



NUSANTARA: Jurnal Inovasi Pendidikan

EISSN:3090-5230

Website: <https://j-pkesling.org/index.php/jpdk/index>

Analisis Majas Dan Peribahasa: Kekuatan Gaya Bahasa Dalam Komunikasi

Fatmasari Anggraini, Himelsha Afika, Novita Rahmawati, Putri Amalliah, Miranda, Putri Hana Pebriana

Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Indonesia

Corresponding author

Putripebriana99@gmail.com

Abstrak

Artikel ini membahas tentang kekuatan gaya bahasa dalam komunikasi melalui analisis majas dan peribahasa. Majas, sebagai bentuk ungkapan kiasan, dan peribahasa, sebagai refleksi kearifan lokal, berperan penting dalam memperkaya ekspresi dan memperkuat pesan dalam komunikasi verbal maupun tulisan. Dalam masyarakat modern, keduanya tidak hanya berfungsi sebagai alat estetika, tetapi juga memiliki peran strategis dalam menyampaikan emosi, membangun koneksi, serta mengkritisi realitas sosial. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan mengumpulkan referensi dari berbagai sumber digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa majas seperti metafora, personifikasi, dan hiperbola mampu menggugah respons emosional audiens, sedangkan peribahasa membantu menyampaikan nilai moral secara halus dan efektif. Di era komunikasi digital, gaya bahasa ini tetap relevan bahkan mengalami transformasi untuk menyesuaikan konteks zaman. Oleh karena itu, pemahaman terhadap penggunaan majas dan peribahasa menjadi penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi.

Kata Kunci: Majas, Peribahasa, Komunikasi

Abstract

This article discusses the power of figurative language in communication through the analysis of figures of speech and proverbs. Figures of speech, as a form of figurative expression, and proverbs, as a reflection of local wisdom, play an important role in enriching expressions and strengthening messages in both verbal and written communication. In modern society, both not only function as aesthetic tools but also have a strategic role in conveying emotions, building connections, and critiquing social realities. This research uses a literature study method by collecting references from various digital sources. The results of the analysis show that figures of speech such as metaphors, personifications, and hyperboles can evoke emotional responses from the audience, while proverbs help convey moral values subtly and effectively. In the digital communication era, these language styles remain relevant and even undergo transformation to adapt to the context of the times. Therefore, understanding the use of figures of speech and proverbs is important in enhancing communication effectiveness.

Keywords: Figures of Speech, Proverbs, Communication

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan salah satu elemen terpenting dalam kehidupan manusia. Melalui bahasa, manusia dapat mengungkapkan pikiran, perasaan, serta menyampaikan informasi kepada orang lain. Sebagai alat komunikasi, bahasa memainkan peran sentral dalam membentuk interaksi sosial dan pertukaran ide antar individu maupun kelompok. Namun, selain berfungsi sebagai alat komunikasi, bahasa juga memiliki dimensi estetika dan emosional yang memengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima oleh audiens. Penggunaan bahasa yang tepat tidak hanya membuat pesan lebih efektif, tetapi juga dapat memperkaya pengalaman komunikasi itu sendiri. Salah satu aspek penting dalam bahasa yang memperkaya komunikasi adalah penggunaan gaya bahasa, seperti majas dan peribahasa.

Majas, sebagai salah satu bentuk gaya bahasa, sering kali digunakan untuk menyampaikan pesan secara kiasan. Gaya bahasa ini tidak hanya berfungsi untuk memperkaya ekspresi, tetapi juga memperdalam makna dan menciptakan kesan yang lebih kuat pada audiens. Setiap majas memiliki cara khusus untuk menyampaikan makna, baik secara eksplisit maupun implisit, sehingga dapat menggugah emosi dan imajinasi pendengar atau pembaca. Dalam hal ini, majas seperti metafora, personifikasi, hiperbola, dan ironi memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya tarik pesan. Misalnya, metafora yang menyandingkan dua hal yang berbeda dapat menyederhanakan konsep yang kompleks atau memberikan gambaran yang lebih kuat dan hidup. Penggunaan metafora dapat membantu audiens memahami gagasan yang lebih abstrak dengan cara yang lebih visual dan mudah dicerna. Sebagai contoh, ungkapan "hutan adalah paru-paru dunia" tidak hanya menyampaikan pentingnya kelestarian alam, tetapi juga membentuk

cara kita melihat dan memahami hubungan manusia dengan lingkungan (Lakoff & Johnson, 1980). Begitu pula dengan peribahasa, yang merupakan ungkapan tradisional yang mengandung nilai moral atau ajaran hidup. Peribahasa sering digunakan dalam komunikasi untuk memperkuat pesan atau memberikan nasihat dengan cara yang sederhana dan mudah diingat. Nilai moral yang terkandung dalam peribahasa membuatnya menjadi sarana yang efektif untuk mengajarkan etika dan norma-norma sosial kepada generasi muda (Perkins, 2007).

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, cara manusia berinteraksi dan menyampaikan pesan juga telah mengalami perubahan yang signifikan. Era digital telah menghadirkan platform komunikasi yang lebih cepat, singkat, dan lebih visual, seperti media sosial, blog, dan aplikasi pesan instan. Dengan kemudahan akses dan kecepatan pertukaran informasi, komunikasi digital menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Namun, meski demikian, majas dan peribahasa tetap menjadi elemen penting dalam komunikasi. Mereka sering kali mengalami adaptasi sesuai dengan kebutuhan zaman, yang menunjukkan fleksibilitas dan relevansi keduanya dalam konteks yang lebih modern. Sebagai contoh, peribahasa yang dulunya merupakan bagian dari tradisi lisan kini banyak dijumpai dalam bentuk meme atau caption di media sosial. Hal ini mencerminkan kreativitas dalam mempertahankan nilai-nilai budaya dalam komunikasi digital. Pada tingkat yang lebih luas, hal ini juga menunjukkan bagaimana peribahasa dapat beradaptasi dengan cepat terhadap platform yang lebih visual dan digital, tanpa kehilangan kedalaman makna yang terkandung di dalamnya (Jenkins, 2018).

Pentingnya pemahaman dan penggunaan gaya bahasa dalam komunikasi, terutama dalam konteks modern, menjadi hal yang relevan untuk dibahas. Dalam komunikasi digital, penggunaan majas dan peribahasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana ekspresi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun identitas, menyampaikan kritik, atau mengungkapkan emosi secara lebih mendalam. Misalnya, dalam dunia periklanan atau kampanye politik, majas sering digunakan untuk memperkuat pesan atau memanipulasi persepsi audiens. Penggunaan metafora dalam kampanye politik, misalnya, dapat membangun citra tertentu dan memperkuat keyakinan politik yang ingin disampaikan oleh pihak yang berkuasa. Dalam konteks ini, majas memiliki kekuatan untuk mengubah cara pandang publik terhadap suatu isu, yang sekaligus menjadi alat untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif (Martin, 2017).

Sementara itu, peribahasa sering digunakan dalam bentuk sindiran halus yang bisa diterima secara sosial, tanpa menyinggung perasaan orang lain. Penggunaan peribahasa dalam komunikasi juga memperlihatkan bagaimana suatu pesan dapat disampaikan dengan cara yang lebih tidak langsung, namun tetap efektif. Sebagai contoh, dalam percakapan

sehari-hari atau debat publik, peribahasa dapat menyampaikan kritik terhadap tindakan atau perilaku seseorang tanpa harus menyinggung langsung atau menyakiti perasaan. Peribahasa yang kaya dengan makna dan mengandung filosofi hidup dapat menyampaikan pesan yang tajam tanpa menciptakan ketegangan antar individu (Katz, 2020).

Sejalan dengan itu, artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran majas dan peribahasa dalam komunikasi, baik dalam konteks tradisional maupun digital. Penelitian ini akan membahas bagaimana kedua elemen gaya bahasa ini tetap relevan dan berfungsi dalam menyampaikan pesan yang efektif dan berkesan di era digital. Selain itu, artikel ini juga akan mengeksplorasi pengaruh majas dan peribahasa dalam membangun identitas sosial, menyampaikan kritik, serta memperkaya interaksi dalam komunikasi sehari-hari. Sebagai contoh, dalam dunia periklanan, penggunaan majas seperti hiperbola atau personifikasi dapat menciptakan iklan yang lebih menarik dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan (Jensen, 2019). Dengan demikian, artikel ini tidak hanya bertujuan untuk memperdalam pemahaman tentang fungsi dan penggunaan majas dan peribahasa, tetapi juga untuk menyadarkan pembaca akan pentingnya gaya bahasa ini dalam membentuk komunikasi yang lebih kaya makna.

Melalui referensi terhadap teori-teori komunikasi dan linguistik terkini, diharapkan analisis ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas tentang bagaimana tradisi linguistik ini beradaptasi dengan perubahan zaman dan teknologi. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa penggunaan majas dan peribahasa dalam komunikasi bukan hanya sekedar untuk memperkaya bahasa, tetapi juga sebagai alat untuk memperkuat pesan dan mencapai tujuan komunikasi yang lebih efektif (Lakoff & Johnson, 1980; Perkins, 2007; Martin, 2017). Sebagai contoh, dalam studi yang dilakukan oleh Perkins (2007), ditemukan bahwa personifikasi dapat memberikan dimensi emosional yang mendalam dalam komunikasi, yang memperkaya pengalaman audiens. Martin (2017) juga menunjukkan bahwa hiperbola, meskipun berlebihan, sangat efektif dalam menarik perhatian audiens dan memperkuat pesan yang disampaikan dalam iklan dan pidato. Oleh karena itu, memahami cara majas dan peribahasa bekerja dalam menyampaikan pesan akan memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengoptimalkan komunikasi di era digital yang semakin berkembang pesat.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yang mengandalkan sumber-sumber online terpercaya seperti artikel ilmiah,

jurnal, buku elektronik, dan konten digital. Data dikumpulkan melalui penelusuran berbagai referensi mengenai majas, peribahasa, dan penggunaannya dalam komunikasi. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan secara kualitatif untuk memahami jenis, fungsi, dan pengaruh gaya bahasa dalam menyampaikan pesan. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang kekuatan majas dan peribahasa dalam memperkuat efektivitas komunikasi, baik dalam konteks tradisional maupun digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jenis-jenis Majas dalam Komunikasi

Majas merupakan salah satu elemen penting dalam komunikasi, yang berfungsi untuk menyampaikan pesan secara lebih kiasan dan imajinatif. Dalam komunikasi baik lisan maupun tulisan, berbagai jenis majas sering digunakan untuk memperkaya ekspresi dan memperjelas makna yang ingin disampaikan. Berdasarkan penelitian, jenis-jenis majas yang ditemukan dalam komunikasi meliputi metafora, personifikasi, hiperbola, ironi, dan litotes.

1. Metafora

Metafora adalah majas yang membandingkan dua hal secara langsung tanpa menggunakan kata penghubung seperti "seperti" atau "bagai". Misalnya, ungkapan "lautan api" yang menggambarkan kemarahan besar atau situasi penuh emosi (Lakoff & Johnson, 1980). Dalam komunikasi, metafora sering digunakan untuk menyederhanakan konsep yang lebih kompleks atau untuk memberikan gambaran yang lebih hidup dan kuat terhadap suatu pernyataan (Tardif, 2004).

2. Personifikasi

Personifikasi adalah majas yang memberikan sifat manusia kepada benda mati atau hal-hal abstrak. Sebagai contoh, dalam ungkapan "angin berbisik lembut di telinga", sifat manusia (berbisik) disematkan pada angin. Penggunaan personifikasi dalam komunikasi bertujuan untuk memberi kehidupan dan menciptakan suasana yang lebih emosional atau dramatis (Perkins, 2007). Hal ini menjadikan pesan lebih mudah dipahami dan lebih menggugah perasaan audiens.

3. Hiperbola

Hiperbola adalah majas yang melebih-lebihkan sesuatu untuk menekankan makna atau efek tertentu. Misalnya, ungkapan "menangis darah" digunakan untuk menggambarkan kesedihan yang luar biasa. Hiperbola sering digunakan dalam pidato, puisi, dan iklan untuk menarik perhatian audiens dan menciptakan kesan yang kuat, meskipun tidak sesuai dengan kenyataan secara harfiah (Martin, 2017).

4. Ironi dan Litotes

Ironi adalah majas yang menyampaikan makna yang bertentangan dengan maksud sebenarnya, sering digunakan untuk menyindir atau memberikan kritik secara halus. Sebagai contoh, "bagus sekali nilai kamu, sampai merah semua!" Dalam peribahasa, litotes digunakan untuk merendahkan diri untuk menyampaikan pujian, seperti dalam ungkapan "saya hanya coret-corek saja". Keduanya berfungsi untuk memperhalus cara penyampaian pesan dan memungkinkan kritik disampaikan tanpa langsung menyinggung perasaan (Katz, 2020).

Fungsi Peribahasa dalam Masyarakat

Peribahasa memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat, tidak hanya sebagai bentuk ekspresi bahasa, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai moral dan kebijaksanaan yang diwariskan secara turun-temurun. Dalam masyarakat Indonesia, peribahasa digunakan untuk mengajarkan nilai-nilai hidup yang baik dan sebagai alat penghubung antara generasi terdahulu dan generasi sekarang.

1. Pendidikan Moral dan Etika

Peribahasa seperti "hemat pangkal kaya" dan "siapa menanam, dia yang menuai" mengajarkan pentingnya kerja keras, pengelolaan sumber daya yang bijak, dan tanggung jawab terhadap kehidupan (Lalmi, 2018). Fungsi pendidikan moral ini sangat penting untuk membentuk karakter generasi muda dan menanamkan nilai-nilai yang sesuai dengan norma masyarakat.

2. Penguat Argumen

Peribahasa juga sering digunakan untuk memperkuat argumen dalam komunikasi, baik itu dalam konteks formal maupun informal. Dalam diskusi atau ceramah, peribahasa memberikan kesan kebijaksanaan dan memperkuat pesan yang disampaikan. Sebagai contoh, peribahasa "besar pasak daripada tiang" menggambarkan ketidakseimbangan dalam pengelolaan sumber daya atau pengeluaran yang lebih besar dari pendapatan (Jenkins, 2019). Ini mempertegas argumen tanpa perlu panjang lebar.

3. Pelestarian Budaya dan Identitas Sosial

Selain fungsinya dalam komunikasi sehari-hari, peribahasa juga berfungsi sebagai pelestari budaya dan identitas suatu daerah. Setiap suku atau kelompok masyarakat di Indonesia memiliki peribahasa khas yang mencerminkan pandangan hidup mereka dan menjunjung tinggi norma sosial. Dengan menggunakan peribahasa, generasi muda dapat lebih memahami dan mempertahankan kearifan lokal serta identitas budaya mereka (Almond, 2016).

Peran Gaya Bahasa dalam Mempengaruhi Audiens

Gaya bahasa, terutama melalui majas dan peribahasa, memiliki peran besar dalam memengaruhi audiens dan menyampaikan pesan dengan lebih kuat. Gaya bahasa ini tidak hanya berfungsi untuk memperindah kalimat, tetapi juga untuk membangkitkan emosi, meningkatkan daya ingat, dan memperkuat argumentasi.

1. Membangkitkan Emosi

Gaya bahasa, seperti majas hiperbola, dapat membangkitkan perasaan dan semangat audiens. Misalnya, dalam pidato motivasi, kalimat seperti "kalian adalah generasi emas" dapat memberikan rasa optimisme dan semangat yang membangkitkan perasaan positif audiens (Tannen, 2007). Gaya bahasa ini penting untuk meningkatkan keterlibatan emosional audiens terhadap pesan yang disampaikan.

2. Meningkatkan Daya Ingat

Pesan yang disampaikan dengan gaya bahasa yang kreatif dan mudah diingat, seperti peribahasa, sering kali tetap teringat dalam benak audiens. Ungkapan seperti "sedikit demi sedikit, lama-lama menjadi bukit" mengandung irama yang membuatnya mudah diingat (Danesi, 2016). Ini sangat efektif dalam dunia periklanan atau pendidikan, di mana pesan yang harus diingat menjadi lebih berkesan.

3. Memperkuat Argumentasi

Penggunaan gaya bahasa seperti metafora dapat memperkuat argumen dalam pidato atau debat. Misalnya, ungkapan "hutan adalah paru-paru dunia" sangat kuat dalam menekankan pentingnya kelestarian alam dan mengajak audiens untuk lebih peduli terhadap lingkungan (Perkins, 2007). Metafora membantu audiens memahami konsep yang lebih abstrak dengan cara yang lebih visual dan mudah dipahami.

4. Menyampaikan Kritik Secara Halus

Gaya bahasa seperti ironi dan peribahasa dapat menyampaikan kritik tanpa menyinggung langsung. Misalnya, "bagai kacang lupa akan kulitnya" digunakan untuk menggambarkan seseorang yang melupakan asal-usulnya. Gaya bahasa ini memungkinkan penyampaian pesan yang tajam namun tetap halus dan tidak menyinggung perasaan orang lain (Katz, 2020).

5. Membangun Imajinasi dan Daya Tarik

Dalam iklan atau sastra, gaya bahasa sering digunakan untuk membangun imajinasi audiens dan menarik perhatian mereka. Misalnya, slogan iklan "lembutnya selembut pelukan ibu" menggunakan metafora untuk menciptakan daya tarik emosional yang

kuat terhadap produk yang dipromosikan. Gaya bahasa ini meningkatkan daya tarik dan menggugah perasaan audiens (Tannen, 2007).

Majas dan Peribahasa dalam Komunikasi Digital

Majas dan peribahasa tetap memiliki relevansi dalam komunikasi digital meskipun mengalami perubahan kontekstual yang signifikan. Di media sosial, gaya bahasa seperti metafora dan hiperbola sering digunakan untuk mengekspresikan perasaan dan menciptakan keterhubungan emosional dengan audiens. Sebagai contoh, ungkapan "hatiku seperti kaca yang terhempas di jalan tol" adalah bentuk metafora yang menggambarkan perasaan patah hati dengan cara yang dramatis dan mudah dipahami (Jenkins, 2019). Peribahasa, yang sebelumnya lebih identik dengan tradisi lisan, kini sering ditemukan dalam bentuk meme atau caption di media sosial. Meskipun bentuknya lebih modern, peribahasa tetap berfungsi untuk menyampaikan pesan moral dan budaya. Misalnya, peribahasa "ada gula, ada semut" kini sering digunakan dalam meme yang relevan dengan konteks kekinian, seperti dalam dunia percintaan atau tren viral. Hal ini menunjukkan bagaimana peribahasa tetap dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman sambil tetap mempertahankan nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya (Danesi, 2016). Namun, tantangan utama dalam komunikasi digital adalah pemahaman makna asli dari peribahasa dan majas, karena generasi muda mungkin tidak selalu familiar dengan konteks budaya yang mendalam. Oleh karena itu, kreativitas dalam mengadaptasi gaya bahasa ini sangat diperlukan untuk menjaga makna yang terkandung tetap relevan dan mudah dipahami di era digital.

PEMBAHASAN

Majas dan peribahasa telah lama menjadi alat penting dalam komunikasi. Keduanya memberikan kekayaan ekspresi, emosi, dan kedalaman makna dalam penyampaian pesan, baik dalam komunikasi tradisional maupun dalam konteks komunikasi digital. Peran majas dan peribahasa tidak hanya terbatas pada memperindah bahasa, tetapi juga berfungsi untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih imajinatif, mendalam, dan lebih berkesan bagi audiens.

Majas dalam Komunikasi

Majas adalah bentuk gaya bahasa yang sering kali digunakan untuk menyampaikan pesan secara kiasan, yang memungkinkan komunikasi menjadi lebih ekspresif dan mudah diingat. **Metafora**, sebagai salah satu jenis majas, berfungsi untuk menggambarkan konsep yang abstrak atau sulit dipahami dengan cara yang lebih sederhana dan visual. Misalnya, ungkapan "hutan adalah paru-paru dunia" tidak hanya menjelaskan pentingnya

hutan bagi kelangsungan hidup manusia, tetapi juga memberikan gambaran yang jelas dan kuat yang lebih mudah dipahami oleh audiens (Fischer, 2007). Metafora semacam ini memiliki kekuatan untuk memudahkan audiens memahami isu yang lebih luas dan kompleks dengan cara yang lebih mudah diterima. Selain itu, majas **personifikasi** juga berfungsi untuk memberikan karakter atau sifat manusia pada benda mati atau hal-hal yang abstrak, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih hidup dan mengundang perasaan. Misalnya, dalam ungkapan "matahari tersenyum di pagi hari", personifikasi memberikan sentuhan emosional pada deskripsi alam, menjadikan pesan terasa lebih menyentuh dan memikat (Johnson, 2009). Dalam komunikasi, penggunaan personifikasi semacam ini dapat menciptakan kedekatan emosional antara pembicara dan audiens, sehingga pesan menjadi lebih mudah diterima.

Sementara itu, majas **hiperbola**, yang melebih-lebihkan suatu hal, sering digunakan dalam iklan atau pidato untuk menarik perhatian audiens dan memperkuat pesan yang disampaikan. Misalnya, dalam iklan produk kecantikan, sering kali kita menemukan ungkapan seperti "kulit mulus seperti porselen", yang menciptakan kesan yang sangat kuat meskipun tidak secara harfiah sesuai dengan kenyataan (Kress & van Leeuwen, 2006). Hiperbola memberikan dampak emosional yang lebih besar, mengingatkan audiens akan betapa luar biasanya produk atau ide yang sedang dipromosikan.

Majas **ironi** juga memiliki peran penting dalam komunikasi, terutama untuk menyampaikan kritik atau sindiran dengan cara yang tidak langsung. Misalnya, ungkapan "bagus sekali, kamu terlambat tepat waktu" yang memiliki makna yang bertentangan dengan maksud sebenarnya. **Ironi** sering digunakan untuk menyampaikan pesan atau kritik secara halus, tanpa menyakiti perasaan orang yang menjadi objek kritik. **Bell (2015)** menekankan bahwa ironi sering kali digunakan dalam pidato atau percakapan untuk menyampaikan kebenaran dengan cara yang lebih diplomatis, namun tetap tajam dan mengena.

Peribahasa dalam Komunikasi

Peribahasa adalah bentuk ekspresi bahasa yang telah diwariskan secara turun-temurun dalam masyarakat. Mereka mengandung kebijaksanaan yang mencerminkan nilai-nilai sosial dan moral yang berlaku dalam budaya tertentu. Peribahasa sering digunakan dalam komunikasi untuk menyampaikan pesan yang bermakna dan mudah diingat. Sebagai contoh, peribahasa seperti "hemat pangkal kaya" mengajarkan tentang pentingnya pengelolaan sumber daya yang bijak. **Koh (2011)** menunjukkan bahwa peribahasa tidak hanya berfungsi untuk memberikan pelajaran hidup, tetapi juga sebagai pengingat tentang norma dan etika yang berlaku dalam masyarakat.

Selain itu, peribahasa juga berfungsi untuk **memperkuat argumen** dalam berbagai konteks komunikasi. Sebagai contoh, dalam diskusi tentang ekonomi atau pengelolaan sumber daya, peribahasa "besar pasak daripada tiang" sering digunakan untuk menggambarkan ketidakseimbangan dalam pengeluaran dan pendapatan. **Meyer (2012)** menjelaskan bahwa peribahasa memberikan kesan kebijaksanaan dan dapat memperkuat pesan tanpa harus menjelaskan panjang lebar. Hal ini membuat peribahasa menjadi alat yang sangat efektif dalam mempertegas suatu argumen atau pendapat. **Pelestarian budaya** juga menjadi peran penting dari peribahasa. Setiap suku atau kelompok masyarakat memiliki peribahasa yang khas, yang mencerminkan pandangan hidup dan norma-norma sosial mereka. **Almond (2016)** menekankan bahwa dengan menggunakan peribahasa, masyarakat dapat menjaga kearifan lokal dan memperkuat identitas budaya mereka. Di tengah globalisasi yang semakin mengaburkan batasan budaya, peribahasa berfungsi sebagai penjaga tradisi dan penyambung antar generasi.

Majas dan Peribahasa dalam Komunikasi Digital

Dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, penggunaan majas dan peribahasa kini juga telah beradaptasi dengan konteks komunikasi digital. Di media sosial, **meme** menjadi salah satu bentuk ekspresi modern yang mengadaptasi elemen-elemen kiasan dari majas dan peribahasa. **Jenkins (2019)** mencatat bahwa peribahasa yang dulunya hanya digunakan dalam percakapan lisan kini banyak ditemukan dalam bentuk meme yang menyampaikan pesan dengan cara yang lebih visual dan menarik. Peribahasa seperti "ada gula, ada semut" sering digunakan dalam konteks kekinian, misalnya untuk menggambarkan hubungan atau tren tertentu dalam masyarakat.

Namun, penggunaan majas dan peribahasa dalam komunikasi digital juga memunculkan tantangan baru. **Pemahaman audiens terhadap makna asli dari peribahasa atau majas** bisa terdistorsi, terutama di kalangan generasi muda yang kurang akrab dengan konteks budaya yang lebih dalam. Oleh karena itu, sangat penting untuk berinovasi dalam cara menyampaikan gaya bahasa ini agar tetap relevan dan mudah dipahami, tanpa mengurangi makna yang terkandung di dalamnya. **Danesi (2016)** menyarankan bahwa kreativitas dalam menggunakan majas dan peribahasa sangat diperlukan agar gaya bahasa ini tetap berfungsi secara efektif dalam komunikasi digital, baik untuk menyampaikan kritik, membangun identitas sosial, maupun mengungkapkan emosi.

Peran Gaya Bahasa dalam Mempengaruhi Audiens

Gaya bahasa seperti majas dan peribahasa memiliki peran yang sangat penting dalam **membangkitkan emosi** dan memperkuat keterlibatan audiens. **Tannen (2007)** berpendapat bahwa gaya bahasa yang kuat dapat meningkatkan keterlibatan emosional

audiens terhadap pesan yang disampaikan. Dalam pidato motivasi, misalnya, ungkapan seperti "kalian adalah generasi emas" dapat membangkitkan rasa optimisme dan semangat. Ini menunjukkan bahwa gaya bahasa bukan hanya untuk memperindah komunikasi, tetapi juga untuk menciptakan hubungan emosional yang kuat antara pembicara dan audiens. Selain itu, gaya bahasa juga berfungsi untuk **memperkuat argumentasi** dalam berbagai jenis komunikasi. Penggunaan metafora seperti "hutan adalah paru-paru dunia" dalam diskusi tentang perubahan iklim, misalnya, membuat argumen menjadi lebih visual dan mudah dipahami (Fischer, 2007). Dengan menggunakan gaya bahasa yang efektif, pesan menjadi lebih kuat dan lebih dapat mempengaruhi audiens.

SIMPULAN

Penggunaan majas dan peribahasa dalam komunikasi merupakan bukti nyata bahwa bahasa tidak hanya menjadi alat penyampai informasi, tetapi juga sarana ekspresi, penguatan makna, dan penjaga nilai budaya. Melalui majas, pesan dapat disampaikan dengan lebih indah, emosional, dan imajinatif, sementara peribahasa berfungsi sebagai pengingat kearifan lokal yang sarat makna dan nasihat hidup. Keduanya memberikan warna dan daya tarik tersendiri dalam komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan, serta memperkuat hubungan antara pembicara dan audiens melalui pesan yang lebih mendalam dan bermakna.

Dalam konteks modern, terutama komunikasi digital, peran majas dan peribahasa semakin relevan dan kreatif. Media sosial, blog, hingga platform digital lainnya menjadi ruang baru untuk menyebarkan gaya bahasa kiasan dalam bentuk yang lebih segar dan menarik. Meskipun tantangan adaptasi dan pemahaman tetap ada, gaya bahasa ini tetap menjadi jembatan antara generasi dan budaya, yang apabila dimanfaatkan secara bijak, mampu memperkaya kualitas komunikasi dan memperkuat identitas bahasa bangsa. Oleh karena itu, pemahaman dan pelestarian gaya bahasa ini sangat penting untuk terus dijaga dan dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almond, A. (2016). *Peribahasa dalam Pelestarian Budaya dan Identitas Sosial*. Jurnal Budaya dan Masyarakat, 20(3), 175-192.
- Bell, J. (2015). *The Role of Irony in Communication: A Diplomatic Tool*. Journal of Communication Studies, 12(1), 43-58.
- Danesi, M. (2016). *The Power of Metaphor in Digital Communication*. International Journal of Linguistics, 15(2), 22-36.
- Fischer, A. (2007). *Understanding Metaphors: How Language Shapes Our World*. New York: Linguistic Press
- Johnson, M. (2009). *Personification as a Tool of Emotional Expression in Communication*. Journal of Language and Emotions, 7(1), 65-81.
- Jenkins, H. (2019). *From Oral Tradition to Digital Culture: The Evolution of Peribahasa in Social Media*. Journal of Digital Communication, 10(4), 202-216.
- Katz, J. (2020). *Irony and Litotes in Everyday Communication: A Critical Analysis*. Language and Society, 25(1), 98-110.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge.
- Lalmi, D. (2018). *The Role of Peribahasa in Moral Education*. Journal of Educational Linguistics, 8(2), 120-134.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Martin, R. (2017). *The Use of Hyperbole in Political Campaigns: Persuasive Language in Action*. Political Communication, 32(3), 234-249.
- Meyer, J. (2012). *Peribahasa as Argumentative Tools in Public Discourse*. Language and Rhetoric, 14(2), 78-91.
- Perkins, S. (2007). *The Emotional Impact of Personification in Narrative and Non-Narrative Discourse*. Journal of Literary Studies, 19(2), 103-117.
- Tannen, D. (2007). *The Power of Language in Public Speaking: Engaging the Audience with Style*. Journal of Rhetoric, 21(3), 45-60.
- Tardif, T. (2004). *Metaphors in Communication: A Cognitive Perspective*. Cognitive Linguistics, 16(1), 111-130.
- Van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. Sage Publications.