

Bahasa Kiasan Dalam Ulasan Makanan

I Dewa Ayu Devi Maharani Santika¹, Ni Wayan Suastini²

^{1,2}Fakultas Bahasa Asing, Universitas Mahasaraswati Denpasar

devimaharanisantika@unmas.ac.id¹, suastini28@unmas.ac.id²

Abstract: *This study aimed to analyze the figurative language types that occur on utterances spoken by the pembawa acara of a TV Show; "Bikin Laper" at Trans 7. Figurative language is not merely for artwork but also can be used in daily conversation such as commenting on a meal. It is because sometimes the usual sentences are felt not sufficient to deliver the meaning of the speaker. The data of this study are the utterances of the pembawa acara of a TV Shows "Bikin Laper" in Trans 7. There were 3 videos used as the data source. Watching the video, listening to the sentences from the pembawa acara, and note-taking are the techniques used to collect the data. The data analysis is using the theory of Perrine (1992). The result shows that most of the pembawa acara in those videos used hiperbola types to express their feeling about the meals tasted. The other figurative language types that were used that make the dialogues more attractive are Personifikasi, Metapora, and Paradoks.*

Keywords: *Figurative language, hosts, TV Show*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tipe bahasa kiasan yang terdapat dalam ucapan – ucapan beberapa pembawa acara TV "Bikin Laper" di Trans 7. Bahasa kiasan tidak hanya digunakan dalam percakapan sehari – hari namun juga sering terdengar dari komentar – komentar tentang makanan. Hal ini karena kata – kata yang sering digunakan dianggap belum cukup menggambarkan dan menceritakan rasa yang dinikmati oleh pembawa acara. Data penelitian ini adalah kalimat – kalimat yang diucapkan oleh pembawa acara TV show "Bikin Laper" di Trans 7. 3 video digunakan sebagai sumber datanya. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah menonton video, mendengarkan kalimat yang diucapkan pembawa acara dan pencatatan. Sementara untuk analisis, menggunakan teori dari Perrine (1992). Hasilnya menunjukkan bahwa para pembawa acara ini sering menggunakan bahasa kiasan hiperbola untuk mengekspresikan perasaan mereka terhadap hidangan yang sedang dinikmati. Bahasa kiasan lainnya yang digunakan adalah personifikasi, Metapora, dan paradoks.

Kata kunci: bahasa kiasan, pembawa acara, acara TV

1. PENDAHULUAN

Bahasa kiasan dianggap penuh makna sebab berbeda dari apa yang diucapkan. Hal ini sesuai dengan definisi dari Zaenuddin (1992:51) bahwa bahasa kiasan atau *figurative language* adalah bahasa yang digunakan untuk menyatakan maksud dari pembicara dengan menggunakan *figure of speech* atau cara untuk mengatakan sesuatu melampaui makna sebenarnya dari kata – kata tersebut. Sementara menurut Peter (2002:12) bahasa kiasan memiliki makna terselubung dan menggabungkan keinginan pembicara untuk menyentuh emosi pendengarnya dimana hal tersebut dengan tujuan menimbulkan efek terkejut dan mempengaruhi mereka untuk melakukan sesuatu. Ini berarti bahasa kiasan memiliki makna lain dari makna sebenarnya yang memiliki maksud untuk mempengaruhi dan membuat mereka melakukan yang diinginkan pembicara. Perrine dan Thomas (1983:81) juga menyatakan bahwa bahasa kiasan adalah bahasa *persuasive*. Bahasa ini merupakan cara lain untuk memberi dimensi lain dalam sebuah bahasa yang akan menarik perhatian pendengarnya. Seperti yang disampaikan oleh Harsh dan Cheryl (1995) yang menyatakan bahwa seringkali bahasa kiasan yang dibagi dalam bentuk: simile, Metapora, allusion, personifikasi, and yang lainnya. Tujuan bahasa kiasan adalah untuk

menambah makna dari kata-kata, membuat mereka terdengar indah untuk diucapkan dan sekaligus menegaskan makna yang ingin disampaikan pembicara.

Karena tujuan bahasa kiasan tersebut diatas, seringkali bahasa ini dijumpai dalam puisi, lagu maupun karya sastra tertulis lainnya. Bahasa ini dapat memperindah kalimat – kalimat yang digunakan namun juga makna yang terkandung dibalikinya mesti dipahami agar dapat menikmati karya – karya tulis tersebut. Sedangkan dalam percakapan sehari – hari, bahasa kiasan juga sering digunakan, karena dianggap membantu mengekspresikan maksud pembicara secara indah dan penuh warna, serta tidak monoton. Seperti halnya dalam komentar – komentar para pembawa acara disebuah TV show, sering kali para pembawa acara ini menggunakan bahasa kiasan. Ini bertujuan agar para pendengarnya tidak merasa bosan dengan bahasa sehari – hari yang digunakan dan bahasa kiasan yang digunakan terkadang menjadi ciri khas dari para pembawa acara tersebut.

Banyak penelitian lain yang mengangkat topik *figurative language*, seperti Ardhyanti dan Supriyatiningih (2020), Syafitri dan Maelinton (2018), Harya (2017), dan Arifah (2016) yang menganalisis tentang bahasa kiasan pada lagu, puisi dan novel. Dimana dalam penelitian tersebut, mereka menentukan tipe dan makna dari figurative language dalam hasil karya seni tertulis tersebut. Ada pula penelitian dari Rohani dan Arsyad (2018) yang menganalisis *figurative language* atau bahasa kiasan pada feature di salah satu media massa. Mereka menemukan tipe-tipe bahasa kiasan yang digunakan dalam memberikan informasi kepada pembaca media massa tersebut. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tipe bahasa kiasan yang sering diucapkan oleh pembawa acara dalam sebuah acara TV berjudul “Bikin Laper” di Trans 7.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode simak, pencatatan dalam pengumpulan data nya. Sumber data adalah 3 video acara TV “Bikin Laper” yang diambil dari Website Trans 7 dengan judul : (1) Coba Sendiri Nikmatnya Lontong Medan! Bikin Laper (6/12/2020) <https://www.transtv.co.id/program/episode/7717/lontong-medan-rasanya-memang-edan>

(2) Harum Konro Bakarnya Bikin Dimas Gak Sabar Makan Nih! | Bikin Laper Part 2 (15/2/2021) <https://www.transtv.co.id/program/episode/7915/konro-bakar-harum-aromanya-dan-siap-disantap> dan (3) Mukbang Pempek So Hot! Bikin Laper (30/8/2020) <https://www.transtv.co.id/program/episode/6331/mukbang-pempek-palembang-siapa-takut>.

Video-video tersebut dipilih karena mengangkat topik makanan khas suatu daerah, dan juga terdapat kalimat – kalimat yang diucapkan para pembawa acara untuk mengekspresikan rasa makanan tersebut dengan bahasa kiasan. Data analisis dilakukan dengan menggunakan teori dari Perrine (1982) untuk menentukan tipe dari Bahasa Kiasan yang ditemukan dalam sumber data. Kemudian hasil analisis akan disajikan secara deskripsi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perrine (1982) menyebutkan bahwa “Figurative language-language using figures of speech is language than cannot be taken literally (or should not be taken literally only)”. Ini berarti bahasa kiasan yang menggunakan figure of speech, memiliki makna lain dari makna sebenarnya. Perrine juga menjelaskan ada 12 tipe bahasa kiasan, yaitu Simile, Metafora, Personifikasi, Apostrof, Sinek dok, Mentonimi, Alegori, Simbolik, Paradoks, Hiperbola (overstatement), Ironi, dan Alusio.

Simile dan Metafora sama-sama menjelaskan perbandingan dua hal yang sebenarnya tidaklah serupa. Yang membedakan adalah penggunaan kata *like*, *as*, *than*, *similar to* (seperti, laksana, bagaikan) pada Simile. Personifikasi merupakan bahasa kiasan yang memberikan

atribut manusia pada benda seperti binatang, objek, ataupun sebuah konsep. Apostrof hampir sama dengan personifikasi, menyebutkan tentang ketidakhadiran atau ketiadaan seseorang, atau benda lainnya seakan-akan orang ataupun hal tersebut hadir dan dapat merespon apapun yang disampaikan. Sinekdoch dan Metonimi juga sama-sama berfungsi mengganti detail yang penting atau aspek dari sebuah pengalaman untuk pengalaman itu sendiri. Perbedaannya adalah sinekdok menggambarkan keseluruhan dengan menggunakan sebuah bagian, sedangkan metonimi menggunakan sesuatu hal atau konsep yang berhubungan erat dengan hal yang dimaksud sebenarnya.

Alegori adalah sebuah narasi atau deskripsi yang memiliki makna terselubung. Simbolik adalah sesuatu yang berarti lebih dari sesuatu itu sendiri. Paradoks adalah sebuah kontradiksi yang terlihat jelas, namun dianggap masuk akal. Hiperbola adalah bahasa yang dipakai melebihi – lebihkan sesuatu. Ironi adalah mengatakan hal yang bertentangan dengan yang dimaksud. Alusio merupakan referensi terhadap objek, seseorang maupun nama tempat yang terkenal dan diketahui oleh umum.

4. HASIL

Dari 3 video yang digunakan sebagai sumber data, ditemukan 18 kalimat yang diucapkan oleh pembawa acara TV tersebut yang mengandung bahasa kiasan. Seperti yang terlihat pada tabel di bawah:

Tabel 1. Kalimat dan Tipe Bahasa Kiasan

No	Kalimat	Tipe Bahasa Kiasan (<i>Figurative Language</i>)
1.	Ada Lontong medan, rendang daging dan ketan duren medan nie yang bikin perut bergejolak. (Memakan perkedel kentang pada lontong medan)	Hiperbola Personifikasi
2.	Sensasi kenikmatan yang sempurna. Rasanya benar-benar memanjakan lidah.	Hiperbola
3.	Rasa pedas dari bumbu rendang yang kental memang nendang banget.	Paradoks
4.	Ini parah, ini suapan ternikmat buat aku (mencicipi lontong medan yang kesekian kalinya)	Personifikasi
5.	Cita rasa kuah yang menggigit dan gurih yang khas bikin lontong ini serasa istimewa	Metafora
6.	Bumbunya yang kental dan meresap di dagingnya yang lembut bikin jatuh cinta kalau dimakan bareng nasiputih hangat nie, Guys.	Hiperbola
7.	Dagingnya empuk dengan bumbu yang nendang banget Parah guys , enaknye ketan berbalur saus durian medan	Paradoks
8.	ini langsung lumer di gigitan pertama (Menikmati Konro dan kuah) Kuahnya aku suka banget, rempahnya itu juara	Metafora
9.	Jangan macem-macem sama sambelnya guys, sambelnya gila, nyerang ke otak guys. (Saat sudah 2x mencampurkan ke kuah Konro dan Coto Makasarnya)	Hiperbola
10.	Guys, dagingnya ini sangat mampu diajak berkolaborasi bersama kuahnya (menikmati jeroan Coto Makasar) bener-bener bikin nagih banget guys	Personifikasi
11.	Aduh, Gusti, kuah Cotonya meresap sampai ke relung hati aku , Guys. (menikmati Coto Makasar)	Hiperbola
12.		

No	Kalimat	Tipe Bahasa Kiasan (<i>Figurative Language</i>)
13.	(menikmati Mie Titi) Dari mie nya sudah gurih, plus dia punya siramannya juga udah gurih banget dan sambalnya ini akan menambah warna dalam kehidupannya .	Hiperbola
14.	(Makan Mie Titinya) Wo..wow..udahlah, sekali kunyah langsung pecah gelegar rasanya . Tekstur mienya juga perfecto.	Hiperbola
15.	(Menikmati pempek) Pas udah dicocol ke kuah Cukonya, ancaman abis .	Metafora
16.	Cocol lagi ke kuah cukonya, guys, sehingga menjadi rasa yang paripurna guys	Metafora
17.	Aroma pempeknya juara sekali , aku suka	Metafora
18.	Guys, guys, ini sie cukonya endol banget, cukonya kunci dari kenikmatan yang nyata banget guys.	Hiperbola

Tipe Bahasa Kiasan yang sering muncul pada kalimat yang diucapkan pembawa acara tersebut adalah Hiperbola. Para pembawa acara ini cenderung melebih-lebihkan ucapan mereka tentang rasa makanan yang mereka coba. Kemudian mereka juga sering mengucapkan kalimat yang bersifat Metafora: membandingkan rasa makanan yang dimakan dengan hal-hal lain yang membuat ucapan mereka akan lebih bervariasi. Ditemukan juga kalimat yang bersifat Personifikasi; dimana mereka membandingkan sifat manusia pada rasa makanan yang mereka nikmati, serta kalimat paradoks; yang membandingkan hal yang sangat kontras dengan makanan yang dicoba.

5. PEMBAHASAN

5.1. Hiperbola

Ada 8 data hiperbola yang ditemukan dalam video – video tersebut. Contoh analisis terhadap data dengan tipe ini adalah sebagai berikut:

Data 1

“Ada Lontong medan, rendang daging dan ketan duren medan nie **yang bikin perut bergejolak**.”

Seorang pembawa acara mengatakan hal ini saat permulaan video. Kalimat ini disebut sebagai tipe bahasa kiasan *hiperbola* karena bersifat melebih-lebihkan. Sangat tidak mungkin makanan – makanan yang akan dinikmati tersebut benar – benar akan membuat perut orang yang menikmatinya akan bergejolak. ‘Bergejolak’ sendiri menurut KBBI daring berarti berkobar atau menyala-nyala (jika berhubungan dengan perasaan, jiwa atau hawa nafsu). Sehingga kata ‘bergejolak’ merupakan *figure of speech* yang berlebihan untuk menggambarkan rasa makanan yang disajikan. Makna ‘bergejolak’ disini digunakan karena makanan – makanan tersebut nampak sangat menggugah selera.

Data 2

“Jangan macem-macem sama sambelnya guys, sambelnya gila, **nyerang ke otak guys**”.

Di video ke-2 para *pembawa acara* sedang menikmati Konro Bakar, Coto Makasar dan Mie Titi. Kalimat ini diucapkan saat salah *pembawa acara* tersebut sudah dua kali mencampurkan sambal ke kuah Konro dan Coto Makasarnya. Dilihat dari expresinya, sambal yang dicampurkan dalam makanannya memiliki rasa pedas yang kuat, sehingga kemudian dia mengucapkan apa yang dia rasakan. Kalimat tersebut termasuk *Hiperbola* karena kata ‘menyerang ke otak’ bersifat melebih-lebihkan sesuatu, dalam hal ini, melebih-lebihkan rasa pedas yang dirasakan. Rasa pedas tidak akan menyerang otak dalam arti sesungguhnya, namun

hanya akan membuat orang merasa tidak nyaman pada bagian indra pengecapnya, dan rasa panas pada mulutnya.

Data 3

“Rasa pedas dari bumbu rendang yang kental memang **nendang banget.**”

Data 4

“Dagingnya empuk dengan bumbu yang **nendang banget**”

Kedua kalimat ini muncul pada video pertama yang sedang mengulas rendang daging. Para pembawa acara tersebut menyukai rasa makanan yang dinikmati kemudian mengungkapkannya dengan kedua kalimat tersebut. Pilihan figure of speech yang digunakan adalah ‘nendang banget’. Menurut KBBI daring, kata ‘tendang’ yang merupakan bentuk baku dari kata ‘nendang’ berarti sepak, depak atau terjang. Hal ini adalah aktivitas yang dilakukan oleh manusia. Namun dengan ditambahkan kata ‘banget’ yang berarti ‘sangat’ setelah kata ‘nendang’, tipe bahasa kiasan kalimat-kalimat tersebut tidak bersifat personifikasi, melainkan menjadi hiperbola karena kata-kata tersebut bersifat melebih-lebihkan sesuatu, dalam hal ini adalah rasa enak dari bumbu daging tersebut.

5.2. Metapora

Ada 5 data Metapora yang ditemukan dalam kalimat para *pembawa acara* di video – video tersebut. Berikut disajikan 2 contoh analisis terhadap tipe bahasa kiasan ini.

Data 5

“Bumbunya yang kental dan **meresap di dagingnya yang lembut bikin jatuh cinta** kalau dimakan bareng nasi putih hangat nie, Guys.”

Makanan yang tengah dinikmati di video ini adalah Lontong Medan, rendang daging, dan ketan saus durian. Saat tengah menikmati rendang daging, salah satu pembawa acara mengucapkan kalimat ini. Dikatakan daging rendang tersebut sangat lembut, dan kemudian dibandingkan dengan perasaan jatuh cinta yang juga akan membuat hati terasa penuh kelembutan dan kehangatan, apalagi kemudian pembawa acara tersebut menggambarkan rasa daging tersebut jika dimakan dengan nasi hangat. Karena perbandingan rasa daging dan nasi putih dengan perasaan jatuh cinta inilah, kalimat yang diucapkan tersebut termasuk dalam tipe Metafora, yang merupakan perbandingan 2 hal tanpa menggunakan *figure of speech* khusus perbandingan, misalnya kata ‘seperti, bagaikan, atau laksana’.

Data 6

“Aroma **pempeknya juara sekali**, aku suka.”

Kalimat ini muncul di video ke-3 dimana makanan yang akan diulas adalah pempek Palembang berbagai bentuk, lenggang goreng dan lenggang panggang, dilengkapi dengan saus cuko yang berisi ebi serta timun. Saat salah pembawa acara mencoba pempek lenggang panggangnya, kalimat tersebut diucapkan. Karena membandingkan dengan aroma pempek yang enak dengan perasaan menjadi juara (prestasi) yang menimbulkan rasa suka terhadap hal tersebut, maka kalimat ini termasuk dalam tipe Metafora. Sebagai tambahannya, perbandingan kedua hal tersebut tidak menggunakan kata-kata perbandingan, melainkan langsung menjadi satu kalimat yang menggambarkan perbandingan dua hal, yaitu aroma pempek dan prestasi.

5.3. Personifikasi

Untuk personifikasi ditemukan 3 data. Berikut analisis keseluruhan data yang ditemukan:

Data 7

“Sensasi kenikmatan yang sempurna. **Rasanya benar-benar memanjakan lidah.**”

Seperti yang dijelaskan sebelumnya video pertama menunjukkan para *pembawa acara* sedang mengulas makanan dari Medan, yaitu Lontong Medan, rendang daging dan ketan siram saus durian medan. Seorang pembawa acara memakan perkedel kentang pada lontong medan

dan mengucapkan kalimat tersebut. Menurut KBBI daring, 'memanjakan' berarti memberi rasa kasih sayang dan sebagainya sehingga menjadi manja. Sehingga dapat dikatakan bahwa kalimat 'rasanya benar-benar memanjakan lidah' termasuk dalam tipe personifikasi karena memberi atribut sifat manusia yaitu sifat memanjakan pada konsep rasa makanan yang dinikmati.

Data 8

"Cita rasa kuah **yang menggigit** dan gurih yang khas bikin lontong ini serasa istimewa"

Kalimat ini diucapkan seorang pembawa acara saat mencoba kuah lontong medan. Tampak kedua pembawa acara dalam video pertama ini menyukai citarasa dari makanan yang tengah dinikmati sehingga menggunakan kata 'menggigit' untuk mengekspresikan rasa enak tersebut. Menurut KBBI daring, kata 'menggigit' berarti menjepit (mencekam dan sebagainya) dengan menggunakan gigi. Hal ini berarti kata tersebut merupakan aktivitas yang dilakukan oleh manusia. Maka dari itu, kalimat diatas dapat dikategorikan menjadi tipe Personifikasi, sebab memberi atribut manusia pada konsep rasa kuah lontong.

Data 9

"Guys, dagingnya ini sangat **mampu diajak berkolaborasi** bersama kuahnya **bener-bener bikin nagih** banget guys"

Pada video 2 para pembawa acara menikmati jeroan Coto Makasar. Kemudian karena menurut mereka rasanya enak, salah satu pembawa acara mengekspresikan perasaannya dengan frasa 'mampu diajak berkolaborasi' serta frasa 'bener – bener bikin nagih'. Kedua frasa ini menunjukkan bahwa pembicara memberikan sifat atau atribut manusia pada rasa dagingnya. 'Berkolaborasi' merupakan kerjasama (KBBI Daring) yang hanya bisa dilakukan oleh manusia, serta kata 'nagih' yang artinya meminta atau mendesak supaya membayar dan biasanya dilakukan berulang kali (KBBI Daring), juga merupakan kegiatan yang dilakukan oleh manusia. Oleh sebab itu, kalimat tersebut diatas di kategorikan ke dalam tipe Personifikasi; yang memberikan atribut manusia pada sebuah konsep, yaitu rasa daging dan kuahnya.

5.4. Paradoks

Terdapat 2 data yang termasuk dalam tipe paradox. Berikut adalah analisis keseluruhan data-data tersebut:

Data 10

"**Ini parah, ini suapan ternikmat** buat aku" (mencicipi lontong medan yang kesekian kalinya)

Data 11

"**Parah guys**, enaknya ketan berbalur saus durian medan ini langsung lumer di gigitan pertama"

Data 10 dan 11 *memiliki figure of speech* yang sama yaitu 'parah'. Masing-masing membandingkan 2 hal yang kontras yaitu kata 'parah' dan rasa makanan yang enak. Keduanya adalah hal yang berbeda, dimana kata 'parah' biasanya digunakan dalam stereotip atau pandangan tentang hal atau keadaan yang negative (*negative stereotype*), sedangkan makanan yang dinikmati, dikatakan oleh pembawa acara memiliki rasa yang enak (*positive stereotype*). Maka dari itu, kedua kalimat diatas termasuk dalam tipe bahasa kiasan Paradoks, karena membedakan 2 hal yang kontras namun pada saat bersamaan terdengar masuk akal saat dikatakan.

6. KESIMPULAN

Bahasa kiasan dapat digunakan juga dalam percakapan sehari – hari, seperti dalam mengekspresikan citarasa makanan oleh para pembawa acara dalam video acara TV 'Bikin Laper'. Mereka bercakap-cakap satu dengan yang lain sembari mengulas makanan yang disajikan. Ada beberapa tipe bahasa kiasan yang digunakan oleh para *pembawa acara* acara

tersebut, yaitu secara berurutan mulai dari yang paling sering digunakan adalah tipe hiperbola, Metafora, personifikasi, dan paradoks. Tipe *paradoks* tidak terlalu sering diucapkan dalam ketiga video tersebut, sebab para pembawa acara ini jarang membandingkan dua hal yang kontras untuk mengungkapkan citarasa makanan tersebut, namun mereka cenderung mengatakan kata-kata yang berlebihan untuk mengekspresikan rasa enak dari makanan yang dimakan. Sehingga tipe hiperbola ditemukan lebih banyak dalam sumber data yang digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifah, K. (2016). *Figurative language analysis in five John legend's song* (undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Ardhyanti, S. V., & Supriyatiningih, S. (2020). Figurative Language Analysis In Celine Dion's Song Lyrics Falling Into You Album. *Project (Professional Journal Of English Education)*, 3(1), 11-19.
- Evelyn, Hatch and Brown Cheryl. 1995. *Vocabulary, Semantics and Language Education*. Cambridge: Cambridge University Press.)
- Harya, T. D. (2017). An analysis of figurative languages used in Coelho's novel entitled "Alchemist". *Premise: Journal of English Education and Applied Linguistics*, 5(2), 46-63.
- Harun, M., Yusuf, Y. Q., & Karnafi, M. (2020). Figurative language used in a novel by Arafat Nur on the Aceh conflict. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(2), 395-400.
- KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Peter. (2002). *Figurative Language and Semantics*, pp.12. Boston : Little Brown and Company
- Perrine, L., & Arp, T. R (1982). *Sound and Sense: An Introduction to Poetry*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Rohani, T., & Arsyad, S. (2018). Semantic Analysis of Figurative Language Expressions in "Feature" of the Jakarta Post. *JOALL (Journal of Applied Linguistics and Literature)*, 3(1), 97-114.
- Syafitri, D., & Marlinton, M. (2018). An analysis of figurative language used in Edgar Allan Poe's poems. *Linguistic, English Education and Art (LEEA) Journal*, 2(1), 43-59.
- Zaenuddin. 1992. *Materi Pokok Bahasa dan Sastra Indonesia*, Jakarta: Rineka Cipta.