

Research Article

Majas pada Poster Pelestarian Habitat Makhluk Hidup: Kajian Ekolinguistik Kritis

Marwansyah Silitonga¹, Dwi Widayati², Rachmad Fadillah Maha³

1. Universitas Sumatera Utara, marwansyah9a@gmail.com
2. Universitas Sumatera Utara, dwiwidayati@usu.ac.id
3. Universitas Sumatera Utara, rachmadfadillahmaha@gmail.com

Copyright © 2024 by Authors, Published by Risalah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>).

Received : July 12, 2024

Revised : August 8, 2024

Accepted : August 20, 2024

Available online : September 20, 2024

How to Cite: Marwansyah Silitonga, Dwi Widayati, and Rachmad Fadillah Maha. 2024. "Majas Pada Poster Pelestarian Habitat Makhluk Hidup: Kajian Ekolinguistik Kritis". *Risalah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam* 10 (3):1107-18. https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v10i3.1051.

Abstract. The purpose of this research is to examine the language used in posters related to the conservation of wildlife habitats. This research is part of a critical discourse analysis and is designed using a qualitative descriptive research framework. Data is collected using a combination of methods, including simulations and advanced techniques such as content analysis. Based on the results of the research, there are seven posters analyzed regarding their language.

Keywords: Figure of speech, Poster, Conservation of Living Creature Habitats, Critical Ecolinguistics.

Abstrak. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji gaya bahasa yang terdapat pada poster pelestarian habitat makhluk hidup. Penelitian ini termasuk ke dalam kajian ekolinguistik kritis. Penelitian ini didesain menggunakan kerangka penelitian deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan metode simak, dengan teknik lanjutan berupa teknik catat. Data dikumpulkan dari beberapa web dan internet yang berisi tentang poster-poster dan iklan lingkungan hidup. Berdasarkan hasil penelitian terdapat tujuh poster yang dianalisis gaya bahasanya.

Kata Kunci: Majas, Poster, Pelestarian Habitat Makhluk Hidup, Ekolinguistik Kritis.

PENDAHULUAN

Lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk didalamnya manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan peri kehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk

hidup lainnya. Karden Eddy Sontang Manik (2009,31). Lingkungan hidup dapat didefinisikan sebagai: 1) daerah tempat suatu makhluk hidup berada; 2) keadaan atau kondisi yang melingkupi suatu makhluk hidup; 3) keseluruhan keadaan yang meliputi suatu makhluk hidup atau sekumpulan makhluk hidup (Supardi, 2009).

Lingkungan hidup merupakan tempat manusia hidup sehingga harus turut dijaga kelestarian dan stabilitasnya. Sebagian orang tidak peduli tentang pentingnya lingkungan hidup yang berakibat terhadap kerusakan lingkungan. Sangat perlu untuk mengatasi dan mencegah kerusakan lingkungan hidup agar tidak terjadi kerusakan yang lebih parah lagi. Salah satu hal yang dapat dilakukan dengan cara menghimbau dan mengajak masyarakat serta memberitahu bahwa lingkungan hidup sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia. Salah satu cara untuk memberitahu informasi tersebut dengan media iklan.

Menurut Tjiptono dalam Minati (2017) iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasarkan pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian. Iklan adalah wacana persuasif yang tertuang dalam bentuk deskripsi dan direktif. Efektivitas iklan diukur berhasil atau tidaknya iklan itu mengubah persepsi dan perilaku masyarakat yang menjadi sasaran iklan seperti yang dikehendai pemasang iklan. Iklan adalah sebuah karya kreatif yang selain menggunakan media audio visual, juga menggunakan media verbal. Untuk mencapai aspek penguatan verbal, manipulasi kata-kata dan ungkapan seringkali dilakukan secara leluasa sehingga dalam beberapa hal ada kecenderungan melanggar kaidah kebahasaan yang berlaku. Pembatasan penggunaan bahasa dalam iklan dapat diarahkan dengan rambu-rambu peraturan, tetapi hendaknya tidak membatasi atau memasung kreativitas secara kuat. (Dr. Sugiyono 2022). Iklan yang menggunakan media verbal dapat dilihat dari slogan dan poster.

Kustandi dan Sutjipto (2011: 50) menyebutkan bahwa poster merupakan media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan singkat, padat, dan impresif, karena ukurannya yang relatif besar. Sedangkan Hasnun (2006: 253) mengungkapkan bahwa poster merupakan gambar atau tulisan di atas kertas atau kain yang dipasang di tempat umum berisi pemberitahuan. Berdasarkan pendapat di atas, poster adalah media komunikasi yang berupa gambar disertai dengan tulisan di atas kertas ataupun kain dipasang di tempat umum untuk menyampaikan pesan singkat, padat dan impresif. Pada poster kita dapat menemukan kata yang menarik perhatian agar pesan disampaikan lebih sopan dan lebih impresif yaitu dengan memilih gaya bahasa yang menarik dan sesuai konteks dari poster tersebut.

(Keraf dalam Amalia: 2021) mengatakan bahwa gaya bahasa merupakan cara mengungkapkan gagasan pikiran melalui bahasa khusus yang dapat menunjukkan jiwa dan karakter si penulis. (Perrine 565) juga berpendapat bahwa gaya bahasa adalah cara lain untuk meningkatkan dimensi lebih ke bahasa. Dengan kata lain, gaya bahasa adalah cara lain untuk mengekspresikan sesuatu dari cara yang biasa. Dengan menggunakan gaya bahasa, pembicara biasanya ingin menambahkan beberapa efek pada ungkapannya yang tidak memiliki arti literal. (Perrine dalam Amalia: 2021) juga berpendapat bahwa gaya bahasa adalah cara lain untuk meningkatkan dimensi lebih ke bahasa. Dengan kata lain, gaya bahasa adalah cara lain untuk mengekspresikan sesuatu dari cara yang biasa. Dengan menggunakan gaya bahasa, pembicara biasanya ingin menambahkan beberapa

efek pada ungkapannya yang tidak memiliki arti literal. Gaya bahasa merupakan kajian stilistika sebagai linguistik terapan.

Linguistik sebagai ilmu kebahasaan dapat dikaitkan dengan Ekologi sebagai ilmu tentang lingkungan. Kedua ilmu tersebut, kemudian bergabung dan bersatu menjadi Ekolinguistik. Ekolinguistik mencoba menelaah dan mengkaji bahasa dalam permasalahan dan isu dalam lingkungan itu sendiri. Kajian ekolinguistik baru-baru ini juga dipengaruhi oleh salah satu ilmu interdisipliner lain, yaitu Analisis Wacana Kritis. Perpaduan antara kedua ilmu ini disebut Ekolinguistik Kritis atau Analisis Wacana Ekokritis. Ekolinguistik kritis mengkaji wacana tentang lingkungan, dan bermacam bentuk wacana yang ideologinya menyangkut manusia dan lingkungan. Wacana lingkungan dengan semua perwujudannya (teks lisan, teks tertulis, gambar dan internet) ini disebut Greenspeak atau wacana hijau (Harre dalam Fill, 2011:8). Jadi, ekolinguistik kritis ini menginvestigasi aspek-aspek kebahasaan yang terdapat dalam wacana atau teks tentang lingkungan. (Dalam Nurul, 2021).

Penelitian ini mengkaji permasalahan bahasa yang terdapat pada wacana iklan dan poster lingkungan hidup. Permasalahan bahasa pada iklan dan poster sangat erat kaitannya dengan gaya bahasa yang digunakan serta pemilihan kata atau diksi pada iklan dan poster tersebut sehingga penelitian ini termasuk kedalam Ekolinguistik Kritis.

LANDASAN TEORI

Ekolinguistik

Crystal (2008:161) mendefinisikan ekolinguistik adalah sebuah studi yang merefleksikan sifat ekologi dalam studi biologis, yang mana interaksi antara bahasa dan lingkungan kultural dilihat sebagai inti: disebut pula dengan ekologi bahasa, ekologi linguistik dan kadang-kadang linguistik hijau.

Alexander dan Stibbe (2011) mendefinisikan ekolinguistik sebagai studi tentang dampak penggunaan bahasa dalam keberlangsungan hidup yang menjembatani hubungan antara manusia, organisme lain, dan lingkungan fisik yang secara normatif berorientasi pada pelestarian hubungan-hubungan yang berkelanjutan dalam kehidupan. Dengan kata lain, ekolinguistik berkaitan erat dengan bagaimana bahasa berperan untuk membentuk, memelihara, mempengaruhi atau merusak hubungan antara manusia, kondisi kehidupan dan lingkungannya. Ekolinguistik berkembang sebagai akibat dari perkembangan ekologi manusia yang berkaitan dengan berbagai sistem (sistem ekonomi, sosial, agama, budaya, linguistik dan ekosistem) yang saling bergantung dan berhubungan satu sama lain (Stibbe, 2010:1).

Ekolinguistik Kritis

Kajian ekolinguistik baru-baru ini juga dipengaruhi oleh AWK. Ekolinguistik mengkaji wacana tentang lingkungan, dan bermacam bentuk wacana yang ideologinya menyangkut manusia dan lingkungan. Wacana lingkungan dengan semua perwujudannya (teks lisan, teks tertulis, gambar dan internet) ini disebut Greenspeak atau wacana hijau (Harre dalam Fill, 2011: 8).

Ekolinguistik kritis dibagi menjadi dua bagian, yaitu bagian yang mengkritisi sistem (tata bahasa/grammar) dan bagian yang mengkritisi teks. Beberapa peneliti sistem atau tata bahasa di antaranya adalah M.A.K. Halliday, Andrew Goatly dan Mary Schleppegrell. Sedangkan beberapa peneliti teks atau artikel ekokritis di antaranya

adalah Harre, Brockmeier dan Muhlhausler. Teks yang diteliti tersebut antara lain adalah pidato politik, iklan lingkungan (green ads), artikel-artikel tentang lingkungan, dan sebagainya (Fill dan Muhlhausler, 2001:6). Analisis eko-kritis sendiri meliputi penggunaan kosa kata, diksi, eufemisme, disfemisme, dan lain-lain.

Gaya Bahasa

Keraf (2007:113) menyatakan bahwa gaya atau khususnya gaya bahasa dikenal dalam retorika dengan istilah *style*. Gaya bahasa atau *style* menjadi bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa atau klausa tertentu untuk menghadapi hirarki kebahasaan, baik pada tataran pilihan kata secara individu, frasa, klausa, dan kalimat, maupun wacana secara keseluruhan. *Style* atau gaya bahasa dapat dibatasi sebagai cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian pemakai bahasa. Cabang ilmu yang membahas mengenai gaya bahasa adalah semantik. Definisi semantik secara umum adalah cabang ilmu bahasa yang membahas makna dan satuan bahasa. Kridalaksana (2009:216) semantik adalah bagian struktur bahasa yang berhubungan dengan makna ungkapan dan juga dengan struktur makna suatu wicara. Satuan bahasa itu dapat berupa kata, frasa, klausa dan kalimat (Manaf, 2008:2).

Sementara itu, (Leech & Short, 1981: 278; Tarigan, 2009: 66) mengemukakan bahwa gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa dalam konteks tertentu, oleh orang tertentu, untuk tujuan tertentu. Bila dilihat dari fungsi bahasa, penggunaan bahasa termasuk dalam fungsi puitik, yaitu menjadikan pesan lebih berbobot. Pemakaian gaya bahasa yang tepat (sesuai dengan waktu dan penerima yang menjadi sasaran) dapat menarik perhatian penerima. Sebaliknya, bila penggunaannya tidak tepat, maka penggunaan gaya bahasa akan sia-sia belaka. Pendapat lain mengatakan pemajasan merupakan teknik pengungkapan bahasa, penggayabahasaan, yang maknanya tidak menunjuk pada makna harfiah kata-kata mendukungnya, melainkan pada makna yang ditambahkan, makna yang tersirat (Nurgiantoro, 2000:296). Berdasarkan beberapa pendapat yang telah peneliti uraikan, dapat dikatakan secara garis besar bahwa gaya bahasa merupakan penyimpangan makna dari kata-kata yang tertulis yang sengaja dilakukan oleh pengarang untuk menimbulkan efek tertentu atau menimbulkan konotasi tertentu. Sebuah pendapat menyebutkan bahwa gaya bahasa memiliki ciri-ciri sebagai berikut. 1. Ada perbedaan dengan sesuatu yang diungkapkan misalnya melebihkan, mengiaskan, melambangkan, mengecilkan atau menyindir. 2. Kalimat yang disusun dengan kata-kata yang menarik dan indah. 3. Pada umumnya mempunyai makna kias (Zainudin, 1992:52).

Secara singkat dapat dikatakan bahwa gaya bahasa adalah cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (Keraf, 2002: 113). Dari beberapa pendapat di atas, peneliti memilih teori yang diungkapkan oleh Gorys Keraf karena jelas dan mudah dimengerti yang mengartikan gaya bahasa sebagai cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Menurut Tarigan (2013:6) menyebutkan ada sekitar enam puluh gaya bahasa yang termasuk ke dalam empatkelompok, empat kelompok gaya tersebut adalah gaya bahasa perbandingan, gaya bahasa pertentangan, gaya bahasa pertautan, dan gaya bahasa perulangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini didesain menggunakan kerangka penelitian deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan metode simak (Mahsun, 2005: 92, Kesuma, 2007: 43), dengan teknik lanjutan berupa teknik catat (Mahsun, 2007: 133). Data dikumpulkan dari beberapa web dan internet yang berisi tentang poster-poster dan iklan lingkungan hidup serta memilah dan memilih poster yang berkaitan dengan pelestarian habitat makhluk hidup. Kemudian data dianalisis dengan metode agih dan metode padan dengan teknik lanjutan berupa teknik substitusi dan parafrase (Sudaryanto via Kesuma, 2007: 54, Kesuma, 2007: 47; Mahsun, 2005: 112, Sudaryanto, 1993: 13). Lalu, hasil analisis data disajikan secara informal (Kesuma, 2007: 73; Sudaryanto, 1993: 145). Data juga dianalisis secara kontekstual, yakni bergantung pada konteks wacana yang diungkapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Tarigan (dalam Laila, 2016:149) gaya bahasa dapat dibagi menjadi empat kelompok besar yaitu pertama, gaya bahasa perbandingan. Kedua, gaya bahasa pertentangan. Ketiga, gaya bahasa pertautan. Keempat, gaya bahasa perulangan.

1) Gaya Bahasa Perbandingan

Menurut Tarigan (dalam Sucipto, 2018:12) gaya bahasa perbandingan adalah gaya bahasa yang membuat ungkapan dengan cara memperbandingkan suatu unsur atau keadaan dengan unsur atau keadaan lain. Gaya bahasa perbandingan dapat dikelompokkan menjadi sepuluh jenis gaya bahasa yaitu, perumpamaan, metafora, personifikasi, depersonifikasi, alegori, antithesis, pleonasme, perifrasis,antisipasi atau prolepsis, dan koreksi atau epanortosis.

2) Gaya Bahasa Pertentangan

Menurut Tarigan (dalam Sucipto, 2018:19) gaya bahasa pertentangan adalah gaya bahasa yang maknanya bertentangan dengan kata-kata yang ada. Gaya bahasa pertentangan dapat dikelompokkan menjadi 20 jenis gaya bahasa, yaitu hiperbola, litotes, paranomasia, paralipsis, zeugma dan silepsis, satir, ironi, oksimoron, antiklimaks, apostrof, anastrof atau inversi, apofasis atau preteresio, inuendo, antifrasis, paradoks, klimaks, histeron, proteron, hipalase, sinisme, sarkasme (dalam Rachmadini, 2017).

3) Gaya Bahasa Pertautan

Menurut Tarigan (dalam Sucipto, 2018:31) gaya bahasa pertautan adalah gaya bahasa yang digunakan untuk mempertautkan suatu unsur dengan unsur lain. Gaya bahasa pertautan dapat dikelompokkan menjadi 13 jenis gaya bahasa, yaitu metonimia, sinekdoke, alusi, eufemisme, eponim, erotesis, paralelisme, epitet, antonomasia, elipsis, gradasi, asindeton, polisindeton.

4) Gaya Bahasa Perulangan

Menurut Tarigan (dalam Sucipto, 2018:37) gaya bahasa perulangan adalah gaya bahasa yang mengandung perulangan bunyi, suku kata, kata, frasa, ataupun bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai. Gaya bahasa perulangan dapat dikelompokkan menjadi 12 gaya bahasa yaitu, aliterasi, asonansi, antanaklasis, kiasmus, epizeukis, tautotes, anafora, epistrofa, simplotke, mesodilopsis, epanalepsis, anadiplosis.

5) Gaya bahasa Disfemisme

Chaer (2002:145) menjelaskan bahwa usaha atau gejala pengasaran ini biasanya

dilakukan orang dalam situasi yang tidak ramah atau menunjukkan kejengkelan. Berdasarkan pendapat Chaer tersebut dapat diketahui bahwa disfemisme adalah usaha untuk mengungkapkan emosi oleh seseorang menggunakan bahasa yang kasar. Selanjutnya dijelaskan bahwa banyak kata yang bernilai kasar tetapi sengaja diberikan agar tidak terasa kasarnya. Allan dan Buridge dalam Kurniawati (2011:53), menerangkan lebih rinci bahwa disfemisme merupakan suatu ungkapan dengan konotasi kasar, tidak sopan atau menyakitkan hati mengenai sesuatu atau seseorang atau keduanya, dan merupakan pengganti untuk ungkapan netral (biasa) atau eufemisme karena alasan-alasan tertentu.

Terdapat tujuh gambar poster tentang lingkungan alam untuk tidak merusak lingkungan alam dan habitat ataupun tempat tinggal fauna dan flora pada artikel ini.

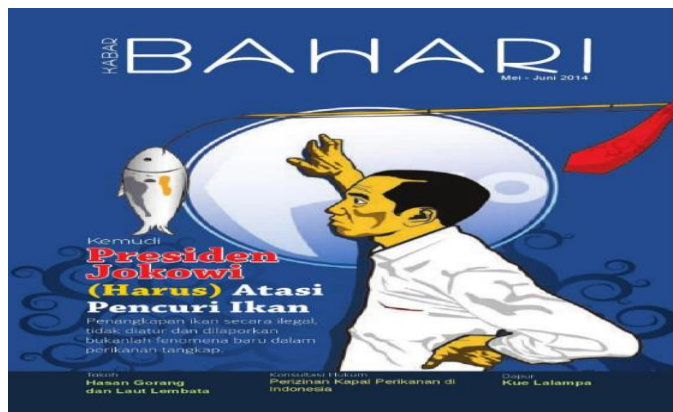


Poster 1.

Poster satu berisi gambar hutan yang memiliki banyak pepohonan dan berisi kalimat “Hutan kita, masa depan kita”. Poster satu memiliki majas perulangan yaitu epizeukis. Keraf (2006:127) menyatakan bahwa epizeukis merupakan repetisi atau perulangan yang bersifat langsung, artinya kata yang dipentingkan diulang-ulang beberapa kali. Tarigan (dalam Sucipto, 2018:39) juga mengatakan bahwa epizeukis merupakan gaya bahasa yang bersifat langsung.

“Hutan kita, masa depan kita”.

Kata “Kita” pada poster adalah penekanan sebab kata yang penting dan hal utama. “Kita” merujuk pada manusia yang harus menjaga hutan karena hutan tersebut merupakan aset penting dikemudian hari. Kata “kita” diulang sebanyak dua kali karena sebuah kata yang dipentingkan pada poster 1.



Poster 2

Poster 2 bergambarkan Presiden Republik Indonesia yang berisi kalimat “Kemudi Presiden Jokowi (Harus) Atasi Pencuri Ikan”. Poster tersebut menjadi sebuah himbuan dan permintaan kepada bapak Presiden Jokowi untuk menggunakan “kekuasaannya” dalam hal mengatasi pencurian Ikan. Poster dua memiliki majas pertautan yaitu eufemisme.

Nurdin dkk (2004: 25) berpendapat bahwa eufemisme adalah gaya bahasa yang bersifat menggantikan satu pengertian dengan kata lain yang hampir sama untuk menghaluskan maksud (dalam Kuspriyono, 2015). Tarigan (dalam Sucipto, 2018:33) juga mengatakan eufemisme adalah gaya bahasa lebih halus sebagai pengganti kata-kata yang lebih kasar, dianggap merugikan, atau tidak menyenangkan.

Kata “kemudi” dalam “kemudi presiden” merupakan sebuah penghalusan dari maksud sebenarnya. “Kemudi” mengibaratkan kekuasaan dan kewenangan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu hal. Pada gambar 3 “kemudi” yang ada pada presiden mengartikan bahwa presiden mempunyai kekuasaan dan yang menyetir serta memegang penuh urusan dan kepentingan yang ada. Tidak hanya itu saja kata “Atasi” pada “Atasi pencuri ikan” juga merupakan sebuah penghalusan. “Atasi” pada wacana tersebut memiliki maksud agar pencuri ikan dapat dimusnahkan, dihilangkan dan memberantas persoalan pencurian ikan.



Poster 3

Poster 3 memiliki majas sinekdok yang merupakan majas pertautan. Keraf (2007: 142) berpendapat bahwa “sinekdok adalah semacam bahasa figuratif yang mempergunakan sebagian dari sesuatu hal untuk menyatakan keseluruhan atau mempergunakan keseluruhan untuk menyatakan sebagian”.

Poster 3 mempergunakan sebagian dari sesuatu hal untuk menyatakan keseluruhan (Pars pro toto). Kata “tangan” pada iklan tersebut mengibaratkan manusia yang dapat menggunakan kekuatan dan kesanggupannya dalam memelihara dan melestarikan pohon. Tangan adalah simbol manusia itu sendiri. Pada gambar 3 juga menjelaskan secara tersirat fungsi tangan sebagai alat untuk menanam dan melestarikan pohon-pohon.



Poster 4

Poster 4 bergambar bumi yang dikelilinginya adalah pohon-pohon yang mempunyai kalimat “Kami Hidup Kamu Hidup”. Poster tersebut bermaksud bahwa bumi dan seisinya dapat hidup dan seimbang apabila pohon-pohon dan hutan tetap lestari.

Pradopo (2002:97) mengatakan Paralelisme adalah gaya bahasa yang mengulang isi kalimat yang maksud tujuannya serupa. Kalimat yang berikut hanya dalam satu atau dua kata berlainan dari kalimat yang mendahului. Tarigan (dalam Sucipto, 2018:34) juga mengatakan paralelisme semacam gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frasa yang menduduki fungsi sama dalam bentuk gramatikal yang sama.

Poster 4 menggunakan gaya bahasa pengulangan yang awal dan akhirnya berbunyi sama dan menggunakan kata serupa. Penjelasan penggunaan kata “hidup” menyamakan kedudukan antara lingkungan dan kehidupan manusia itu sendiri. Apabila lingkungan mati, maka kehidupan manusia juga sama halnya. Poster diatas mencoba menerangkan seberapa pentingnya lingkungan terhadap kelangsungan hidup manusia.



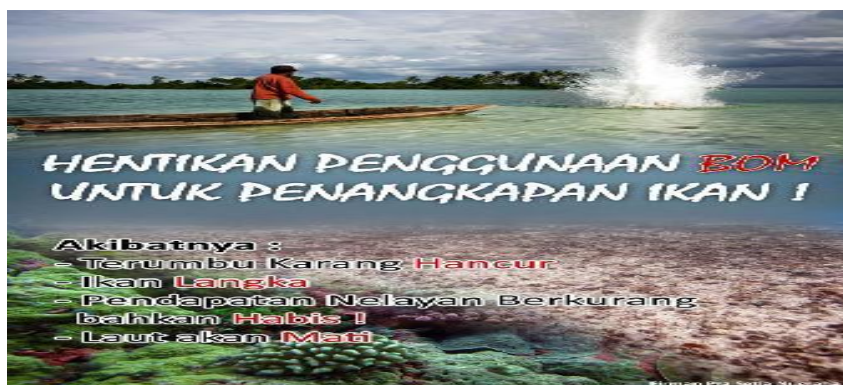
Poster 5

Poster 5 bergambar seekor badak dan ditandai dibawahnya (Sang Badak Ujung Kulon) legenda dari Indonesia. Posternya memiliki kalimat “Haruskah Menunggu Sampai Jadi Legenda? Seekor badak yang berada di Ujung Kulon digambarkan pada poster tersebut sudahlah menjadi “legenda”. Secara umum legenda dapat diartikan sebagai cerita rakyat yang dianggap benar-benar terjadi yang ceritanya dihubungkan dengan tokoh sejarah serta telah dibumbui dengan keajaiban, kesaktian, dan keistimewaan tokohnya. Menurut Michael dalam Nurgiantoro (2005: 182) legenda adalah sebuah cerita rakyat yang berisikan mengenai cerminan dari kehidupan masyarakat yang dianggap benar-benar terjadi namun tidak dianggap suci.

“Haruskah menunggu sampai jadi legenda?”

Kata “legenda” merupakan sebuah majas perbandingan yaitu eufemisme untuk menghaluskan sebuah kata. Adapun makna sesungguhnya yang ingin disampaikan adalah tentang “kepunahan”. Bila tidak menggunakan majas, kalimat tersebut dapat diganti dengan “haruskah sampai punah?”. Poster tersebut bermaksud untuk tidak melakukan perburuan liar sehingga hewan yang terancam tidak sampai menjadi “legenda” atau “punah”.

Kata “legenda” juga merupakan sebuah majas pertentangan yaitu majas satire. Satire memiliki pengertian bahwa suatu ungkapan yang harus ditafsirkan lain dari makna permukaannya (Keraf, 2009:144). Satire juga memiliki makna yaitu gaya bahasa yang menyatakan sindiran terhadap suatu keadaan atau seseorang (Prasetyono, 2011:42).



Poster 6

Poster 6 bergambar seorang nelayan sedang beraktifitas sedang menangkap hasil laut dengan cara yang tidak dianjurkan dan dikecam yaitu dengan menggunakan “bom”. Poster tersebut berisi kalimat “Hentikan Penggunaan Bom Untuk Penangkapan Ikan” disertai dengan akibat dari penangkapan tersebut yaitu terumbu karang hancur, ikan langka, pendapatan nelayan berkurang bahkan habis dan laut akan mati.

Adapun gaya bahasa yang terdapat pada poster tersebut adalah disfemisme. Kebalikan dari penghalusan adalah pengasaran atau disfemisme, yaitu usaha untuk mengganti makna kata yang maknanya halus atau bermakna biasa dengan kata yang maknanya kasar. Usaha atau gejala pengasaran ini biasanya dilakukan orang dalam situasi yang tidak ramah atau untuk menunjukkan kejengkelan (Chaer, 2009:144).

Disfemisme yang ada pada poster 6 ditandai dengan pemakaian kata “mati” yang terdapat pada bagian akibat dari penggunaan bom untuk penangkapan ikan. Kata “mati” bernilai kasar dalam penggunaannya yang seharusnya digunakan kepada hewan dan tumbuhan. Laut merupakan habitat biota laut, apabila dilakukan pengeboman dalam penangkapannya maka biota laut akan turun pesat jumlahnya pada masa kedepannya karena bibit-bibit biota laut juga akan ikut mati. Karena hal itulah perlu menggunakan kata “mati” untuk menjelaskan situasi yang telah dijelaskan tersebut.

Kata “mati” pada poster tersebut juga merupakan majas personifikasi yang merupakan majas perbandingan. Pradopo (2002:75) mengatakan adalah mempersamakan benda dengan manusia. Benda-benda mati dibuat dapat berbuat, berpikir, dan sebagainya. Adapun menurut Tarigan (dalam Sucipto, 2018:14) personifikasi ialah jenis majas yang meletakkan sifat-sifat insan kepada benda-benda yang tidak bernyawa dan ide yang abstrak. Kata “mati” yang diletakkan pada kata “laut” merupakan personifikasi. Makhluk hidup di bumi ini meliputi manusia, hewan dan tumbuhan. Laut merupakan habitat biota laut baik hewan dan tumbuhan laut sehingga laut adalah tempat makhluk hidup dan bukanlah sebuah makhluk hidup. Kata “mati” merupakan sifat seluruh makhluk hidup, lalu dilekatkan pada “laut” yang bukanlah makhluk hidup membuat kata “mati” pada poster ini merupakan majas personifikasi.



Poster 7

Poster diatas mencoba untu menghimbau masyarakat terhadap bahaya pengeboman dan pembiusan dalam penangkapan hasil laut. Poster 7 memiliki majas hiperbola yang merupakan majas pertentangan. Menurut Tarigan dalam Sumadaria (2006:153) majas hiperbola adalah sejenis gaya bahasa yang mengandung pernyataan yang melebih-lebihkan jumlahnya, ukurannya, atau sifatnya, dengan maksud memberi penekanan pada suatu pernyataan atau situasi untuk memperhebat, meningkatkan kesan dan pengaruhnya. Majas hiperbola ialah ungkapan yang melebih-lebihkan apa yang sebenarnya dimaksudkan (Djajasudarma, 2009:25).

Majas hiperbola yang dimaksud dalam poster diatas ditandai pada kata “miskin” dalam pernyataan “Indonesia Semakin Miskin”. Indonesia dianggap sebagai negara miskin dan dapat bertambah miskin lagi apabila ikan-ikan habis. Indonesia merupakan sebuah negara berkembang yang memiliki ekonomi yang cukup stabil. Kata “miskin” pada pernyataan “Indonesia semakin miskin” merupakan sebuah kata yang cukup berlebihan karena tidak sesuai dengan ukurannya dengan keadaan negara Indonesia saat inidan melebih-lebihkan apa yang sebenarnya dimaksudkan.

Bukan hanya majas hiperbola, poster tersebut juga memakai majas disfemisme yang ditandai dengan kata “memberangus”. Berangus dalam KBBI adalah selongsong penutup yang terbuat dari kulit atau rotan yang dianyam untuk menutup moncong anjing (supaya jangan menggigit) atau moncong anak sapi (supaya jangan menyusu). Sedangkan penambahan afiks “mem-“ pada kata berangus menjadi memberangus merupakan sebuah verba yang artinya dalam KBBI adalah menutup (moncong anjing dan sebagainya) dengan berangus. Kata “memberangus” menggantikan kata dari “merusak” yang seharusnya “merusak terumbu karang” menjadi “memberangus terumbu karang”.

KESIMPULAN

Terdapat beberapa majas yang ada pada 7 poster tersebut yaitu majas perbandingan, pertentangan, pertautan dan perulangan serta disfemisme. Poster 1 memiliki majas epizeukis yang merupakan majas perulangan ditandai dengan kata “kita”. Poster 2 memiliki majas eufemisme yang merupakan majas pertautan. Poster 3 memilki majas sinekdok yang merupakan majas pertautan ditandai dengan kata “tangan”. Poster 4 memiliki majas paralelisme yang merupakan majas pertautan ditandai dengan kata “hidup”. Poster 5 memiliki 2 majas yaitu majas eufemisme yang merupakan majas pertautan dan majas satir yang merupakan majas pertentangan, dua majas tersebut ditandai dengan kata “legenda”. Poster 6 memiliki majas disfemisme dan majas personifikasi yang merupakan majas perbandingan ditandai dengan kata “mati. Poster 7 memiliki majas hiperbola yaitu majas pertentangan ditandai dengan kata “miskin” dan majas disfemisme ditandai dengan kata “memberangus”.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manaf, Ngusman. 2008. Semantik: teori dan terapannya dalam Bahasa Indonesia. Padang: Sukabina Offset.
- Alexander F. K. Sibero, 2011, Kitab Suci Web Proqraming, MediaKom, Yogyakarta
- Arikunto, Suhardjono, Supardi, 2009. Penelitian Tindakan Kelas. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Carter, J. & Perrine, D. 1994. A Spawning Aggregation of Dog Snapper, *Lutjanus jocu*

- (Pisces: Lutjanidae) in Belize, Central America. *Bulletin of Marine Science* vol. 55, no. 1: 228–234.
- Crystal, David. 2008. *A Dictionary of Linguistics and Phonetics 6th Edition*. United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Djajasudarma, T. Fatimah. 2009. *Semantik 2: Pemahaman Ilmu Makna*. Bandung: Refika Aditama.
- Fill, C. (2009). *Marketing communications: interactivity, communities and content*. Pearson Education.
- Hasnun, Anwar. 2006. *Pedoman Menulis untuk Siswa SMP dan SMA*. Yogyakarta: ANDI.
- Keraf, Gorys. 2004. *Komposisi: Sebuah Pengantar Kemahiran Berbahasa*. Flores: Nusa Indah.
- Keraf, G. (2007). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kustandi, Cecep dan Sutjipto, Bambang. 2011. *Media Pembelajaran Manual dan Digital*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Leech, Geoffrey N. dan Michael H Short. 1981. *Style in Fiction*. London and Newyork: Longman
- Manik, Karden Eddy Sontang. 2009. *Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Jakarta: Djambatan.
- Nurgiyantoro, Burhan. 2000. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Pradopo, Rahmat Djoko. 1990. *Beberapa Teori Sastra, Metode Kritik, dan Penerapannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Sonny Keraf, 2002, *Etika Lingkungan*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas), Hal.103- 122.
- Tarigan, H. G. (2013). *Menulis sebagai suatu keterampilan berbahasa*. Bandung: Angkasa.
- Zainuddin. 1992. *Materi Pokok Bahasa dan Sastra Indonesia*. Rineka Cipta: Jakarta.