa Jepang sangat penting sehingga **kelas-kelas rendah** (1 sampai 3) memiliki jumlah jam belajar lebih banyak dibanding **kelas atas** (4 sampai 6).

(Budi Pekerti Dahulu, Kemampuan Akademik Belakangan, Halo Jepang Edisi Juli 2017 Hal. 3)

Dalam data nomor (1) tersebut, yang menjadi target adalah **kelas-kelas rendah dan kelas atas**. Kelas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki beberapa makna diantaranya tingkat; ruang tempat belajar di sekolah; kelompok masyarakat berdasarkan pendidikan, penghasilan, kekuasaan, dan sebagainya. Konsep kelas diekspresikan dengan menggunakan arah secara ruang **atas dan bawah (up-down)**. Konsep kelas dan ruang **bawah** berinteraksi dan membentuk konsep keseluruhan berupa tiga tahun pertama dari enam tahun lama studi di sekolah dasar, yaitu kelas satu, dua dan tiga. Bukan merujuk pada ruang kelas yang berposisi di bawah atau golongan masyarakat yang paling atas berdasarkan kekayaan atau tingkat kehidupan sosial. Konsep kelas dan ruang atas berinteraksi dan membentuk konsep keseluruhan berupa tiga tahun terakhir dari enam tahun lama studi di sekolah dasar, yaitu kelas empat, lima, dan enam. Bukan merujuk pada ruang kelas yang berposisi di bawah atau golongan yang dalam masyarakat yang menduduki tingkat sosial yang terbawah.

Namun ketika sudah SMA dan jadwal penuh dengan persiapan ujian masuk universitas yang terkenal sulit, guru sekolah di Jepang dinilai tak punya banyak energi **mendorong kreativitas dan inovasi anak** seperti pendidikan di Amerika Serikat. (Pembentukan 'Kokoro' Lebih Penting Dari Pada Calistung, Halo Jepang Edisi Juli 2017 Hal. 4)

Dalam data no (2) tersebut, yang menjadi target adalah **mendorong kreativitas dan dan inovasi anak**. Kata dasar dari mendorong adalah dorong. Dalam KBBI berarti menolak dari bagian belakang atau bagian depan; menyorong; menganjur (ke depan); bergerak dengan kuat ke arah depan. Kreativitas berarti kemampuan untuk mencipta; daya cipta; perihal berkreasi; kekreatifan. Sedangkan inovasi berarti pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru; pembaharuan; penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode, atau alat). Kata mendorong ekspresi ruangnya adalah **depan (front)**. Konsep kreativitas dan inovasi dan ruang **depan** pada kata mendorong, membentuk konsep menyeluruh berupa menyorong daya cipta dan pembaharuan anak-anak sehingga bergerak maju ke depan.

Mengingat Televisi adalah barang penting bagi masyarakat, maka **permintaan pun terus bertumbuh**.

(Mewaspada Ancaman Televisi Negeri Ginseng, Halo Jepang Edisi Juli 2017 Hal. 6)

Dalam data (3) tersebut, yang menjadi target adalah **permintaan terus bertumbuh**. Kata dasar dari bertumbuh adalah tumbuh. Dalam KBBI tumbuh berarti timbul (hidup) dan bertambah besar atau sempurna (tentang benih tanaman, bagian

tubuh seperti rambut, gigi, tentang penyakit kulit seperti bisul, jerawat); sedang berkembang (menjadi besar, sempurna, dan sebagainya); timbul; terbit; terjadi (sesuatu). Kata bertumbuh ekspresi ruangnya adalah **naik** (*up*). Konsep permintaan dan ruang **naik** pada kata bertumbuh, membentuk konsep menyeluruh berupa permintaan pasar atas televisi terus bergerak naik. Dalam artian terus bertambah.

Andri Adi Utomo, National Sales Senior General Manager PT SEID mengakui pesaing terberat mereka di segmen smart TV adalah produsen asal Korea Selatan, Samsung dan LG. Untuk memenangi persaingan tersebut, Andri **membenamkan berbagai teknologi canggih** yang mudah digunakan konsumen.

(Mewaspada Ancaman Televisi Negeri Ginseng, Halo Jepang Edisi Juli 2017 Hal. 6)

Dalam data (4) tersebut, yang menjadi target adalah **membenamkan berbagai teknologi canggih**. Kata dasar dari membenamkan adalah benam. Dalam KBBI berarti menyelamkan ke dalam air atau lumpur; menenggelamkan; memasukkan dalam-dalam; menekan (kesedihan, kemarahan, dan sebagainya). Kata membenamkan ekspresi ruangnya adalah **dalam** (*deep*). Konsep teknologi canggih dan ruang **dalam** pada kata membenamkan, membentuk konsep menyeluruh berupa penggunaan dan masuknya berbagai teknologi canggih dalam produk mereka untuk dapat menyaingi produk dari Korea yang menjadi saingan terberat.

Terdaftar sebagai merek dagang di Italia, di 2017 Mario Minardi semakin menguatkan posisinya sebagai **merek sepatu kulit premium yang menonjol** dengan gaya urban maskulin.

(Sepatu Kulit Premium Bertato Huruf Kanji, Halo Jepang Edisi Juli 2017 Hal.7)

Dalam data (5) tersebut, yang menjadi target adalah **merek sepatu kulit premium yang menonjol**. Kata menonjol berasal dari kata tonjol. Dalam KBBI berarti berjendul; merupakan tonjol; menjorok; menyembul; menganjur (menjorok) ke luar; kelihatan nyata; mencolok mata. Kata menonjol ekspresi ruangnya adalah **luar** (*out*). Kata premium merujuk pada kualitas terbaik. Maka konsep merek sepatu kulit premium dan ruang **luar** (*out*) pada kata menonjol, membentuk konsep menyeluruh berupa kemunculan merek sepatu kulit kualitas terbaik.

Maezawa menyebut dirinya cuma “kolektor biasa”. Yang luar biasa adalah **kedalaman koceknnya**. Namun, ia mengaku hanya membeli karya yang benar-benar disukainya.

(Kolektor Jepang Menapaki Era Baru, Halo Jepang Edisi Juli 2017 Hal. 21)

Dalam data (6) tersebut, yang menjadi target adalah **kedalaman koceknnya**. Kocek dalam KBBI berarti kantong; saku (baju dan sebagainya). Arah secara ruang diungkapkan dengan kata **dalam** (*deep*). Kantong atau saku biasa digunakan orang untuk menyimpan barang berharga seperti uang, handphone ataupun dompet. Konsep kocek dan ruang **kedalaman** (*deep*) pada kata kedalaman, membentuk konsep menyeluruh berupa kekayaan. Kocek yang dalam merujuk pada uang ataupun barang berharga lain yang jumlahnya tidak sedikit. Selain dengan metafora orientasional seperti diatas, untuk orang dengan uang dan barang berharga yang banyak seringkali diibaratkan pula dengan metafora orientasional orang dengan kantong tebal.

Pemain putra Jepang baru berhasil meng-gondol Piala tersebut pada 2014 saat di babak final **menundukkan Malaysia** dengan skor 3-2. Inilah pertama kalinya Jepang lolos ke babak final dan menjadi juara. (Berupaya Kembali Meraih Posisi Puncak, Halo Jelang Edisi Agustus 2017 Hal.3)

Dalam data (7) tersebut, yang menjadi target adalah **menundukkan Malaysia**. Menundukkan berasal dari kata dasar tunduk. Dalam KBBI berarti menghadapkan wajah ke bawah, condong ke depan dan ke bawah (tentang kepala); melengkung ke bawah (tentang malai padi); patuh; menurut (tentang perintah, aturan, dan sebagainya); berpikir dalam-dalam. Kata menundukkan ekspresi ruangnya adalah **bawah (down)**. Kata menundukkan seringkali dipadankan dengan anggota badan berupa kepala atau wajah. Menundukkan kepala ataupun menundukkan wajah keduanya merujuk pada situasi yang sedih dan tidak menyenangkan. Konsep Malaysia dan ruang **bawah (down)** pada kata menundukkan, membentuk konsep menyeluruh berupa mengalahkan Malaysia. Dalam artian membuat Malaysia merasa sedih dan menundukkan kepala dengan mengalahkannya.

Daya juang seperti itu yang layak dicontoh pemain Indonesia. “Bisa dibilang kami kalah *‘fight’*. Pada posisi unggul 2-1 kita sudah **di atas angin**, harusnya bisa menahan sedikit, tapi ternyata tidak,” kata kepala Bidang Pembinaan dan Prestasi PP PBSI, Susi Susanti menanggapi kegagalan Indonesia memenangi Kejuaraan Junior Asia 2017 setelah tumbang di tangan Korea 2-3.

(Berupaya Kembali Meraih Posisi Puncak, Halo Jelang Edisi Agustus 2017 Hal.3)

Dalam data (8) tersebut, yang menjadi target adalah **di atas angin**. Kata an-

gin dalam KBBI berarti gerakan udara dari daerah yang bertekanan tinggi ke daerah yang bertekanan rendah; hawa; udara; kecenderungan yang agak menggembirakan. Arah secara ruang diungkapkan dengan kata **atas (up)**. Ketika kita berada di atas angin terasa lebih kencang berhembus dan menimbulkan perasaan tenang pada hati dan pikiran kita. Selain itu angin yang berhembus dan menerpa wajah menimbulkan perasaan bahagia dan damai. Konsep angin dan ruang **atas (up)** pada kata di atas, membentuk konsep menyeluruh berupa ada kecenderungan yang membahagiakan. Dalam artian kesempatan Indonesia untuk menang pada Kejuaraan Junior Asia 2017 sebenarnya cukup besar dan sudah di depan mata

Ini menandakan kekuatan bulutangkis dunia saat ini merata. Persaingan semakin ketat. Kita harus semakin bekerja keras agar tidak tertinggal. Jepang di tahun 60-an dulu pernah berjaya, dan belakangan ini mulai bangkit lagi. Kita masih sulit **membangkitkan masa keemasan bulutangkis** yang pernah kita miliki,” terang Susi.

(Berpeluh-peluh Sebelum Menuju Tokyo Pada 2020, Halo Jepang Edisi Agustus 2017 Hal. 5)

Dalam data (9) tersebut, yang menjadi target adalah **membangkitkan masa keemasan bulutangkis**. Kata membangkitkan berasal dari kata bangkit. Dalam KBBI berarti bangun (dari tidur, duduk) lalu berdiri; bangun (hidup) kembali; timbul atau terbit (tentang marah); mengangkat dan menaikkan. Masa keemasan merujuk pada waktu dimana prestasi dalam kondisi terbaik. Dalam sebuah pertandingan, medali tertinggi yang diberikan pada pemain terbaik (pemenang) adalah medali emas. Sifat emas yang bersinar, menunjukkan kemewahan, dan bernilai tinggi dianggap pantas untuk menyimbolkan sebuah kemenangan

yang sempurna. Maka masa keemasan bulutangkis dapat kita pahami sebagai masa atau waktu dimana prestasi dalam olahraga bulutangkis sedang dalam kondisi terbaik dan mendapatkan banyak medali emas. Kata membangkitkan ekspresi ruangnya adalah **naik (up)**. Konteks masa keemasan bulutangkis dan ruang **naik (up)** pada kata membangkitkan, membentuk konsep menyeluruh berupa mehidupkan kembali atau menaikkan masa atau waktu dimana prestasi pada bidang olahraga bulutangkis ke kondisi terbaik. Kondisi terbaik merujuk pada pemerolehan medali emas yang maksimal.

Andrew Gultom, Product Strategy Group Assistant General Manager SEID, optimis produk elektronik ini memiliki **pasar yang terus bertumbuh** dan bisa diterima masyarakat.

(Mengincar Pasar Alat Masak Otomatis, Halo Jepang Edisi Agustus 2017 Hal.6)

Dalam data (10) tersebut, yang menjadi target adalah **pasar yang terus bertumbuh**. Kata bertumbuh berasal dari kata tumbuh. Dalam KBBI tumbuh berarti timbul (hidup) dan bertambah besar atau sempurna (tentang benih tanaman, bagian tubuh seperti rambut, gigi, tentang penyakit kulit seperti bisul, jerawat); sedang berkembang (menjadi besar, sempurna, dan sebagainya); timbul; terbit; terjadi (sesuatu). Kata tumbuh biasa dipadankan dengan fisik berupa badan. Kata bertumbuh ekspresi ruangnya adalah **naik (up)**.

Kata pasar pada frase diatas merujuk pada permintaan konsumen pada produk yang sedang ditawarkan. Konteks pasar dan ruang **naik (up)** pada kata bertumbuh, membentuk konteks menyeluruh berupa permintaan konsumen akan produk yang sedang dipasarkan akan terus naik dan bertambah.

KESIMPULAN

Dari analisa diatas dapat penulis menyimpulkan bahwa terdapat enam ruang yang muncul dari sepuluh frase metafora orientasional yang mengekspresikan suatu konsep. Lima ruang tersebut adalah sebagai berikut :

Bawah (*down*)

Yang termasuk pada ruang bawah adalah kelas **rendah** dan **menundukkan**.

Atas (up)

Yang termasuk pada ruang atas adalah kelas **atas; bertumbuh; diatas** angin; dan **membangkitkan**.

Depan (front)

Yang termasuk pada ruang depan adalah **mendorong**.

Luar (out)

Yang termasuk pada ruang luar adalah **menonjol**. dalam (deep)

Yang termasuk pada ruang kedalaman (deep) adalah **membenamkan, kedalaman**.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. A. (2017). Simile Perasaan Dalam Novel Kokoro Karya Natsume Soseki: Kajian Linguistik Kognitif. Tesis.
- Citrarasma, E. (2010). Metafora Orientasional Kata *Break* Bahasa Inggris: Satu Ancangan Semantik Kognitif. *Jurnal Seminar Internasional Unpad-UKM* 7
- Jaszczolt, K.M. (2002). *Semantics and Pragmatics: Meaning in Language and Discourse*. Edinburgh: Pearson Education.
- Lakoff, G & Mark, J. (1980). *Metaphors we live by*. London: The University of Chicago Press.
- Lyra, H. M. (2016). Peranti Lingual Metafora Orientasional Bagian Tubuh Dalam Bahasa Sunda. *Riksa Bahasa: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 2(1).
- Mohamad, A., & Ab Rahman, N. (2017). Dimensi Politik secara Metafora Melayu dalam Novel Anak Mat Lela Gila. *Jurnal Pengajian Melayu*, 28(1), 45-61.
- Pateda, M. (2010). *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rhineka Cipta.

- Riani, R. W. (2019). Analisis Makna Kata Hana dan Bunga Sebagai Polisemi (Kajian Linguistik Kognitif). *PHILOSOPHICA Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 2(1), 24-32.
- Sutedi, D. (2011). *Dasar-dasar Linguistik Bahasa Jepang*. Bandung: Humaniora.
- Sutedi, D. (2016). *Mengenal Linguistik Kognitif*. Bandung: Humaniora