

## ABSTRACT

WIJANARTO, ZEFTA MARCELL. (2021). **Metaphor Revealing Tourism Domains in Raja Ampat Tourism Website**. Yogyakarta: Department of English Letters, Faculty of Letters, Universitas Sanata Dharma.

The sophisticated technology, including transportation and communication, triggers the massive promotion of tourism across the globe. Through *Indonesia.travel*, the Ministry of Tourism of Indonesia provides information about Indonesian tourism and travel. Raja Ampat, famous for its underwater wonders, is one of the travel destinations highlighted on the website. Considered as a creative language aims to influence tourists' minds, metaphorical expressions frequently appear to describe Raja Ampat tourism.

There are two objectives in this study. The first one aims to investigate how metaphorical expressions are used in Raja Ampat tourism articles on *Indonesia.travel* website. The second objective is to reveal what tourism domains are presented from the metaphorical expressions on the website.

In this study, the researcher focused on the metaphorical expressions employed in six articles related to Raja Ampat in *Indonesia.travel*. Semantic approach is utilized to comprehend the application of metaphorical expression. This study is qualitative research in which the data were selected purposefully. The purposive sampling is exercised in this study since the data were collected from selected website articles.

Based on the investigation, 49 metaphorical expressions used on the website indicate further meaning than the literal meaning defined in the dictionary. Metaphors identified in the domains of RELIGION, COLOR, BUILDING, NATURAL PRECIOUS ELEMENT, and COMPANION point to significant use in describing tourist destination. This study classifies five tourism types based on the metaphorical meaning of the metaphorical expression. Landscape is presented as the most highlighted tourism category, with 61,2% of the metaphorical expression. In the second place, entertainment is revealed by 24,5% of metaphorical expressions. Afterward, 8,2% of metaphorical expressions show the hospitality category. Recreation also has 4,1% appearance of metaphorical expressions. Lastly, 2% metaphorical expression represents authenticity in tourism.

Keywords: Metaphor, Semantics, Raja Ampat

## ABSTRAK

WIJANARTO, ZEFTA MARCELL. (2021). **Metaphor Revealing Tourism Domains in Raja Ampat Tourism Website**. Yogyakarta: Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma.

Pesatnya perkembangan teknologi yang mencakup transportasi dan komunikasi memicu persebaran promosi pariwisata secara masif di seluruh dunia. Melalui *Indonesia.travel*, Kementerian Pariwisata Indonesia menyediakan informasi tentang destinasi-destinasi pariwisata Indonesia. Raja Ampat, terkenal dengan keindahan wisata bawah lautnya, dijadikan sorotan utama pada situs ini. Dianggap sebagai bahasa yang kreatif untuk memikat pikiran pelancong, ungkapan metafora acap kali dimanfaatkan untuk memperdalam penggambaran destinasi wisata pada situs ini.

Penelitian ini mempunyai dua tujuan. Tujuan yang pertama adalah menelisik bagaimana ungkapan metafora digunakan di artikel pada situs *Indonesia.travel*. Tujuan yang kedua ialah mengidentifikasi ranah pariwisata yang ditampilkan pada situs tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis fokus pada penggunaan ungkapan metafora pada enam artikel pada situs *Indonesia.travel* yang berkaitan dengan Raja Ampat. Dengan menggunakan pendekatan semantik, penelitian ini mengulas pengaplikasian ungkapan metafora. Penelitian ini juga merupakan studi kualitatif yang datanya dipilih dengan tujuan tertentu. Sampel data bertujuan dimanfaatkan pada penelitian ini karena data yang dipakai dikumpulkan dari beberapa artikel tertentu pada sebuah situs.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa sebanyak 49 ungkapan metafora yang dipakai di situs mempunyai makna yang lebih jika dibanding dengan makna yang tertetera pada kamus. Metafora yang teridentifikasi berasal dari ranah AGAMA, WARNA, ELEMEN ALAMI BERHARGA, dan REKAN banyak digunakan untuk menjelaskan destinasi pariwisata. Penelitian ini mengklasifikasikan lima ranah pariwisata berdasarkan makna yang terkandung pada ungkapan metafora. Ranah pariwisata bentang darat muncul sebagai tipe terbanyak dengan 61,2% dari seluruh ungkapan metafora. Ranah pariwisata hiburan berada di tempat kedua dengan 24,5%. Selanjutnya, 8,2% ungkapan metafora mengarah pada ranah pariwisata perhotelan. Kemudian, ranah pariwisata rekreasi mempunyai 4,1% kemunculan. Ranah keunikan pariwisata yang ditunjukkan 2% ungkapan metafora merupakan yang terakhir.

Kata Kunci: Metaphor, Semantics, Raja Ampat