

# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Gaya bahasa (*figure de style*) merupakan bentuk bahasa kiasan yang digunakan untuk menyampaikan pesan dengan memperhatikan pemilihan kata dan susunan kalimat yang digunakan. Strategi ini digunakan untuk membantu penulis atau pembicara menyampaikan gagasan, emosi, atau pesan dengan cara yang lebih kreatif, bahkan terkadang tidak biasa jika dibandingkan dengan bahasa sehari-hari. Definisi lain dikemukakan oleh Hardianto et al. (2017) bahwa gaya bahasa dapat digunakan sebagai cara untuk mengekspresikan pikiran seseorang melalui penggunaan bahasa yang unik, sehingga mampu menampilkan ciri khas serta kepribadian penutur atau penulisnya, pernyataan tersebut didukung oleh Alan & Haedariah (2024) yang menyatakan bahwa gaya bahasa membantu pembaca mengenali perbedaan setiap karya, karena tiap penulis punya cara sendiri dalam menyampaikan ide atau cerita melalui tulisannya. Gaya bahasa merujuk pada cara seseorang menggunakan kekayaan bahasa dalam berkomunikasi, baik dengan bentuk lisan maupun tulisan. Selain itu, dengan menggunakan bahasa yang bervariasi tentu akan menciptakan kesan tertentu sebagai gambaran dari penutur tersebut.

Penggunaan gaya bahasa selain mencirikan gaya bahasa seseorang juga dapat menciptakan suasana komunikasi yang lebih hidup dan menarik. Hal tersebut dilakukan untuk mencerminkan bagaimana seseorang menggambarkan situasi yang sedang dialami atau dirasakan. Tidak dapat disangkal bahwa gaya bahasa memiliki peran penting dalam membangun atau menciptakan nuansa

dramatis dalam sebuah cerita. Kemudian Fitri et al. (2024) menyatakan bahwa gaya bahasa dimanfaatkan oleh pengarang untuk memperindah tulisannya dan mendapat efek estetis atau keindahan, oleh karena itu pengarang berusaha untuk menambahkan sebuah gaya bahasa di dalam karyanya agar pembaca akan semakin tertarik untuk membacanya. Hal ini karena manusia sering kali menyalurkan emosi melalui kata-kata, bukan hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membuat pesan yang tersampaikan menjadi lebih hidup juga membuat seseorang merasakan keindahan dari pesan tersebut. Menguatkan pernyataan tersebut, Ammah (2022) berpendapat bahwa gaya bahasa berfungsi untuk memperjelas dan memperkuat penyampaian pikiran serta perasaan, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan lebih baik dan dipahami secara utuh oleh pembaca maupun pendengar.

Penggunaan gaya bahasa yang tepat dapat mempengaruhi arti dan kesan dari pesan yang ingin disampaikan. Lebih jauh lagi, penggunaannya bisa membuat makna dalam sebuah karya lebih dalam dan berlapis, sehingga pembaca bisa lebih merasakan emosi, suasana, atau pesan yang ingin disampaikan. Dalam karya sastra, majas bukan hanya sekedar mempercantik kata-kata, tetapi juga menciptakan kesan yang lebih kuat dan membangun imajinasi pembaca, sehingga mereka bisa lebih terhubung dengan cerita atau gagasan yang ingin disampaikan oleh seorang komunikator.

Salah satu penggunaan gaya bahasa yang menarik perhatian adalah majas hiperbola. Hiperbola, sebagai bentuk pengungkapan yang dilebih-lebihkan untuk menciptakan kesan yang lebih emosional. Sebagaimana tertuang dalam

Claridge (2011) bahwa *“Hyperbole is also intensification in the emotional sense, i.e., emphasis.”*. Penelitian ini menandakan bahwa hiperbola merupakan gaya bahasa yang paling mengunggah emosi dengan ciri penyampaianya yang berlebihan. Hal senada juga diungkapkan oleh Suhamy (2016) *“L’hyperbole consiste toujours à amplifier quelque chose, à en dire plus que la réalité”*. Hiperbola pada umumnya digunakan para penulis agar karya sastra yang diciptakan menjadi lebih hidup untuk pembaca sehingga pembaca dapat berimajinasi melalui cerita yang dibaca tersebut. Dengan membuat para pembaca berimajinasi, hal ini juga membuat kalimat yang dituturkan menjadi lebih menarik, penggunaan kata yang berlebihan ini dapat mengubah cara berpikir seseorang dan merubah pemikiran dari yang sederhana menjadi lebih spektakuler. Bahasa yang berlebihan bukan hanya untuk membuat pembaca berimajinasi melainkan untuk membantu mereka meyakini hal-hal yang memang layak untuk diyakini.

Membaca dan mempelajari bentuk-bentuk hiperbola bukan sekadar mengenali struktur bahasa atau memahami maknanya secara literal. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni & Alam (2023) dikatakan bahwa hiperbola mampu menambah nilai estetik dalam sebuah karya, memberikan kesan yang kuat bagi pembaca, membangkitkan keterlibatan emosional terhadap cerita yang disampaikan, serta menumbuhkan rasa ingin tahu yang mendalam. Hiperbola dapat memperkuat emosional yang dapat membuat suatu narasi menjadi lebih hidup. Dengan gaya bahasa yang dilebih-lebihkan, pembaca terdorong untuk memahami dan pesan tersembunyi dan menikmati keindahan bahasa yang tidak selalu terlihat dalam ungkapan sederhana.

Pemilihan fokus penelitian pada gaya bahasa hiperbola didasarkan pada tantangan yang sering dihadapi dalam memahami ungkapan kiasan dalam bahasa Prancis. Gaya bahasa dalam bahasa Prancis tidak selalu jelas maknanya sebagaimana yang disampaikan oleh Suhamy (2016) *“l’hyperbole est l’indice textuel qui permet de saisir le double langage”* dan juga interpretasinya juga dipengaruhi oleh konteks bahasa dan budaya. Dalam konteks pembelajaran bahasa asing, khususnya bahasa Prancis pemahaman terhadap majas seperti hiperbola menjadi aspek yang krusial, karena tidak hanya berkaitan dengan struktur bahasa, tetapi juga mencerminkan cara berpikir dan nilai-nilai budaya penutur aslinya.

Penggunaan hiperbola dapat memiliki pengaruh besar pada pengembangan literasi dan kemampuan linguistik, terutama dalam keterampilan membaca kritis terhadap teks dengan makna tersembunyi. Tujuan dari pembelajaran gaya bahasa bukan hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga untuk menanamkan pemahaman bahwa penggunaan bahasa merupakan pencerminan dari kepribadian seseorang (Tanur & Mahajani, 2021). Pemahaman yang mendalam mengenai gaya bahasa ini memungkinkan pembelajar bahasa untuk lebih cermat dalam menafsirkan isi teks, meresapi emosi yang ingin disampaikan oleh penulis, dan menghargai keindahan bahasa yang digunakan, baik dalam karya sastra maupun dalam konteks komunikasi sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian ini dianggap relevan untuk mendukung pembelajaran bahasa Prancis secara lebih komprehensif dan berorientasi pada pemahaman makna dalam konteks yang tepat.

Fokus utama dalam penelitian ini adalah majas hiperbola sebagai salah satu bentuk gaya bahasa yang memiliki fungsi memperkuat ekspresi dan menciptakan efek dramatik dalam karya sastra. Hiperbola dipilih karena bentuknya yang khas dalam melebih-lebihkan realitas, sehingga mampu menggugah emosi pembaca dan memperindah penyampaian makna. Namun, hiperbola bukanlah bentuk tunggal yang berdiri sendiri, melainkan terdiri atas beberapa jenis dengan karakteristik penggunaan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, subfokus dalam penelitian ini yaitu, jenis hiperbola yang terdapat dalam novel *À la recherche du temps perdu* karya Marcel Proust. Berdasarkan teori Suhamy (2016) dan Office québécois de la langue française (2025), jenis-jenis tersebut meliputi: *hyperbole par comparaison*, *hyperbole par métaphore*, *hyperbole par emploi de mots excessifs*, dan *hyperbole par emploi abusif de superlatifs*.

Dalam rangka menganalisis berbagai jenis hiperbola, peneliti memilih novel "*À la recherche du temps perdu*" karya Marcel Proust sebagai sumber data utama. Novel ini dipilih karena mengandung beragam gaya hiperbola yang khas dalam bahasa, sehingga menjadikannya sebagai sumber penting dalam pembelajaran linguistik. Keterkaitan novel ini dengan penggunaan hiperbola memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fungsi dan peran hiperbola dalam penyampaian makna di dalam karya sastra. Selain itu, pemilihan novel ini didasarkan pada reputasi bahwa penulis yaitu Marcel Proust dikenal sebagai sastrawan yang sering mengintegrasikan gaya bahasa hiperbola dalam setiap karyanya. Melalui penelitian ini, diharapkan bahwa peneliti

mampu menggali lebih dalam bagaimana esensi dan makna hiperbola yang tertuang dalam novel "*À la recherche du temps perdu*".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, pertanyaan yang menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini adalah : jenis hiperbola apa saja yang terdapat dalam novel *À la recherche du temps perdu* karya Marcel Proust ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis secara mendalam tentang berbagai jenis hiperbola menurut Suhamy (2016) & Office québécois de la langue française (2025) dengan fokus pada penerapan dalam novel *À la recherche du temps perdu* karya Marcel Proust.

## **1.4 Batasan Masalah**

Penelitian ini secara khusus dibatasi pada analisis penggunaan majas hiperbola pada kata, frasa, klausa dan kalimat dalam novel *À la recherche du temps perdu* karya Marcel Proust. Fokus kajian diarahkan pada pengidentifikasian dan klasifikasi jenis-jenis hiperbola berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Suhamy (2016) & Office québécois de la langue française (OQLF, 2025). Pembahasan majas selain hiperbola dibahas secara terbatas sebagai pelengkap teori dalam penelitian dan tidak dianalisis dalam data.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **a) Manfaat Teoretis**

Penelitian ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman penulis mengenai ciri-ciri dan ruang lingkup penggunaan gaya bahasa hiperbola yang sering muncul dalam berbagai bentuk komunikasi tertulis, terutama pada teks fiksi seperti novel. Selain memberikan kontribusi terhadap

pengembangan kajian stilistika dalam ranah linguistik, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan yang bermanfaat dalam mendukung pembelajaran bahasa Prancis sebagai bahasa asing, khususnya dalam konteks mata kuliah linguistik tingkat pendidikan tinggi. Melalui kajian ini, diharapkan pembelajar bahasa tidak hanya memperoleh pemahaman tentang konsep teoritis terkait ragam hiperbola, tetapi juga mampu mengenali dan mengevaluasi penggunaannya dalam konteks bahasa asing. Dengan demikian, kemampuan analisis dan apresiasi terhadap gaya bahasa dalam teks berbahasa Prancis dapat ditingkatkan secara lebih optimal.

#### **b) Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan untuk memperdalam pemahaman penulis mengenai penggunaan gaya bahasa hiperbola dalam karya sastra, khususnya yang tertuang dalam novel "*À la recherche du temps perdu*". Penulis diharapkan dapat menganalisis peran hiperbola dalam menghidupkan suasana cerita, menegaskan perasaan para tokoh, serta memperjelas konflik yang muncul sepanjang narasi.

#### **1.6 Keaslian Penelitian**

Kajian mengenai gaya bahasa dalam karya sastra terus berkembang, hal ini dilakukan untuk memahami bagaimana penggunaannya mempengaruhi pembaca. Salah satu penelitian yang dikaji sebelumnya terkait hiperbola dilakukan oleh Kasmawati (2021) dari Universitas Muslim Maros dengan judul "Penggunaan Hiperbola dalam Novel Ayat-Ayat Cinta karya Habiburrahman El

Shirazy”, penelitian tersebut mengulas bentuk, jenis, serta dampak hiperbola dalam novel tersebut. Menggunakan metode simak dengan teknik wawancara dan pencatatan, penelitian ini menemukan bahwa hiperbola dalam novel ini muncul dalam bentuk kata dan frasa yang dikategorikan sebagai hiperbola kuantitatif dan kualitatif. Penggunaannya dapat membuat pembaca untuk menciptakan efek estetis, memperkuat emosi dalam cerita. Namun, penelitian ini hanya memiliki 24 data dalam kata dan frasa yang mengandung hiperbola, sehingga masih diperlukan penelitian lebih lanjut dengan cakupan data yang lebih luas dalam memperluas wawasan dan menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap hiperbola.

Penelitian sejenis dilakukan oleh Kusuma Dewi (2022) dengan judul “Hyperbole in the song lyrics of Adele’s 19 and 21 albums” menganalisis jenis-jenis hiperbola dan makna yang terkandung dalam lirik lagu tersebut berdasarkan teori Claridge (2011). Penelitian menunjukkan bahwa terdapat 6 jenis dari 7 jenis hiperbola yaitu, 52 data *phrasal hyperbole*, 20 data *clausal hyperbole*, 2 data *numerical hyperbole*, 1 data *comparison*, dan 4 data *repetition*. Hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa hiperbola lebih berfungsi untuk memberikan efek dramatis yang dapat membangkitkan perasaan pembaca.

Kedua penelitian relevan tersebut pada prinsipnya memiliki dua kesamaan fokus pada penelitian ini. Maka relevansi kedua penelitian tersebut terletak pada analisis penggunaan serta variasi hiperbola dalam memperkuat emosi dan membuat suasana dramatis dalam karya sastra. Adapun perbedaan utama dalam penelitian yang dilakukan saat ini adalah pemanfaatan sumber berbahasa

Prancis, sebagai perluasan dari kajian terdahulu yang melibatkan bahasa Inggris dan Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori Suhamy (2016) yang membagi jenis hiperbola menjadi 4 jenis yaitu, *hyperbole par comparaison*, *hyperbole par métaphore*, *hyperbole par emploi de mots excessifs*, dan *hyperbole par emploi abusif de superlatif*. Dengan demikian, peneliti menggunakan novel dengan gaya bahasa klasik sebagai sumber data yang ingin diteliti berjudul *À la recherche du temps perdu* karya Marcel Proust. Perbedaan yang jelas diantara dua penelitian sebelumnya, bahwa kedua penelitian sebelumnya menggunakan teori yang berbeda dengan penelitian ini. Hasil penelitian sebelumnya mengidentifikasi adanya 7 jenis hiperbola, maka penelitian ini berfokus pada 4 jenis hiperbola.

