

METAFORA DALAM LIRIK LAGU HIGEDANDISM: ANALISIS PERBEDAAN PADA LAGU POPULER DAN TIDAK POPULER

Syema Gloria

Program Studi S1 Pendidikan Bahasa Jepang, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

syema.21013@mhs.unesa.ac.id

Didik Nurhadi, M.Pd., M.A., Ph.D

Dosen Pendidikan Bahasa Jepang, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

didiknurhadi@unesa.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze the use of metaphors in the lyrics of Official HIGE DANDism songs and to identify the differences between popular and less popular songs. The method employed is descriptive qualitative, utilizing the Metaphor Identification Procedure (MIP) by the Pragglez Group (2007), along with the theories of Knowles and Moon (2006) and the classification of metaphors by Ullmann (2023). The research data comprises 14 songs selected based on their popularity levels on Official HIGE DANDism's YouTube channel.

The results show that out of 83 identified metaphors, the majority are concrete-to-abstract metaphors, while the remainder includes anthropomorphic, synesthetic, and animal metaphors. Popular songs contain 52 metaphors with a broader variety of types, including synesthetic, anthropomorphic, and animal metaphors. In contrast, less popular songs exhibit only 31 metaphors, all of which are concrete-to-abstract.

These findings indicate that the diversity of metaphors contributes to a song's appeal. Popular songs tend to offer richer and more complex emotional experiences through diverse metaphors, whereas less popular songs take a simpler and more straightforward approach. This study contributes to linguistic research, particularly in the analysis of metaphors in Japanese popular culture, and opens opportunities for further exploration of the relationship between metaphors and song appeal in the music industry.

Keywords: Metaphor, Song Lyrics, Official HIGE DANDism, Popular Songs, Less Popular Songs, Linguistic Analysis

要旨

本研究では、Official HIGE DANDism の歌詞における隠喩の使用を分析し、人気曲と非人気曲の間に存在する違いを明らかにすることを目的とする。研究方法としては、Pragglez Group (2007) の隠喩識別手続き (Metaphor Identification Procedure, MIP) を用いた質的記述的アプローチを採用し、Knowles and Moon (2006) の理論及び Ullmann (2023) による隠喩の分類を基に分析を行った。データは Official HIGE DANDism の YouTube 公式チャンネルから、人気度に基づき選定された 14 曲の歌詞である。

分析の結果、歌詞から発見された 83 の隠喩のうち、大部分は具体から抽象への隠喩であり、残りは擬人法、共感的隠喩、および動物の隠喩がわかった。人気曲には 52 の隠喩が含まれ、共感的隠喩や擬人法を含む多様な種類の隠喩が確認された。一方、非人気曲には 31 の隠喩が見られ、それらは全て具体から抽象への隠喩であった。

これらの結果は、多様な隠喩の使用が楽曲の魅力を高める重要な要素であることを示唆している。人気曲は、豊かで複雑な感情体験を提供する隠喩が多く含まれるのに対し、非人気曲はより直接的で単純なアプローチが見られる。本研究は、日本のポピュラー文化における隠喩の分析に関する言語学的研究に貢献し、楽曲の魅力と隠喩の関係に関するさらなる研究の可能性を開くものである。

キーワード: 隠喩、歌詞分析、Official HIGE DANDism、人気曲、非人気曲、言語学的分析

PENDAHULUAN

Komunikasi Komunikasi merupakan proses penyampaian gagasan dan perasaan kepada orang lain melalui berbagai media, baik secara lisan, tulisan, maupun dalam bentuk karya seni (Risawati, 2016: 1). Dalam implementasinya, setiap individu memiliki cara unik dalam mengekspresikan bahasa, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun melalui karya sastra yang diciptakan (Siswono, 2014: 2). Keunikan ini menghasilkan gaya bahasa yang khas pada setiap individu, menciptakan efek tertentu bagi penikmatnya.

Lirik lagu, sebagai salah satu bentuk karya sastra puitis, memiliki gaya bahasa yang bertujuan menyampaikan pesan secara mendalam. Lirik lagu menggambarkan berbagai emosi dan pandangan hidup, seperti cinta, amarah, hingga refleksi budaya (Kusmana dalam Risawati, 2016: 3). Lirik lagu memuat tiga unsur utama, yaitu bahasa, sastra, dan budaya masyarakat. Menurut Morita (Nurhadi, 2010: 43), gaya bahasa atau majas adalah ungkapan yang maknanya diperoleh melalui analogi atau hubungan pemikiran untuk menggambarkan karakter atau keadaan tertentu. Gaya bahasa dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, seperti perbandingan, pertentangan, pertautan, dan perulangan (Wahyuni dalam Risawati, 2016: 10). Kategori perbandingan mencakup gaya bahasa personifikasi, metafora, perumpamaan, dan alegori.

Dari kategori gaya bahasa perbandingan tersebut, metafora menjadi salah satu elemen dominan dalam lirik lagu Jepang. Selain memperindah lirik, metafora juga efektif dalam menarik perhatian pendengar dan memengaruhi preferensi mereka. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Mudrikah dan Fadhlain (2022) menunjukkan bahwa metafora dapat membuat pesan lebih menarik dan mudah diingat, tidak hanya dalam musik tetapi juga dalam penyiaran radio. Penelitian lainnya juga mendukung peran signifikan metafora dalam membentuk minat audiens di berbagai bidang, termasuk musik dan politik (Aliurridha & Efendi, 2021; Yahya & Habibi, 2023). Dalam konteks lirik lagu Jepang, metafora jenis abstraksi sering digunakan untuk membuat konsep abstrak lebih akrab bagi pendengar, memperkuat pesan yang disampaikan, sehingga lebih mudah diterima dan diingat (Hoke et al., 2023).

Metafora merupakan gaya bahasa yang menyamakan satu hal dengan hal lain secara implisit, menciptakan asosiasi makna yang mendalam dan kompleks (Baldick dalam Nurgiyantoro, 2014: 224). Metafora memungkinkan penulis untuk menyamakan sesuatu dengan hal lain tanpa penjelasan langsung, sehingga menciptakan makna yang lebih mendalam. Misalnya, sebuah perasaan dapat digambarkan melalui elemen alam seperti hujan atau angin, yang memudahkan pendengar merasakan suasana hati dalam lagu. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa metafora digunakan dalam lirik lagu Jepang karena kekuatan emosionalnya (Pambudi et al., 2021). Hal ini menjadikan metafora sebagai elemen penting dalam daya tarik lagu, serta menarik perhatian peneliti bahasa.

Namun, karena sifatnya yang implisit, metafora sering kali menghadirkan tantangan dalam memahami makna yang terkandung, sehingga membutuhkan interpretasi yang berlapis untuk menggali pesan di baliknya. Oleh karena itu, analisis bentuk dan makna metafora menjadi penting, terutama dalam konteks lagu-lagu populer yang sering kali menyampaikan emosi dan pesan yang kompleks.

Dalam hal ini, semantik berperan penting sebagai ilmu yang mempelajari hubungan antara tanda linguistik dengan hal-hal yang ditandainya (Chaer, 2013: 3). Sebagai cabang ilmu linguistik yang berfokus pada makna, semantik memberikan dasar untuk memahami bagaimana metafora menciptakan asosiasi mendalam antara konsep yang dibandingkan, sehingga makna tersembunyi dalam lirik lagu dapat diungkap. Dengan demikian, semantik menawarkan kerangka analitis yang relevan untuk menggali pesan implisit dalam metafora, sekaligus memahami fungsinya sebagai alat komunikasi yang kaya makna.

Jepang merupakan negara dengan industri musik terbesar kedua di dunia setelah Amerika Serikat (Cusic, 2019; Ando, 2020). Dalam beberapa tahun terakhir, platform digital seperti YouTube, Spotify, dan Apple Music telah menjadi media utama bagi pendengar di Jepang untuk mengakses musik. Berdasarkan survei terbaru, sebanyak 58,6% penduduk Jepang menggunakan YouTube sebagai platform utama untuk mendengarkan musik (Statista Research Department, 2024). Oleh karena itu, jumlah tayangan di YouTube menjadi indikator umum untuk menilai popularitas suatu lagu.

Official HIGE DANDism (Higedan) adalah salah satu grup musik Jepang yang dikenal dengan liriknya yang puitis dan bermakna. Grup musik ini didirikan pada tahun 2012 dan telah meraih berbagai penghargaan bergengsi, seperti peringkat ketiga di Billboard Japan Hot 100 dengan lagu "Pretender" serta Best Asian Artist – Japan di MAMA 2020 (Wikipedia, 2024). Popularitas dan prestasi ini menjadikan Higedan sebagai fenomena musik yang menarik untuk diteliti. Namun demikian, tidak semua lagu mereka memiliki tingkat popularitas yang sama. Sebagai contoh, lagu "Pretender" yang sangat populer telah diputar lebih dari 500 juta kali, sementara lagu yang kurang populer seperti "Re: PLAYLIST" hanya mendapatkan kurang dari 2 juta tayangan di YouTube. Perbedaan ini membuka peluang untuk meneliti elemen-elemen dalam lirik, khususnya metafora, yang mungkin memengaruhi daya tarik suatu lagu dan tingkat popularitasnya.

Menurut Moylan (2007: 62), dalam bukunya *Understanding and Crafting the Mix: The Art of Recording*, teks dalam lagu atau lirik memiliki peran yang sangat penting karena memberikan konteks yang jelas dan spesifik yang memengaruhi pemahaman serta preferensi pendengar. Lirik dalam lagu tidak hanya menyampaikan pesan emosional, tetapi juga ide, cerita, atau komentar sosial yang mendalam, yang dapat langsung menghubungkan pendengar dengan pengalaman tertentu. Moylan juga menegaskan bahwa

meskipun musik instrumental mampu menciptakan suasana tertentu, lirik menjadi elemen dominan yang mengarahkan dan memperjelas pesan yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, lirik berkontribusi secara signifikan terhadap daya tarik dan makna sebuah lagu.

Sejalan dengan pandangan Moylan, analisis lirik menjadi penting untuk memahami elemen estetika yang memengaruhi popularitas lagu. Musik Jepang (J-pop), sebagai salah satu genre yang mendunia, sering kali memanfaatkan lirik puitis dan penuh makna untuk menciptakan resonansi emosional yang kuat dengan pendengar. Popularitas lagu mencerminkan daya tarik emosional dan estetika liriknya, sehingga analisis perbedaan penggunaan metafora pada lagu populer dan tidak populer menjadi relevan untuk memahami hubungan antara elemen linguistik dan penerimaan audiens. Penelitian yang mengkaji kaitan antara penggunaan metafora dan popularitas lagu masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya mengisi celah dalam kajian linguistik lirik lagu Jepang, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi industri musik dalam menciptakan lagu yang lebih menarik dan bermakna secara emosional.

Beberapa penelitian sebelumnya telah memberikan landasan penting bagi kajian ini. Pambudi dan Fadhila (2021) menyoroti penggunaan metafora dalam lagu Jepang bertema bunuh diri, menemukan bahwa metafora abstraksi paling dominan, diikuti oleh antropomorfis dan sinestetik. Pratiwi (2022) menganalisis metafora dalam lirik J-pop dan Enka bertema perpisahan, dengan data dari lagu seperti "Pretender" oleh HIGE DANDism, menggunakan teori Ullmann (2007) dan Knowles & Moon (2006). Hoke et al. (2023) mengidentifikasi metafora abstraksi sebagai jenis yang paling dominan dalam lirik lagu grup "25 時、ナイトコードで."

Penelitian ini memiliki perbedaan mendasar dengan penelitian sebelumnya, yakni pada eksplorasi perbedaan penggunaan metafora antara lagu populer dan tidak populer. Pendekatan baru seperti BUL (Bagi Unsur Langsung) dan Metaphor Identification Procedure (MIP) digunakan untuk memastikan validitas analisis, sehingga penelitian ini memberikan perspektif baru dalam kajian linguistik Jepang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk dan makna metafora dalam lagu-lagu Official HIGE DANDism, baik pada lagu populer maupun yang tidak populer, serta menggali makna metafora yang terkandung di dalamnya. Penelitian ini juga bertujuan mengeksplorasi perbedaan penggunaan metafora antara lagu populer dan tidak populer. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan utama sebagai berikut: (1) bagaimana bentuk dan makna metafora yang digunakan dalam lirik lagu HIGE DANDism kelompok populer? (2) Bagaimana bentuk dan makna metafora yang digunakan dalam lirik lagu HIGE DANDism kelompok tidak populer? (3) Bagaimana perbedaan

penggunaan metafora antara lagu-lagu HIGE DANDism kelompok populer dan tidak populer?

Adapun batasan pada penelitian ini meliputi data yang hanya mencakup kalimat-kalimat lirik yang mengandung metafora serta memenuhi kriteria Metaphor Identification Procedure (MIP) oleh Pragglejaz Group (2007). Lagu yang diteliti dibatasi pada 7 lagu teratas dan 7 lagu terbawah dari total 37 video resmi di saluran YouTube Official 髪男 dism per tanggal 1 Mei 2024, pukul 09.38 WIB. Lagu populer mencakup "Pretender," "ILOVE...," "イエスタデイ," "宿命," "Cry Baby," "ノーダウト," dan "Subtitle," sedangkan lagu tidak populer mencakup "What's Going On?," "ペンディング・マシーン," "ブラザーズ," "恋の前ならえ," "始発が導く幸福論," "Choral A," dan "Re: PLAYLIST." Teori yang digunakan untuk menganalisis bentuk metafora adalah teori klasifikasi metafora oleh Ullmann (2007), sedangkan analisis makna metafora menggunakan teori Knowles dan Moon (2006).

1. Semantik

Semantik adalah cabang ilmu linguistik yang mempelajari makna, baik dalam konteks kebahasaan, historis, maupun psikologis. Kata "semantik" berasal dari bahasa Yunani Kuno *sema* yang berarti "tanda" atau "lambang," kemudian diadaptasi dalam bahasa Prancis sebagai *semantique* oleh M. Breal, yang mengaitkan semantik dengan sejarah dan perubahan makna. Ferdinand de Saussure (dalam Chaer, 2013) menjelaskan bahwa tanda linguistik terdiri dari dua komponen: yang mengartikan (bentuk bunyi bahasa) dan yang diartikan (makna), keduanya merujuk pada sesuatu di luar bahasa. Chaer (2013) menekankan pentingnya semantik dalam memahami hubungan tanda linguistik dengan hal yang ditandainya sebagai dasar komunikasi.

2. Makna dan Perubahan Makna

Makna adalah konsep yang dihasilkan dari hubungan antara tanda linguistik dan konsep yang direpresentasikan, sebagaimana dijelaskan oleh Ferdinand de Saussure (dalam Chaer, 2013). Hubungan ini bersifat tidak langsung dan dimediasi oleh konsep dalam pikiran manusia. Makna dalam bahasa tidak tetap, melainkan dapat berubah akibat pengaruh budaya, sosial, atau penggunaan bahasa yang kreatif. Perubahan makna terjadi karena adanya perkembangan asosiasi antara makna lama dan baru. Keraf (2001) dalam Kurniasih, 2018: 54–55) menyatakan bahwa perubahan makna tersebut dapat berupa perluasan, penyempitan, ameliorasi, peyorasi, metonimi, dan metafora

Metafora, salah satu bentuk perubahan makna, muncul melalui perbandingan sifat antara dua hal yang berbeda, menciptakan makna kiasan yang lebih imajinatif. Contohnya, "puteri malam" digunakan untuk menyebut bulan karena kecantikannya yang

diasosiasikan dengan malam. Metafora memungkinkan penggunaan bahasa yang kreatif, khususnya dalam lirik lagu, untuk menyampaikan pesan emosional atau ide abstrak dengan cara yang lebih konkret dan mendalam. Metafora memiliki peran utama dalam menghidupkan bahasa, terutama dalam karya seni seperti lagu, dengan memperkaya makna melalui kesan estetis dan emosional.

3. Metafora

Metafora adalah gaya bahasa yang menyampaikan makna melalui perbandingan implisit, menciptakan hubungan antara dua hal berbeda berdasarkan kesamaan tertentu. Dalam konteks bahasa Jepang, Nouchi (2002) menjelaskan bahwa 「隠喩が関わるのは「間接的」類似性であり、隠喩は異なるカテゴリーに属する二つの事物を結びつける。」 yang berarti metafora menghubungkan dua hal dari kategori yang berbeda melalui kesamaan sifat yang tidak langsung. Ini memungkinkan terciptanya makna baru yang lebih kaya dan mendalam. Sebagai contoh, ungkapan "Catherine adalah mawar" menyiratkan hubungan antara kecantikan Catherine dan keindahan mawar, menghasilkan kesan estetis yang kuat dan memperdalam nilai emosional ungkapan tersebut.

Berbeda dengan simile yang menggunakan kata pembanding seperti "seperti" atau "laksana," metafora menghilangkan elemen pembanding tersebut, sehingga memberikan kesan lebih langsung dan intens. Misalnya, "Dia seperti singa" (simile) menjadi "Dia adalah singa" (metafora). Dengan cara ini, metafora tidak hanya menyampaikan makna secara lebih mendalam, tetapi juga memperkaya bahasa melalui citra dan analogi yang imajinatif dan konseptual.

4. Prosedur Identifikasi Metafora (MIP) oleh Pragglez Group (2007)

Metaphor Identification Procedure (MIP) adalah metode eksplisit yang dikembangkan oleh Pragglez Group untuk mengidentifikasi kata atau frasa yang digunakan secara metaforis dalam teks atau wacana. Metode ini bertujuan membantu peneliti menentukan apakah suatu unit leksikal dalam konteks tertentu digunakan secara metaforis dengan membandingkan makna kontekstual dan makna dasar unit tersebut. Jika keduanya berbeda tetapi masih dapat dipahami melalui perbandingan, maka unit tersebut ditandai sebagai metaforis (Pragglez Group, 2007).

Prosedur MIP melibatkan beberapa langkah utama: (1) membaca teks secara keseluruhan untuk memahami maknanya, (2) memisahkan teks menjadi unit leksikal, (3) menganalisis setiap unit berdasarkan makna kontekstual, makna dasar, dan perbandingan antara keduanya, serta (4) menandai unit yang digunakan secara metaforis. Sebagai contoh, dalam kalimat "Sonia Gandhi has struggled to convince Indians," kata "struggled" secara literal berarti "berjuang secara fisik," tetapi dalam konteks ini mengacu pada "perjuangan abstrak" sehingga dianggap metaforis. Contoh lain adalah kata "mantle" yang secara literal

berarti "jubah," tetapi dalam konteks politik, kata tersebut menjadi metafora untuk tanggung jawab atau kekuasaan. Dengan demikian, frasa dapat disebut metaforis jika memiliki makna literal dan kontekstual yang berbeda, tetapi tetap dapat dipahami melalui perbandingan yang menghubungkan keduanya.

5. Klasifikasi Bentuk Metafora oleh Ullmann (2023)

Mengingat Stephen Ullmann (2023) dalam Pengantar Semantik yang diadaptasi oleh Sumarsono mengklasifikasikan metafora menjadi empat jenis utama:

5.1 Metafora Antropomorfis

Metafora ini mengalihkan sifat manusia kepada benda tak bernyawa. Contohnya adalah "punggung bukit" dan "jantung kota," di mana elemen alam dan ruang perkotaan dikaitkan dengan tubuh manusia. Menurut Parera (2004), metafora ini menggambarkan kemiripan pengalaman manusia dengan benda non-manusia melalui pengalihan sifat tubuh, emosi, atau kebiasaan manusia. Contoh lain adalah "jakun," yang menghubungkan bagian tubuh manusia dengan benda lain. Cahyadi (2023) menjelaskan bahwa metafora antropomorfis merupakan bagian dari personifikasi, tetapi fokusnya pada benda konkret.

5.2 Metafora Binatang

Metafora ini menggunakan nama binatang untuk menggambarkan sifat atau perilaku manusia, seperti "si babi" untuk seseorang yang dianggap jorok atau "si kucing" untuk seseorang yang lembut. Selain itu, benda tak bernyawa juga dapat dimetaforakan dengan tingkah laku binatang, seperti "truk itu menyeruduk mobil." Menurut Parera (2004), metafora ini tidak hanya mencakup hewan tetapi juga elemen tumbuhan dalam beberapa kasus.

5.3 Metafora Konkret ke Abstrak

Jenis metafora ini menjelaskan konsep abstrak melalui hal konkret. Misalnya, ungkapan "hidupnya sedang bersinar" menghubungkan pengalaman fisik cahaya dengan prestasi atau kebahagiaan. Parera (2004) menyebut pergeseran ini sebagai cara memahami ide kompleks dengan citra yang lebih jelas, seperti "menyandarkan hati," di mana tindakan fisik "menyandarkan" diterapkan pada konsep abstrak "hati."

5.4 Metafora Sinaestetik

Metafora ini melibatkan transfer antarindera, seperti dari bunyi ke penglihatan. Contoh-contohnya adalah "*loud perfume*" atau "*music bright*," yang menciptakan pengalaman baru dengan memindahkan sifat dari satu indera ke indera lainnya. Parera (2004) menjelaskan bahwa metafora sinestesia memungkinkan indera yang biasanya tidak relevan menangkap pengalaman tertentu, misalnya "hangat didengar."

Klasifikasi ini memperlihatkan bagaimana metafora menciptakan hubungan baru yang memperkaya bahasa melalui berbagai pola

perbandingan, baik dalam karya sastra maupun kehidupan sehari-hari.

6. Teori Analisis Makna Metaforis menurut Knowles dan Moon (2006)

Mengingat Knowles dan Moon (2006) menjelaskan bahwa metafora terdiri dari tiga elemen utama: kendaraan (kata atau frasa metaforis), topik (hal yang dibahas), dan grounds (kesamaan antara kendaraan dan topik). Proses analisisnya melibatkan identifikasi kendaraan dan topik, eksplorasi kesamaan di antara keduanya, serta interpretasi makna sesuai konteks.

Sebagai contoh, dalam ungkapan "*a mountain of paperwork*," kendaraan "*mountain*" menggambarkan topik "sejumlah besar pekerjaan" melalui kesamaan seperti "ukuran besar" dan "kesulitan." Pendekatan ini menegaskan bahwa makna metaforis dibangun dari hubungan implisit antara dua hal yang berbeda melalui perbandingan konseptual.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Djajasudarma (2010:10) mendefinisikan metode deskriptif sebagai pendekatan yang bertujuan untuk mengklasifikasikan dan menganalisis data tanpa menggunakan perhitungan statistik, melainkan dengan penjabaran dalam bentuk kalimat dan kata. Pendekatan ini dipilih karena relevan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk menggali makna dan fungsi metaforis dalam lirik lagu Jepang secara mendalam dan terperinci.

Data penelitian bersumber dari lirik lagu yang diambil dari saluran YouTube resmi Official HIGE DANDism. Sampel data terdiri dari lagu-lagu populer (peringkat 1-7 berdasarkan jumlah tayangan) dan kurang populer (peringkat 31-37). Pengumpulan data dilakukan melalui teknik studi dokumen, yaitu metode pengumpulan data melalui dokumen tertulis dan elektronik Nilamsari (2014:14). Dalam hal ini, lirik lagu diperoleh dari subtitle video resmi, dipilah berdasarkan relevansi dengan penelitian, dan diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia untuk memudahkan analisis.

Proses analisis data mengikuti model kualitatif dari Miles dan Huberman (2014), yang terdiri atas tiga tahapan utama. (Miles and Huberman, 2014: 8-10)

- 1) Reduksi data : dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data untuk memastikan hanya data yang relevan yang dianalisis. Identifikasi metafora dilakukan menggunakan Metaphor Identification Procedure (MIP) dari Pragglejaz Group (2007), yang mencakup langkah-langkah membaca konteks, memisahkan unit leksikal, dan membandingkan makna literal dengan makna kontekstual.
- 2) Klasifikasi data : data yang telah direduksi diklasifikasikan menggunakan teori Knowles dan Moon (2006) untuk menganalisis elemen metaforis (kendaraan, topik, dan grounds) serta teori Ullmann

(2023) untuk mengategorikan bentuk metafora.

- 3) Penyajian data : dilakukan dalam bentuk tabel dan deskripsi kualitatif untuk memberikan gambaran sistematis tentang pola dan makna metaforis yang ditemukan.
- 4) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi : membandingkan dan menyimpulkan penggunaan metafora, menganalisis hubungan sebab-akibat, serta memvalidasi hasil melalui triangulasi teori dan perbandingan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 14 lirik lagu yang dianalisis, ditemukan 83 verba metaforis.

Tabel 1. Distribusi Jenis Metafora dalam Lagu Populer dan Tidak Populer

Ke lom pok	Lagu	To tal D a ta	Kon kret ke Abst rak	Sin aes teti k	Ant rop om or fis	Bi na ta ng
La gu Po pul er	Pretender	5	4	1	0	0
	I LOVE...	12	11	0	0	1
	Yesterday	6	5	0	1	0
	Shukumei	10	9	0	1	0
	Cry Baby	6	5	1	0	0
	No Doubt	4	3	0	1	0
	Subtitle	9	9	0	0	0
Total Populer		52	46	2	3	1
La gu Tid ak Po pul er	What's Going On	4	4	0	0	0
	Pending Machine	4	4	0	0	0
	Brothers	9	9	0	0	0
	Koi no Mae Narae	4	4	0	0	0
	Shihatsu ga Michibiku Koufukuron	3	3	0	0	0
	Choral A	4	4	0	0	0
	Re: PLAYLIST	3	3	0	0	0
Total Tidak Populer		31	31	0	0	0
Grand Total		83	77	2	3	1

Data ini dirangkum dalam Tabel 1, yang memperlihatkan distribusi jenis metafora pada lagu populer dan tidak populer. Jenis metafora konkret ke abstrak menjadi yang paling dominan di kedua kategori. Namun, lagu populer menunjukkan variasi jenis metafora yang lebih kaya, termasuk sinestetik dan antropomorfis, yang sama sekali tidak ditemukan dalam lagu tidak populer. Sebaliknya, lagu tidak populer sepenuhnya didominasi oleh metafora konkret ke abstrak.

Selain jenis metafora, tema makna metafora yang muncul dalam lagu juga dianalisis. Sebanyak 42,3% tema pada lagu populer berkaitan dengan cinta, relasi, dan perpisahan, sementara lagu tidak populer lebih sering membahas tema harapan (19,4%) dan tantangan hidup (22,6%). Hasil ini dirangkum dalam Tabel 2, yang menunjukkan bahwa lagu populer cenderung mengangkat tema universal yang dapat menarik audiens yang lebih luas, sedangkan lagu tidak populer lebih fokus pada tema spesifik.

Tabel 2. Perbandingan Tema Metafora dalam Lagu Populer dan Tidak Populer

Tema	Frekuensi		
	Tidak Populer	Populer	Dominan pada lagu ...
Cinta/Relasi/Perpisahan	9 (29.%)	22 (42.3%)	Populer
Refleksi Perasaan Internal	5 (16.1%)	15 (28.8%)	Populer
Masalah Sosial	4 (12.9%)	8 (15.4%)	Populer
Harapan Hidup	6 (19.4%)	5 (9.6%)	Tidak Populer
Tantangan Hidup	7 (22.6%)	2 (3.8%)	Tidak Populer
Total	31 (100%)	52 (100%)	

Perbedaan dalam penggunaan metafora antara lagu populer dan tidak populer disajikan dalam Tabel 3. Lagu populer menggunakan berbagai jenis metafora, termasuk sinestetik dan antropomorfis, untuk menggambarkan tema yang bersifat emosional dan universal, seperti cinta, introspeksi diri, dan dinamika hubungan. Sebaliknya, lagu tidak populer cenderung fokus pada metafora konkret ke abstrak untuk menyampaikan tema yang lebih spesifik, seperti tekanan hidup dan kritik sosial.

Tabel 3. Perbandingan Penggunaan Metafora dalam Lirik Lagu Populer dan Tidak Populer

Aspek	Lagu Populer	Lagu Tidak populer
Penggunaan Metafora	Lebih beragam, mencakup konkret ke abstrak, sinestetik, antropomorfis, dan binatang.	Didominasi 100% oleh metafora konkret ke abstrak.
Dominasi Bentuk Metafora	Didominasi oleh Metafora Konkret ke Abstrak (46), diikuti oleh Metafora Antropomorfis (3), Metafora Sinaestetik (2) dan, Metafora Binatang (1).	Didominasi oleh Konkret Ke Abstrak (31).
Makna Metafora yang Diangkat	Cinta, perpisahan, introspeksi diri, dan dinamika hubungan.	Stres, kelelahan mental, dan tekanan kehidupan modern.

Hasil penelitian dijabarkan berdasarkan kategori metafora menurut teori Ullmann (2023). Berikut penjelasan singkat setiap kategori dengan satu contoh yang representatif:

1) Metafora Konkret ke Abstrak

Metafora ini menggunakan objek nyata untuk menjelaskan konsep abstrak. Contoh:

“いざ生まればひとり芝居だ” (111)

(*iza hajimareba hitori shibai da*)

"Ketika dimulai, itu hanyalah pertunjukan solo."

(Pretender, 2019)

Frasa *hitori shibai* (pertunjukan solo) menggambarkan kesendirian dalam cinta sepihak. Kendaraan (*vehicle*) adalah "pertunjukan solo," topik (*topic*) adalah "kisah cinta sepihak," dan grounds (*kesamaan*) adalah kesendirian dalam menjalani peran, baik dalam drama solo maupun hubungan tidak seimbang. Metafora ini menjadikan pengalaman konkret sebagai simbol emosi abstrak yang mendalam.

2) Metafora Antropomorfis

Metafora ini memberikan sifat manusia pada benda tak bernyawa. Contoh:

“ポケットの中で怯えたこの手はまだ忘れられな
いまま” (132)

(*poketto no naka de obieta kono te wa mada
wasurerarenai mama*)

"Tangan yang merasa ketakutan di dalam kantong ini
masih belum bisa dilupakan."

(Yesterday, 2019)

Frasa *obieta kono te* (tangan yang ketakutan) menggambarkan kecemasan yang tersembunyi. Kendaraan adalah "tangan yang ketakutan," topik adalah "ketakutan atau kecemasan," dan *grounds* adalah kesamaan antara rasa takut yang diwujudkan dalam fisik tangan. Metafora ini menciptakan visualisasi emosi yang konkret, membuat pendengar lebih memahami keadaan emosional protagonis.

3) Metafora Sinaestetik

Metafora ini menggabungkan pengalaman dari berbagai indra. Contoh:

“その髪に触れただけで痛いやいやでも甘い
やいや” (113)

(*sono kami ni fureta dake de itai ya iya demo amai na
iya iya*)

"Hanya dengan menyentuh rambut itu, rasanya sakit,
namun juga manis."

(Shukumei, 2019)

Frasa ini memadukan rasa sakit (*itai*) dan manis (*amai*), menggambarkan cinta sebagai pengalaman paradoks. Kendaraan adalah "rasa sakit dan manis," topik adalah "cinta yang rumit," dan *grounds* adalah intensitas emosi yang menyenangkan sekaligus menyakitkan. Penggabungan indra ini menciptakan efek emosional yang mendalam.

4) Metafora Binatang

Metafora ini menggunakan sifat atau karakteristik binatang untuk menggambarkan manusia atau situasi. Contoh:

“嘆く人も居ない鼠色の街の中で I love”

(*nageku hito mo inai nezumi no machi no naka de I
love*)

"Di kota berwarna tikus tanpa orang yang merintih, aku
mencintai."

(I LOVE..., 2021)

Frasa *nezumi no machi* (kota berwarna tikus) menggambarkan suasana kehidupan yang monoton dan suram. Kendaraan adalah "warna tikus," topik adalah "kehidupan yang datar dan tidak bersemangat," dan *grounds* adalah asosiasi antara warna abu-abu dan keadaan monoton. Metafora ini memperkuat tema isolasi dan kebosanan dalam kehidupan modern.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variasi jenis dan tema metafora berperan penting dalam membentuk daya tarik emosional dan estetika lagu. Lagu populer dengan ragam metafora yang lebih luas menciptakan keterikatan emosional yang kuat dengan pendengar, sementara lagu tidak populer menonjolkan kedalaman tema dengan pendekatan yang lebih spesifik. Penelitian ini memberikan gambaran awal yang signifikan untuk memahami hubungan antara penggunaan metafora dan daya tarik sebuah lagu pada audiens.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa dalam lirik lagu kelompok populer HIGE DANDism, terdapat 52 metafora dengan dominasi bentuk metafora konkret ke abstrak, yang menggambarkan emosi, perasaan, dan pengalaman melalui objek konkret. Selain itu, ditemukan pula metafora antropomorfis, sinaestetik, dan binatang yang memperkaya daya tarik sensorik dan imajinatif. Lagu seperti "I LOVE..." menunjukkan jumlah metafora terbanyak di kelompok ini, dengan makna yang berpusat pada cinta, harapan, dan perjuangan emosional, memberikan kedalaman pengalaman bagi pendengar.

Pada kelompok lagu tidak populer, ditemukan 31 metafora yang seluruhnya berupa metafora konkret ke abstrak. Lagu seperti "Brothers" memiliki jumlah metafora terbanyak di kelompok ini. Metafora dalam lagu tidak populer lebih sederhana dan langsung dalam menyampaikan makna, fokus pada tema persahabatan, kenangan, dan perjalanan hidup. Tidak ditemukan metafora antropomorfis, sinaestetik, atau binatang, sehingga pengalaman emosional yang dihasilkan cenderung lebih terbatas dibandingkan lagu populer.

Perbedaan utama antara kedua kelompok terletak pada keragaman bentuk metafora, di mana lagu populer menunjukkan variasi yang lebih kaya, sementara kesamaannya adalah dominasi metafora konkret ke abstrak. Keragaman metafora dalam lagu populer memberikan pengalaman emosional yang lebih mendalam dan berlapis, berkontribusi pada daya tariknya yang lebih besar. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa variasi dan kompleksitas metafora tidak hanya memperkaya lirik, tetapi juga meningkatkan resonansi emosional, menunjukkan kaitan antara penggunaan metafora dan popularitas lagu dalam konteks musik Jepang.

Saran

Berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya:

- 1) Pengembangan Data dan Lagu yang Dianalisis:
Penelitian ini hanya berfokus pada band Official HIGE DANDism. Penelitian mendatang diharapkan dapat melibatkan lebih banyak band atau genre musik untuk memperluas cakupan

analisis dan mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

- 2) Analisis Lintas Budaya:
Mengingat pengaruh budaya terhadap penggunaan metafora, penelitian selanjutnya dapat membandingkan penggunaan metafora dalam lirik lagu Jepang dengan lagu dari negara lain untuk melihat perbedaan atau persamaan pola penggunaan metafora dalam konteks budaya yang berbeda.
- 3) Penggunaan Metode yang Lebih Mendalam:
Selain menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan Metaphor Identification Procedure (MIP), penelitian mendatang dapat mempertimbangkan pendekatan pragmatik atau semiotik untuk mengkaji makna metaforis lebih mendalam.
- 4) Implikasi dalam Pembelajaran Bahasa Jepang:
Penggunaan metafora dalam lirik lagu dapat menjadi materi ajar yang menarik dan efektif dalam pengajaran Bahasa Jepang. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi bagaimana analisis metafora dapat diaplikasikan dalam pembelajaran untuk meningkatkan pemahaman siswa terhadap kosa kata, budaya, dan ekspresi bahasa Jepang.

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan kajian linguistik dan pengajaran Bahasa Jepang, serta memotivasi penelitian-penelitian serupa di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliurridha, A., & Efendi, A. (2021). Fungsi Kognitif dan Pragmatik Metafora dalam Debat Pilgub DKI Jakarta 2017. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*.
- Ando, K. (2020). Contractual Relationships among Artists, Record Labels, and Artist Management Companies in Japan. *The Oxford Handbook of Music Law and Policy*. doi:<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190872243.013.22>
- Cahyadi, D. (2023). Antropomorfi: Imaji Rekaan. Preprint. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.24556.74887>
- Chaer, Abdul. 2013. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cusic, D. (2019). The Asian Music Industry. *International Summit of the Music & Entertainment Industry Educators Association*, 25-27. doi:<https://doi.org/10.25101/19.16>
- Djajasudarma, T. F. (2010). *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung: Eresco.
- Group, P. (2007). MIP: A Method for Identifying Metaphorically Used Words in Discourse. *Metaphor and Symbol*, 22, 1 - 39.
- Hoke, D.E., Sambeka, F.L., & Sumampouw, R. (2023). *ANALISIS METAFORA DALAM LAGU JEPANG. KOMPETENSI*.
- Knowles, M., & Moon, R. (2006). *Introducing Metaphor*. Psychology Press.
- Kurniasih, U. (2019). Perubahan penggunaan modalitas intensional dalam bahasa Melayu dan bahasa Indonesia. *Disastra: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(1), 53-59. <http://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/disastra>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moylan, W. (2014). *Understanding and crafting the mix: The art of recording*. Routledge.
- Mudrikah, M., & Fadhlain, S. (2022). GAYA BAHASA PENYIAR PADA PROGRAM NUMPANG NAMPANG TERHADAP MINAT PENDENGAR RADIO REPUBLIK INDONESIA (RRI) MEULABOH. *Jurnal Bahasa dan Sastra*.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif. *Wacana*, XIII(2), 177-181.
- Nouchi, Ryouzou. 2002. *Retorikku Nyuumon - Shuuji to Ronshou*. Kyoto : Sekaishisousha
- Nurgiyantoro, Burhan. 2022. *Stilistika*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nurhadi, D. (2010). Kontribusi pemahaman budaya dalam penafsiran majas metafora bahasa Jepang. *Jurnal Invoasi*, 16(22), 43-48.
- Pambudi, R., Fadhila, A., Kautsar, H.S., & Syaifuddin, M.A. (2021). *ANALISIS METAFORA DALAM LAGU JEPANG BERTEMAKAN BUNUH DIRI*. *Jurnal Pendidikan Bahasa Jepang Undiksha*.
- Parera, J.D. 2004. *Teori Semantik Edisi 2*. Jakarta: Erlangga.
- Pratiwi, A. N. (2022). Analisis metafora dalam lirik lagu J-pop dan Enka bertema perpisahan. *Jurnal Hikari*, 6(2), 194-204.
- Recording Industry Association of Japan. (March 27, 2024). Most commonly used methods of listening to music among people in Japan as of December 2023 [Graph]. In Statista. Retrieved May 01, 2024, from <https://www.statista.com/statistics/109943>

1/japan-most-commonly-used-music-listening-methods/ Risdawati, M. (2016). *Stilistika Dalam Lagu*. Purwokerto: Bebook Publisher.

Risdawati, M. (2016). *Stilistika Dalam Lagu*. Purwokerto: Bebook Publisher.

Siswono, S. M. (2014). *Teori dan Praktik (Diksi, Gaya Bahasa, dan Pencitraan)*. Yogyakarta: Deepublish.

Ullmann, S. (2023). *Pengantar Semantik (Diadaptasi oleh Sumarsono)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

wikipedia.org. (2024, April 18). wikipedia.org Awards and nominations. Dipetik 5 1, 2024, dari Official Hige Dandism: https://en.wikipedia.org/wiki/Official_Hige_Dandism#Awards_and_nominations

Yahya, H., & Habibi, M. (2023). Pengaruh gaya komunikasi penyiar terhadap minat dengar Dapur Remaja Radio 107.8 FM. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(2), 68–76. <https://doi.org/10.22219/jbk.v1i2.19142>

youtube.com. (n.d.). Retrieved 5 1, 2024, from <https://www.youtube.com/@officialhigedandism>