

## Tipologi Metafora Warna Lintas Bahasa pada Idiom Bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia: Analisis Linguistik Kognitif dan Skrip Budaya

<b>Ruston Kumaini<sup>1</sup></b> Sekolah Tinggi Dirasat Islamiyah Imam Syafi'i Jember, Indonesia <a href="mailto:rustonabdullah0@gmail.com">rustonabdullah0@gmail.com</a>	<b>Muhammad Qozwaeni<sup>2</sup></b> Sekolah Tinggi Dirasat Islamiyah Imam Syafi'i Jember, Indonesia <a href="mailto:Muhhammadqazwaeni@gmail.com">Muhhammadqazwaeni@gmail.com</a>	<b>Fathan Jihadul Islam<sup>3</sup></b> Sekolah Tinggi Dirasat Islamiyah Imam Syafi'i Jember, Indonesia <a href="mailto:fathanwork@gmail.com">fathanwork@gmail.com</a>	<b>Sayyef<sup>4</sup></b> Sekolah Tinggi Dirasat Islamiyah Imam Syafi'i Jember, Indonesia <a href="mailto:sayyafbasrohil@gmail.com">sayyafbasrohil@gmail.com</a>
--	---	--	--

\*Corresponding author: Ruston Kumaini: email: [rustonaabdullah0@gmail.com](mailto:rustonaabdullah0@gmail.com)

Diterima: 06-04-2026

Direvisi: 31-05-2026

Tersedia Daring: 04-06-2026

**Abstrak:** Kajian ini didasarkan pada asumsi bahwa warna sebagai kategori perseptual bersifat universal, tetapi makna simbolik dan idiomatik yang dilekatkan padanya dibentuk oleh pengalaman budaya yang berbeda. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif serta metode analisis kontrastif. Data penelitian berupa sekitar 110 idiom yang mengandung tujuh kategori warna utama, yaitu putih, hitam, merah, hijau, biru, kuning, dan abu-abu. Data diperoleh dari kamus idiom dan sumber leksikal otoritatif dalam ketiga bahasa, kemudian dianalisis menggunakan kerangka *Conceptual Metaphor Theory* untuk mengidentifikasi pemetaan antara ranah sumber dan ranah sasaran, serta pendekatan *cultural scripts* untuk menafsirkan pengaruh nilai budaya dalam pembentukan makna idiomatik. Tipologi metafora warna yang ditemukan dalam penelitian ini terjadi pada ranah idiomatik bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia melalui proses pemetaan konseptual yang merefleksikan interaksi antara pengalaman *embodied* yang bersifat universal dan konstruksi budaya yang bersifat lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metafora warna memperlihatkan dua pola utama, yaitu kesamaan konseptual yang bersifat universal dan variasi idiomatik yang dipengaruhi oleh konteks budaya. Misalnya, warna *putih* umumnya memetakan konsep moralitas dan kemurnian, sedangkan warna *hitam* sering dikaitkan dengan kejahatan, penderitaan, atau penyimpangan sosial. Meskipun demikian, setiap bahasa memperlihatkan perluasan makna yang khas sesuai dengan latar historis, religius, dan sosial masyarakat penuturnya.

**Kata Kunci:** metafora warna, idiom lintas bahasa, linguistik kognitif, skrip budaya, analisis kontrastif

**Abstract:** This study is grounded in the assumption that color, as a perceptual category, is universal; however, the symbolic and idiomatic meanings associated with it are shaped by distinct cultural experiences. The research employs a qualitative approach with a descriptive design and a contrastive analysis method. The dataset consists of approximately 110 idioms containing seven primary color categories: white, black, red,

green, blue, yellow, and gray. Data were collected from idiom dictionaries and authoritative lexical sources in the three target languages, and subsequently analyzed using the framework of Conceptual Metaphor Theory to identify mappings between the source domain and target domain. In addition, cultural scripts were applied to interpret the influence of cultural values on the formation of idiomatic meanings. The color-metaphor typology identified in Arabic, German, and Indonesian idioms arises through processes of conceptual mapping that reflect the interaction between universal embodied experiences and locally grounded cultural constructions. The findings reveal two dominant patterns: (1) conceptual similarities that are broadly universal and (2) idiomatic variations shaped by cultural context. For instance, white generally maps onto concepts of morality and purity, whereas black is often associated with crime, suffering, or social deviance. Nonetheless, each language exhibits distinctive semantic extensions in line with the historical, religious, and social background of its speech community.

**Keywords:** color metaphors, cross-linguistic idioms, cognitive linguistics, cultural scripts, contrastive analysis

## Pendahuluan

Bahasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai repositori pengetahuan konseptual dan budaya. Dalam perspektif linguistik kognitif, bahasa merefleksikan cara individu dan komunitas penutur mengonstruksi serta mengonseptualisasikan realitas. Struktur kebahasaan mencerminkan struktur konseptual yang hidup dalam pikiran kolektif suatu masyarakat. Salah satu ranah semantik yang secara jelas memperlihatkan interaksi antara kognisi dan budaya adalah warna. Negro Alousque (2019) menekankan bahwa istilah yang berkaitan dengan warna sering kali memiliki makna kiasan yang berakar pada struktur konseptual atau budaya. Sebagai kategori perseptual yang bersifat universal, warna merupakan bagian fundamental dari pengalaman *embodied* manusia. Namun demikian, makna simbolik dan idiomatik yang dilekatkan pada warna tidak pernah sepenuhnya universal. Ia dibentuk, dinegosiasikan, dan diwariskan melalui pengalaman historis, religius, sosial, dan ideologis suatu komunitas bahasa (Kigel Tali: 2022). Makna-makna tersebut terwujud secara konkret dalam ungkapan idiomatik, yakni satuan bahasa yang makna keseluruhannya tidak dapat diturunkan secara langsung dari makna leksikal unsur-unsurnya

Baker (1992) dalam *In Other Words* mendefinisikan idiom sebagai “*Solid expressions of language which grant little to no diversity in sort and almost include aspects which cannot be understood from their basic ingredients.*” (ungkapan bahasa yang bersifat tetap, memiliki sedikit atau tidak memiliki

variasi bentuk, serta mengandung unsur-unsur yang maknanya tidak dapat dipahami hanya dari makna dasar penyusunnya). Sejalan dengan itu, Chaer (2014) menyatakan bahwa idiom merupakan satuan ujaran yang maknanya tidak dapat diprediksi dari makna unsur-unsurnya, baik secara leksikal maupun gramatikal. Dalam konteks bahasa Indonesia, Sudaryat (2009) mengelompokkan idiom berdasarkan sumbernya, termasuk idiom yang melibatkan bagian tubuh, warna, benda alam, hewan, bagian tumbuhan, dan angka. Dengan demikian, idiom warna menyediakan medan analisis yang sangat produktif untuk menelaah bagaimana komunitas linguistik yang berbeda mengonseptualisasikan emosi, moralitas, identitas sosial, dan pengalaman eksistensial melalui ranah perseptual warna.

Penelitian ini bertujuan melakukan analisis kontrastif terhadap idiom warna dalam bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia dengan menggunakan kerangka *Conceptual Metaphor Theory* (Lakoff & Johnson, 1980) serta pendekatan *cultural scripts* (Wierzbicka, 1990, 1992, 2006). Ketiga bahasa tersebut dipilih karena merepresentasikan keluarga bahasa dan konfigurasi budaya yang berbeda: Semitik (Arab), Indo-Eropa (Jerman), dan Austronesia (Indonesia). Durdureanu (2011) menjelaskan bahwa bahasa Arab dan bahasa Inggris berasal dari dua keluarga bahasa yang berbeda—Semitik dan Indo-Eropa—sementara bahasa Indonesia diakui sebagai bagian dari keluarga bahasa Austronesia (Rani Siti Fitriani & Riva Nabila, 2020). Perbedaan genealogis ini memperkuat relevansi kajian kontrastif, karena memungkinkan identifikasi pola metafora konseptual yang bersifat universal sekaligus partikular secara budaya.

Dalam bahasa Arab, idiom warna sering mengandung makna religius dan moral. Warna putih (أبيض) diasosiasikan dengan kemurnian dan kebenaran; hitam (أسود) dengan kesedihan atau dosa; hijau (أخضر) dengan surga dan keberkahan (Al-Domi, 2015). Dalam bahasa Jerman, idiom warna memperlihatkan pemetaan kuat antara pengalaman perseptual dan kondisi psikologis, misalnya “schwarz sehen” (pesimis) atau “blau sein” (mabuk). Bahasa Indonesia menunjukkan perpaduan nilai lokal, Islam, dan modernitas administratif, misalnya “hitam putih kehidupan” atau penggunaan warna dalam kategori institusional. Variasi ini

menegaskan bahwa metafora warna beroperasi pada dua tingkat: konseptual universal dan skrip budaya partikular.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji idiom warna, baik secara monolingual maupun dalam perbandingan terbatas (Molina, 2015; Thinard, 2019; Mandic, 2006; Goncharova, 2017; Yakovleva et al, 2015; Haji Musaei S. A. and Madayeni Avval A. (2024); Batizkaya et al., 2019; Stala & Dębowiak, 2015). Dalam konteks Indonesia, penelitian oleh Kumala Dewi dan Miftachul Amri (2018), Amara Ridha Amalia, dkk (2025), Chen dan Yan Khiong (2023), Robertus Pujro Leksono dkk (2020), dan Hu Ngoc Hieu, et al (2022). telah memberikan kontribusi penting. Studi komparatif dalam bahasa Arab juga dilakukan oleh Alotaibi (2020), Amna Hasan et al. (2023), dan Muhammad Haq (2022). Namun demikian, belum terdapat analisis kontrastif komprehensif yang mengintegrasikan kerangka metafora konseptual dan skrip budaya secara sistematis dalam tiga bahasa yang tidak berkerabat ini.

Kesenjangan inilah yang hendak diisi oleh penelitian ini. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada integrasi antara teori metafora konseptual dan pendekatan skrip budaya dalam merumuskan tipologi metafora warna lintas bahasa. Secara metodologis, penelitian ini menawarkan model klasifikasi metafora warna berdasarkan gradien universalitas dan partikularitas budaya. Secara praktis, temuan penelitian ini relevan bagi kajian penerjemahan, pedagogi bahasa, dan komunikasi antarbudaya, mengingat idiom warna sering kali menjadi sumber kesalahpahaman lintas budaya.

## **Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis kontrastif. Dalam proses analisis, penelitian juga memanfaatkan teknik analisis isi (*content analysis*) untuk mengidentifikasi, mengategorikan, dan menginterpretasikan pola metafora konseptual yang muncul dalam korpus idiom warna pada ketiga bahasa. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kualitatif dilakukan untuk memahami makna yang terkandung dalam data secara lebih mendalam, dengan karakteristik yang bersifat deskriptif serta menggunakan data

dalam bentuk teks. Analisis isi digunakan untuk mengelompokkan data berdasarkan kategori warna, makna idiomatik, domain sumber, domain sasaran, dan skrip budaya yang melatarinya.

Data penelitian ini berupa idiom yang mengandung unsur warna dalam bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia. Korpus penelitian terdiri dari sekitar 110 idiom warna yang meliputi tujuh kategori warna utama, yaitu putih, hitam, merah, hijau, biru, kuning, dan abu-abu. Data kemudian divalidasi menggunakan beberapa kamus otoritatif, yaitu *Mu'jam at-Ta'bir al-Ishthilahi fi al-'Arabiyat al-Mu'ashirah* (Dawood, 2003), *Moderne Deutsche Idiomatik* (Friederich, 1976), dan *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Pusat Bahasa, 2008). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik membaca intensif terhadap berbagai sumber leksikal dan literatur yang memuat idiom warna. Teknik ini bertujuan untuk mengidentifikasi ungkapan idiomatik yang mengandung unsur warna (Sugiarti, 2020). Selanjutnya, setiap idiom dicatat dengan memperhatikan beberapa aspek, yaitu bentuk idiom, makna literal, makna idiomatik, serta konteks penggunaannya (Mahsun, 2017).

Analisis data dilakukan dengan menggunakan kerangka *Conceptual Metaphor Theory* yang dikembangkan oleh Lakoff dan Johnson (1980) serta pendekatan *cultural scripts* yang diperkenalkan oleh Wierzbicka (1992). Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan berikut: 1) Mengidentifikasi ranah sumber (*source domain*). 2) Mengidentifikasi ranah sasaran (*target domain*). 3) Merumuskan metafora konseptual yang mendasari hubungan antara ranah sumber dan ranah sasaran. 4) Menafsirkan hasil analisis berdasarkan kerangka skrip budaya untuk menjelaskan bagaimana nilai dan pengalaman budaya memengaruhi pembentukan makna idiomatik.

## Hasil Dan Pembahasan

### 1. Analisis Idiom Warna *Putih*

#### a) Idiom Bahasa Arab

Data idiom bahasa Arab menunjukkan dominasi makna moral-religius:

**Table 1**  
**Idiom Warna *Putih* dalam Bahasa Arab**

Arabic Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
وجهه أبيض	Wajahnya putih	Mulia, dihormati
قلبه أبيض	Hatinya putih	Jujur, baik hati
يوم أبيض	Hari putih	Hari bahagia, hari keberuntungan
صفحة بيضاء	Halaman putih	Kebersihan/awal yang baru
السجل الأبيض	Catatan putih	Catatan bersih/ketidakbersalahan
ثوب أبيض	Jubah putih	Kesucian (berkonotasi agama atau moral)
عمله أبيض	Perbuatannya putih	Perbuatan jujur atau baik

### *Pola Metafora Konseptual Warna Putih dalam Idiom Bahasa Arab*

MORALITAS ADALAH KEBERSIHAN/PUTIH (putih → bersih → tidak berdosa).

KEHORMATAN ADALAH CAHAYA (wajah putih → bercahaya → mulia).

KEBAIKAN ADALAH WARNA TERANG (warna putih/terang → kesucian spiritual)

#### **b) Idiom Bahasa Jerman**

Data idiom warna *putih* dalam bahasa Jerman menunjukkan variasi makna yang lebih heterogen:

Table 2  
Idiom Warna *Putih* dalam Bahasa Jerman

German Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
weiße Maus	Tikus putih	Polisi lalu lintas GDR
eine weiße Weste haben	Memiliki rompi putih	Memiliki catatan putih
weiße Kohle	Batubara putih	Tenaga listrik hidro
weißes Gold	Emas putih	Sumberdaya berharga (misalnya gula, kapas)
der weiße Tod	Kematian putih	Kematian akibat longsor salju
die weiße Frau	Wanita putih	Hantu

### *Pola Metafora Konseptual Warna Putih dalam Bahasa Jerman*

MORALITAS ADALAH KEBERSIHAN (*eine weiße Weste haben* → reputasi tidak ternoda).

NILAI EKONOMI ADALAH EMAS PUTIH (*weißes Gold* → gula/kapas sebagai komoditas berharga).

PUTIH SEBAGAI LANSKAP ALAM (*der weiße Tod* → salju → kematian karena salju)

#### **c) Idiom Bahasa Indonesia**

Data idiom bahasa Indonesia menunjukkan dua kecenderungan utama: moralitas dan institusionalitas.

**Table 3**  
**Idiom Warna Putih dalam Bahasa Indonesia**

<b>Indonesian Idiom:</b>	<b>Literal Translation:</b>	<b>Idiomatic Meaning:</b>
<b>Bendera putih</b>	-	<b>Menyerah</b>
<b>Berhati putih</b>	-	<b>Baik hati, jujur</b>
<b>Berjiwa putih</b>	-	<b>Tak bersalah/tanpa niat jahat</b>
<b>Baju putih-putih</b>	-	<b>Seragam petugas medis/tokoh agama</b>
<b>Buku putih</b>	-	<b>Laporan/dokumen resmi pemerintah</b>
<b>Orang berbaju putih</b>	-	<b>Petugas medis atau pekerja kemanusiaan</b>

***Pola Metafora Konseptual Warna Putih dalam Idiom Bahasa Indonesia***

MORALITAS ADALAH KEBERSIHAN (sama seperti dalam idiom bahasa Arab dan Jerman)

LEGALITAS ADALAH KEJELASAN VISUAL (putih sebagai latar tulisan → jelas → resmi)

KEADAAN TANPA PERLAWANAN ADALAH PUTIH (bendera putih → menyerah)

**d) Analisis Komparatif Idiom Warna Putih dalam Lintas Bahasa**

Dalam kerangka *Conceptual Metaphor Theory* (Lakoff & Johnson, 1980), metafora dipahami sebagai pemetaan sistematis antara domain sumber (pengalaman konkret) dan domain target (konsep abstrak). Warna sebagai pengalaman sensorik visual berfungsi sebagai domain sumber yang produktif dalam membentuk konsep moral, emosional, sosial, dan institusional. Makna idiomatik tersebut selanjutnya dimediasi oleh *cultural scripts* (Wierzbicka, 1992) yang mencerminkan nilai dan pengalaman budaya masyarakat penutur.

***Pola Konseptual Idiom Warna Putih dalam Lintas Bahasa***

Berdasarkan data idiom warna putih dalam bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia, ditemukan bahwa warna *putih* secara konsisten berfungsi sebagai *source domain* yang memetakan berbagai *target domain* yang abstrak. Analisis menunjukkan adanya tiga metafora konseptual utama yang muncul lintas bahasa:

MORALITAS ADALAH KEBERSIHAN (PUTIH)

KEHORMATAN ADALAH KETERANGAN / CAHAYA (PUTIH)

STATUS SOSIAL DAN LEGALITAS ADALAH KEJELASAN VISUAL (PUTIH)

**e) Skrip Budaya Warna *Putih* dalam Lintas Bahasa**

Menurut Anna Wierzbicka (1992, 1996, 2010), makna bahasa tidak sepenuhnya bersifat universal, melainkan tertanam dalam skrip budaya (*cultural scripts*), sehingga meskipun struktur metafora dapat bersifat universal, realisasi idiomatikanya dipengaruhi oleh sistem nilai setiap budaya. Dalam kerangka ini, dapat dibedakan antara metafora konseptual yang universal dan manifestasi idiomatik yang spesifik budaya. Dalam budaya Arab-Islam, warna *putih* diasosiasikan dengan pakaian ihram, kain kafan, serta simbol kesalehan dan kemurnian niat, sehingga berfungsi sebagai lambang kemurnian spiritual dan kehormatan sosial. Dalam budaya Jerman-Eropa, *putih* berkaitan dengan salju, musim dingin, lanskap Alpen, dan mitologi, yang melahirkan idiom seperti *der weiße Tod* (kematian akibat bencana salju) dan *die weiße Frau* (figur hantu dalam folklor Eropa), sehingga maknanya tidak selalu moral atau religius, bahkan dapat bernilai netral atau negatif. Sementara itu, dalam budaya Indonesia, makna putih merupakan perpaduan warisan Melayu-Islam yang memandang putih sebagai simbol kesucian, konvensi internasional seperti bendera putih, serta tradisi administratif modern, misalnya dalam istilah *buku putih* sebagai laporan atau dokumen resmi yang menjelaskan kebijakan atau hasil penelitian; selain itu, putih juga terkait dengan pakaian tenaga medis dan seragam religius, sehingga maknanya mencerminkan dimensi moral sekaligus administratif.

**2. Analisis Idiom Warna *Hitam***

**a) Idiom Bahasa Arab**

Data idiom bahasa Arab menunjukkan dominasi makna moral-religius dan kehormatan sosial:

**Table 4**  
**Idiom warna *Hitam* dalam Bahasa Arab**

Arabic Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
---------------	----------------------	--------------------

السجل الأسود	The black record	Masa lalu yang memalukan atau kriminal
يوم أسود	Black day	Hari yang tragis atau bencana
وجهه أسود	His face is black	Dipermalukan, dihina
عمله أسود	His deed is black	Tindakan jahat atau berdosa
قلبه أسود	His heart is black	Berniat jahat, berhati buruk
القائمة السوداء	The black list	Daftar hitam atau daftar kejahatan
تاريخه الأسود	His black history	Masa lalu yang memalukan
نظرتة سودا	His view is black	Pandangan pesimistis
الدنيا سودا	The world is black	Hidup itu menyedihkan

***Pola Metafora Konseptual Warna Hitam dalam Idiom Bahasa Arab***

MORALITAS BURUK ADALAH KEGELAPAN (hitam → gelap → tanpa kebaikan)

DOSA ADALAH NODA KEHITAMAN (perbuatan hitam → tercemar secara moral)

KEHINAAN ADALAH KEHITAMAN WAJAH (wajah hitam → kehilangan kehormatan sosial)

MALAPETAKA ADALAH HARI HITAM (hari gelap → pengalaman tragis)

**b) Idiom Bahasa Jerman**

Data idiom warna *hitam* dalam bahasa Jerman menunjukkan variasi makna moral, sosial, politik, dan ekonomi:

Table 5  
 Idiom Warna *Hitam* dalam Bahasa Jerman

German Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
das schwarze Schaf	Kambing hitam	Seseorang yang bermasalah atau terbuang
eine schwarze Seele	Jiwa hitam	Seseorang yang jahat atau keji
eine schwarze Tat	Perbuatan hitam	Kejahatan yang keji
j-m den schwarzen Peter zuschieben	Melemparkan Peter hitam kepada orang lain	Menyalahkan/melemparkan tanggung jawab ke orang lain
schwarz sein	Menjadi hitam	beragama Katolik atau anggota CDU
die schwarze Liste	Daftar hitam	daftar hitam daftar orang atau barang yang dilarang
die Schwarze Woche	Pekan hitam	Minggu Suci (istilah agama)
schwarze Ware	Barang-barang hitam	barang pasar gelap
schwarz auf weiß	Hitam di atas putih	tertulis atau tercatat dengan jelas

***Pola Metafora Konseptual Warna Hitam dalam Bahasa Jerman***

MORALITAS BURUK ADALAH KEGELAPAN (*eine schwarze Seele*)

ILEGALITAS ADALAH AKTIVITAS DALAM GELAP (*schwarze Ware*)  
PENYIMPANGAN SOSIAL ADALAH WARNA YANG BERBEDA (*das schwarze Schaf*)

IDENTITAS POLITIK ADALAH WARNA (*schwarz sein*)

### c) Idiom Bahasa Indonesia

Data idiom bahasa Indonesia menunjukkan dominasi makna ilegalitas dan stigma sosial:

Table 6  
Idiom warna *Hitam* dalam Bahasa Indonesia

Indonesia Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
Kambing hitam	-	seseorang tidak bersalah, namun dipersalahkan
Daftar hitam	-	Orang atau pihak yang dilarang atau diboikot
Ekonomi hitam	-	Aktivitas ekonomi ilegal
Bekerja hitam	-	Pekerjaan informal/ilegal
Pasar gelap	-	Pasar gelap

### *Pola Metafora Konseptual Warna Hitam dalam Idiom Bahasa Indonesia*

ILEGALITAS ADALAH KEGELAPAN (ekonomi hitam → pasar gelap)

EKSKLUSI SOSIAL ADALAH WARNA BERBEDA (kambing hitam → korban kesalahan)

PELARANGAN ADALAH PENCATATAN DALAM KEHITAMAN (daftar hitam → daftar pelaku kejahatan)

### d) Analisis Komparatif Idiom Warna *Hitam* dalam Bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia

Lakoff & Johnson (1980) menjelaskan bahwa makna metaforis terbentuk melalui pemetaan sistematis antara *source domain* yang bersifat konkret dan *target domain* yang abstrak. Warna sebagai pengalaman sensorik visual berfungsi sebagai domain sumber yang sangat produktif dalam membentuk konsep-konsep moral, emosional, sosial, dan ekonomi. Secara *embodied*, warna hitam berkaitan dengan: ketiadaan cahaya, malam dan kegelapan, ketidakterlihatan, ketidakpastian, dan bahaya tersembunyi.

### *Pola Konseptual Idiom Warna Hitam dalam Lintas Bahasa*

Berdasarkan data idiom warna *hitam* dalam bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia, ditemukan bahwa warna *hitam* secara konsisten berfungsi sebagai *source domain* yang memetakan berbagai *target domain* abstrak, terutama:

MORALITAS BURUK ADALAH KEGELAPAN

KEJAHATAN ADALAH SESUATU YANG BERADA DALAM GELAP

PENDERITAAN ADALAH KEHITAMAN

PENYIMPANGAN SOSIAL ADALAH WARNA YANG BERBEDA

#### e) Skrip Budaya Warna *Hitam* dalam Lintas Bahasa

Anna Wierzbicka (1992, 1996, 2010) menjelaskan bahwa makna bahasa tidak sepenuhnya universal, melainkan tertanam dalam skrip budaya (*cultural scripts*), sehingga meskipun struktur metafora dapat bersifat universal dan berbasis pengalaman manusia (*embodied experience*), realisasi idiomatikanya dipengaruhi oleh sistem nilai budaya, sejarah, serta pengalaman kolektif masyarakat penutur. Dalam budaya Arab-Islam, wajah dipandang sebagai simbol kehormatan sosial, hati sebagai pusat moral dan spiritual, serta aib sebagai sesuatu yang berdampak publik terhadap reputasi keluarga atau komunitas; karena itu, ungkapan seperti *aswadda wajhuhu* (أسود وجهه) tidak sekadar metafora visual, melainkan representasi skrip budaya tentang kehormatan dan rasa malu, sehingga warna hitam mengindikasikan degradasi moral dan sosial. Dalam budaya Jerman-Eropa, warna juga memiliki fungsi simbolik dalam politik, misalnya hitam yang diasosiasikan dengan partai konservatif, sementara konsep individualitas melahirkan metafora penyimpangan sosial seperti *das schwarze Schaf*; selain itu, aktivitas ilegal dipahami sebagai sesuatu yang dilakukan secara tersembunyi di “ruang gelap”, sehingga makna hitam lebih beragam dibandingkan dalam bahasa Arab. Adapun dalam konteks Indonesia, makna hitam banyak dipengaruhi oleh sistem administrasi dan regulasi negara, seperti dalam istilah *daftar hitam*, *ekonomi hitam*, dan *pasar gelap* yang mencerminkan hubungan antara sektor formal dan informal, serta ungkapan *kambing hitam* yang menunjukkan pengaruh intertekstual dari tradisi Eropa dan agama, sehingga warna hitam lebih berkaitan dengan regulasi sosial dan praktik ekonomi modern.

### 3. Analisis Idiom Warna *Merah*

### a) Idiom Bahasa Arab

Data idiom warna *merah* dalam bahasa Arab menunjukkan dominasi makna batas, peringatan, dan simbol afeksi:

Table 7  
Idiom Warna *Merah* dalam Bahasa Arab

Arabic Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
خط أحمر	Garis merah	Batasan yang tidak boleh dilanggar
بطاقة حمراء	Kartu merah	Hukuman atau peringatan
وردة حمراء	Mawar merah	Simbol cinta
إنذار أحمر	Tanda (peringatan) merah	Peringatan darurat
علم أحمر	Bendera merah	Tanda bahaya atau peringatan

#### *Metafora Konseptual Warna Merah dalam Idiom Bahasa Arab*

BATAS ADALAH GARIS MERAH (garis merah → tidak boleh dilampaui → larangan)

BAHAYA ADALAH MERAH (peringatan merah → situasi darurat)

CINTA ADALAH MERAH (mawar merah → simbol afeksi)

### b) Idiom Bahasa Jerman

Data idiom dalam bahasa Jerman menunjukkan dominasi makna emosi, politik, dan ekonomi:

Table 8  
Idiom Warna *Merah* dalam Bahasa Jerman

German Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
rot sehen	Melihat merah	sangat marah
rot wie ein Krebs	Merah seperti kepiting	malu-malu
die rote Fahne	Bendera merah	simbol revolusi
die Rote Liste	Daftar merah	daftar spesies terancam punah
keinen roten Heller haben	Tidak punya koin merah	bangkrut

#### *Metafora Konseptual Warna Merah dalam Idiom Bahasa Jerman*

KEMARAHAN ADALAH MERAH (*rot sehen* → marah → wajah memerah)

EMOSI INTENS ADALAH PANAS/MERAH (*rot wie ein Krebs* → aliran darah meningkat)

REVOLUSI ADALAH MERAH (*die rote Fahne* → simbol sosialisme)

KRISIS ADALAH MERAH (*rote Liste* → kategori bahaya ekologis)

KETIADAAN UANG ADALAH TANPA MERAH (*Heller* → nominal uang lama)

**c) Idiom Bahasa Indonesia**

Data idiom bahasa Indonesia menunjukkan dominasi makna emosi, bahaya, api, dan identitas politik:

**Table 9**  
**Idiom Warna Merah dalam Bahasa Indonesia**

<b>Indonesian Idiom:</b>	<b>Literal Translation:</b>	<b>Idiomatic Meaning:</b>
<b>Naik darah</b>	-	<b>Menjadi sangat marah</b>
<b>Berbaju merah</b>	-	<b>Anggota partai berhaluan merah</b>
<b>Jago merah / Si jago merah</b>	-	<b>Api besar (kebakaran)</b>
<b>Muka merah / Merah muka</b>	-	<b>Malu atau tersinggung</b>
<b>Merah padam</b>	-	<b>Sangat marah atau malu</b>
<b>Merah hati</b>	-	<b>Berani</b>
<b>Bendera merah</b>	-	<b>Tanda peringatan atau bahaya</b>
<b>Merah telinga</b>	-	<b>Sangat marah</b>
<b>Lampu merah</b>	-	<b>Tanda berhenti atau larangan</b>

***Pola Metafora Konseptual Warna Merah dalam Idiom Bahasa Indonesia***

KEMARAHAN ADALAH PANAS DARAH (naik darah → tekanan darah naik → marah)

MALU ADALAH MERAH (muka merah → respons fisiologis)

API ADALAH MERAH (jago merah → personifikasi api)

BAHAYA ADALAH MERAH (lampu merah, bendera merah)

IDENTITAS POLITIK ADALAH WARNA (berbaju merah)

**d) Analisis Komparatif Idiom Warna Merah dalam Bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia**

Dalam kerangka *Conceptual Metaphor Theory* (Lakoff & Johnson, 1980), secara *embodied*, warna merah berkaitan dengan: darah, api, panas tubuh, peningkatan detak jantung, dan bahaya dan sinyal peringatan. Pengalaman fisiologis tersebut kemudian diproyeksikan secara metaforis untuk memahami konsep abstrak seperti kemarahan, bahaya, batas larangan, cinta, revolusi, dan keberanian. Dengan demikian, warna merah sebagai pengalaman visual-fisik menjadi dasar konseptualisasi intensitas emosional dan urgensi sosial.

***Skema Konseptual Idiom Warna Merah dalam Lintas Bahasa***

Berdasarkan data idiom warna *merah* dalam bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia, warna *merah* berfungsi sebagai *source domain* yang memetakan beberapa *target domain* utama berikut:

KEMARAHAN ADALAH PANAS / MERAH

BAHAYA ADALAH WARNA MERAH

BATAS LARANGAN ADALAH GARIS MERAH

CINTA ADALAH MERAH (DARAH / JANTUNG)

REVOLUSI ADALAH MERAH

#### e) Skrip Budaya Warna *Merah* dalam Lintas Bahasa

Dalam skrip budaya, warna *merah* dapat dimaknai secara fisiologis-universal (merah diasosiasikan dengan darah dan kemarahan), simbolik-politik (merah sebagai lambang revolusi atau gerakan politik), serta konvensional-institusional (merah sebagai tanda berhenti). Dalam konteks Arab modern, ungkapan “garis merah” banyak digunakan dalam wacana politik dan diplomasi, sementara mawar merah sebagai simbol cinta dipengaruhi konvensi romantis global dan sistem peringatan berwarna merah bersifat internasional, sehingga maknanya cenderung pragmatis dan institusional. Dalam budaya Jerman-Eropa, merah memiliki dimensi historis-politik yang kuat sebagai simbol sosialisme dan gerakan buruh, di samping respons fisiologis seperti wajah memerah yang melandasi idiom tentang kemarahan atau rasa malu, serta penggunaannya dalam klasifikasi bahaya. Adapun dalam budaya Indonesia, makna merah bersifat beragam, mencakup aspek fisiologis dan emosional seperti dalam ungkapan “naik darah”, metafora pengalaman kebakaran seperti “jago merah”, serta dimensi sosial-politik yang dipengaruhi sejarah partai-partai nasional, di samping konvensi internasional seperti lampu merah dan bendera merah.

### 4. Analisis Idiom Warna *Hijau*

#### a) Idiom Bahasa Arab

Data idiom bahasa Arab menunjukkan dominasi makna kesuburan, kemakmuran, serta kondisi psikologis tertentu:

Table 10  
Idiom Warna *Hijau* dalam Bahasa Arab

Arabic Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
أرض خضراء	Tanah hijau	Tempat yang subur dan makmur

عيش أخضر	Hidup hijau	Hidup yang segar atau mewah
إشارة خضراء	Lampu hijau	Izin atau persetujuan
قلبه أخضر	Hatinya hijau	Polos, tak berdosa, berjiwa muda
وجهه أخضر	Wajahnya hijau	Penakut, pucat karena takut

***Pola Metafora Konseptual Warna Hijau dalam Idiom Bahasa Arab***

KESUBURAN ADALAH HIJAU (tanah hijau → vegetasi → kemakmuran)

KEHIDUPAN MAKMUR ADALAH HIJAU (hidup hijau → penuh rezeki)

PERSETUJUAN ADALAH HIJAU (isyarat hijau → boleh → lanjut)

KETIDAKMATANGAN ADALAH HIJAU (hati hijau → belum matang secara emosional)

KETAKUTAN ADALAH PERUBAHAN WARNA WAJAH (wajah hijau → kondisi fisiologis karena takut)

**b) Idiom Bahasa Jerman**

Data idiom bahasa Jerman menunjukkan variasi makna yang luas:

**Table 11**  
**Idiom Warna Hijau dalam Bahasa Jerman**

German Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
Grünhorn	Tanduk hijau	Orang yang kurang pengalaman
sich grün und blau ärgern	Marah dengan hijau dan biru	Sangat marah
grüne Witwen	Janda hijau	Wanita yang tinggal jauh dari perkotaan
j-m grün sein	Hijau terhadap seseorang	Menyukai seseorang
grün und gelb werden vor Neid	Cemburu dengan hijau dan kuning	Sangat cemburu
die Grüne Minna	Minna hinau	Mobil polisi
grüne Hochzeit	Pernikahan hijau	Hari pernikahan
Ach du grüne Neune!	Oh, kamu Sembilan hijau!	Astaga! (ungkapan terkejut)

***Pola Metafora Konseptual Warna Hijau dalam Idiom Bahasa Jerman***

KETIDAKMATANGAN ADALAH HIJAU (*Grünhorn* → belum matang → kurang pengalaman)

KECEMBURUAN ADALAH HIJAU (*grün und gelb werden vor Neid* → perubahan fisiologis)

AFILIASI POSITIF ADALAH HIJAU (*Jemandem grün sein* → menyukai seseorang)

INSTITUSI ADALAH WARNA (*Grüne Minna* → kendaraan polisi)

### c) **Idiom Bahasa Indonesia**

Data idiom bahasa Indonesia menunjukkan dominasi makna izin, ketidakmatangan, institusi, dan kehidupan sosial:

**Table 12**  
**Idiom Warna Hijau dalam Bahasa Indonesia**

Idiom (Indonesia)	Literal Translation	Idiomatic Meaning
Lampu hijau	-	Permission or approval
Naik kuda hijau	-	Drunk
Masih hijau	-	Inexperienced, immature
Lapangan hijau	-	Football field
Rumput hijau	-	A better life
Meja hijau	-	Court

### *Pola Metafora Konseptual Warna Hijau dalam Idiom Bahasa Indonesia*

PERSETUJUAN ADALAH HIJAU (lampu hijau → boleh → lanjut)

KETIDAKMATANGAN ADALAH HIJAU (masih hijau → belum matang)

INSTITUSI PERADILAN ADALAH WARNA (meja hijau → pengadilan)

KEHIDUPAN LEBIH BAIK ADALAH RUMPUT HIJAU (rumput hijau → metafora aspiratif)

### d) **Analisis Komparatif Idiom Warna Hijau dalam Bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia**

Dalam kerangka *Conceptual Metaphor Theory* (Lakoff & Johnson, 1980), warna *hijau* diasosiasikan dengan: tumbuhan dan vegetasi, kesuburan dan pertumbuhan, alam dan kehidupan, kondisi belum matang (buah yang masih hijau), warna fisiologis tertentu (wajah pucat kehijauan karena sakit atau takut). Pengalaman inderawi ini kemudian diproyeksikan ke berbagai ranah abstrak seperti kemakmuran, kepolosan, kecemburuan, izin, ketidakmatangan, serta institusi sosial.

### *Skema Konseptual Idiom Warna Hijau dalam Lintas Bahasa*

Berdasarkan data, warna *hijau* dalam tiga bahasa memetakan beberapa *target domain* utama:

KEHIDUPAN DAN KESUBURAN ADALAH HIJAU

KETIDAKMATANGAN ADALAH HIJAU

PERSETUJUAN ADALAH HIJAU

KECEMBURUAN ADALAH HIJAU

INSTITUSI ADALAH WARNA

**e) Skrip Budaya Warna *Hijau* dalam Lintas Bahasa**

Dalam budaya Arab-Islam, *hijau* memiliki konotasi religius yang kuat karena dikaitkan dengan surga dan keberkahan, sementara dalam lingkungan gurun, tanah yang hijau melambangkan kesuburan, kehidupan, kelimpahan, dan kemakmuran, meskipun terkadang juga bermakna kepolosan. Dalam budaya Jerman-Eropa, makna *hijau* lebih heterogen dan tidak dominan religius, melainkan berkaitan dengan metafora ketidakdewasaan seperti *greenhorn*, kecemburuan yang diasosiasikan dengan perubahan warna wajah, serta fungsi institusional seperti kendaraan polisi dan simbol partai hijau. Adapun dalam budaya Indonesia, makna *hijau* cenderung bersifat institusional dan aspiratif, tercermin dalam konvensi global seperti lampu hijau sebagai tanda izin atau kelancaran, istilah meja hijau yang merujuk pada lembaga peradilan karena penggunaan kain hijau pada meja persidangan, serta ungkapan rumput hijau yang melambangkan harapan akan kehidupan yang lebih baik.

**5. Analisis Idiom Warna *Biru***

**a) Idiom Bahasa Arab**

Data idiom bahasa Arab menunjukkan makna sosial dan fisiologis:

**Table 13**  
**Idiom Warna *Biru* dalam Bahasa Arab**

Arabic Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
الأزرق الدم	Darah biru	Keturunan bangsawan
أزرق وجهه	Wajahnya biru	Keadaan tercekik
زرقاء عيون	Matanya biru	Orang asing

***Metafora Konseptual Warna Biru dalam Idiom Bahasa Arab***

STATUS SOSIAL ADALAH DARAH BIRU (paralel dengan tradisi Eropa)  
 KEMARAHAN / SESAK ADALAH WAJAH BIRU (perubahan fisiologis → abstraksi emosi)  
 KEASINGAN ADALAH MATA BIRU (warna mata sebagai penanda etnis asing)

**b) Idiom Bahasa Jerman**

Data idiom bahasa Jerman menunjukkan variasi makna sosial dan psikologis:

Table 14  
Idiom Warna *Biru* dalam Bahasa Jerman

German Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
<b>blaues Blut</b>	Darah biru	Keturunan bangsawan
<b>blau sein</b>	Menjadi biru	Mabuk
<b>die blaue Blume</b>	Bunga biru	Hal yang romantis
<b>ins Blaue hinein</b>	Masuk ke dalam biru	Hal yang acak (tidak terencana)
<b>vom blauen Affen gebissen sein</b>	Digigit monyet biru	Kehilangan akal sehat

### *Pola Metafora Konseptual Warna Biru dalam Idiom Bahasa Jerman*

STATUS SOSIAL TINGGI ADALAH DARAH BIRU (*blaues Blut* → simbol aristokrasi Eropa)

KEMABUKAN ADALAH KEADAAN BIRU (*blau sein* → kondisi kehilangan kendali)

IDEALISME ADALAH BUNGA BIRU (*die blaue Blume* → simbol romantisisme Jerman)

KETIDAKPASTIAN ADALAH RUANG BIRU (*ins Blaue hinein* → tanpa arah jelas)

### c) Analisis Idiom Bahasa Indonesia

Data idiom bahasa Indonesia menunjukkan makna sosial dan fisiologis:

Table 15  
Idiom Warna *Biru* dalam Bahasa Indonesia

Indonesian Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
Darah biru	-	Keturunan bangsawan
Biru lebam	-	Keadaan tubuh yang memar
Langit biru	-	Harapan / masa depan cerah

### *Pola Metafora Konseptual Warna Biru dalam Idiom Bahasa Indonesia*

STATUS SOSIAL TINGGI ADALAH DARAH BIRU (paralel dengan Arab dan Jerman)

CEDERA ADALAH KEBIRUAN (biru lebam → perubahan warna tubuh)

HARAPAN ADALAH LANGIT BIRU (langit cerah → masa depan cerah)

**d) Analisis Komparatif Idiom Warna *Biru* dalam Bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia**

Dengan pendekatan *Conceptual Metaphor Theory* (CMT), warna *biru* merupakan pengalaman visual yang diasosiasikan dengan: langit dan laut, kedalaman dan ketakterbatasan, warna fisiologis tertentu (memar, kekurangan oksigen), dan simbol aristokrasi dalam tradisi Eropa. Pengalaman inderawi tersebut kemudian diproyeksikan secara metaforis untuk memahami konsep seperti kebangsawanan, harapan, kebebasan, kemabukan, irasionalitas, dan idealisme romantik. Dengan demikian, warna *biru* sebagai domain sensoris visual menjadi landasan konseptualisasi nilai sosial, psikologis, dan simbolik.

***Skema Konseptual Idiom Warna Biru dalam Lintas Bahasa***

Berdasarkan data, warna biru memetakan beberapa *target domain* utama:

STATUS SOSIAL TINGGI ADALAH DARAH BIRU

KEKURANGAN OKSIGEN / MEMAR ADALAH KEBIRUAN

IDEALISME ADALAH LANGIT BIRU

IRASIONALITAS ADALAH KEADAAN “BIRU”

HARAPAN ADALAH LANGIT BIRU

**e) Skrip Budaya Warna *Biru* Lintas Bahasa**

Dalam tradisi Eropa, warna *biru* berkaitan dengan aristokrasi dan romantisisme; dalam budaya Arab, biru diasosiasikan dengan kondisi fisik seperti wajah yang membiru serta persepsi terhadap “mata biru” yang sering dikaitkan dengan orang asing; sedangkan dalam budaya Indonesia, *biru* berhubungan dengan harapan melalui asosiasi langit biru serta warisan feodal melalui istilah “darah biru”. Dalam skrip budaya Arab, “darah biru” menunjukkan pengaruh simbol aristokrasi global, sementara wajah biru berkaitan dengan kondisi ekstrem seperti kemarahan, sakit, atau kekurangan oksigen, sehingga makna *biru* relatif terbatas dan tidak dominan secara religius. Dalam budaya Jerman-Eropa, *biru* memiliki dimensi historis dan estetis yang kuat, misalnya dalam konsep “blue blood” dari tradisi aristokrasi Spanyol-Eropa, serta asosiasi biru dengan kondisi mabuk dalam tradisi linguistik Jerman. Adapun dalam budaya Indonesia, istilah

“darah biru” mencerminkan warisan feodal dan pengaruh Eropa, “langit biru” melambangkan optimisme, dan “biru lebam” merujuk pada kondisi fisiologis.

## 6. Analisis Idiom Warna *Kuning*

### a) Idiom Bahasa Arab

Data bahasa Arab menunjukkan dominasi makna fisiologis dan evaluasi emosional:

Table 16  
Idiom Warna *Kuning* dalam Bahasa Arab

Arabic Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
وجهه أصفر	Wajahnya kuning	Pucat karena sakit atau ketakutan
ضحكة صفراء	Tawa/Senyum kuning	Senyuman palsu
إشارات صفراء	Sinyal kuning	Tanda peringatan

### *Pola Metafora Konseptual Warna Kuning dalam Idiom Bahasa Arab*

PENYAKIT ADALAH KUNING (wajah kuning → pucat → sakit atau takut)

KETIDAKTULUSAN ADALAH WARNA PUDAR (tawa kuning → senyum yang tidak tulus)

PERINGATAN ADALAH WARNA KUNING (isyarat kuning → kehati-hatian)

### b) Idiom Bahasa Jerman

Data idiom bahasa Jerman menunjukkan dominasi makna emosi kecemburuan:

Table 17  
Idiom Warna *Kuning* dalam Bahasa Jerman

German Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
der gelbe Neid	Iri hati yang kuning	Kecemburuan
gelb vor Neid werden	Menjadi kuning karena iri hati	Menjadi sangat cemburu

### *Pola Metafora Konseptual Warna Kuning dalam Idiom Bahasa Jerman*

KECEMBURUAN ADALAH KUNING (perubahan warna wajah → kondisi emosional negatif)

### c) Idiom Bahasa Indonesia

Data idiom bahasa Indonesia menunjukkan makna yang lebih beragam dan tidak selalu negatif:

Table 18  
Idiom Warna *Kuning* dalam Bahasa Indonesia

<b>Indonesian Idiom:</b>	<b>Literal Translation:</b>	<b>Idiomatic Meaning:</b>
<b>Kuning langsung</b>	-	<b>Warna kulita cerah</b>
<b>Kuning telur</b>	-	<b>Warna kuning cerah</b>
<b>Surat kabar kuning</b>	-	<b>Tabloid / media gossip</b>

***Pola Metafora Konseptual Warna Kuning dalam Idiom Bahasa Indonesia***

WARNA KULIT ADALAH DESKRIPSI KUNING (kuning langsung → kategori estetika)

INTENSITAS WARNA ADALAH KUNING TELUR (deskriptif, tidak metaforis kuat)

SENSASIONALISME ADALAH KUNING (surat kabar kuning → media tidak serius)

**d) Analisis Komparatif Idiom Warna *Kuning* dalam Bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia**

Melalui *Conceptual Metaphor Theory* (CMT) warna *kuning* diasosiasikan dengan: warna kulit pucat akibat sakit, warna daun yang menguning (layu), sinyal peringatan (lampu lalu lintas), warna emas dan cahaya matahari, dan warna tertentu dalam simbolisme media (*yellow press*). Pengalaman sensoris tersebut kemudian diproyeksikan untuk memahami konsep abstrak seperti penyakit, kepalsuan, kecemburuan, kehati-hatian, sensasionalisme, dan karakter sosial tertentu. Dengan demikian, warna *kuning* sebagai domain sensoris visual berfungsi sebagai landasan konseptualisasi kondisi fisiologis, emosi negatif, serta evaluasi sosial.

***Skema Konseptual Idiom Warna Kuning dalam Lintas Bahasa***

Berdasarkan data, warna *kuning* dalam tiga bahasa memetakan beberapa *target domain* utama:

PENYAKIT / KELEMAHAN ADALAH KUNING

KECEMBURUAN ADALAH KUNING

KETIDAKTULUSAN ADALAH KUNING

PERINGATAN ADALAH WARNA KUNING

SENSASIONALISME ADALAH KUNING

**e) Skrip Budaya Warna *Kuning* dalam Lintas Bahasa**

Makna idiomatik terintegrasi dalam skrip budaya (*cultural scripts*), yaitu seperangkat nilai dan asumsi implisit dalam suatu budaya; karena itu, meskipun warna *kuning* berakar pada pengalaman universal—seperti kulit yang menguning atau pucat akibat sakit—maksudnya dapat berbeda sesuai konteks budaya. Dalam budaya Arab, *kuning* sering diasosiasikan dengan kondisi fisik dan ekspresi emosional yang tidak tulus, misalnya dalam ungkapan “tawa kuning”, serta berfungsi sebagai sinyal peringatan yang bersifat pragmatis dan modern, sehingga cenderung bernilai negatif atau menunjukkan sikap kehati-hatian. Dalam tradisi Jerman-Eropa, *kuning* dapat melambangkan kecemburuan yang kuat dan berkaitan dengan dinamika emosional interpersonal. Adapun dalam konteks Indonesia, *kuning* lebih bersifat deskriptif dan kategorikal, misalnya dalam istilah “kuning langsung” sebagai kategori estetika lokal dan “surat kabar kuning” yang dipengaruhi konsep global *yellow press*, yakni media yang tidak kredibel, sehingga makna kuning mencerminkan interaksi antara pengalaman fisiologis universal dan konstruksi budaya yang spesifik.

## 7. Analisis Idiom Warna Abu-abu

### a) Idiom Bahasa Arab

Data idiom bahasa Arab menunjukkan makna ambiguitas dan netralitas:

Table 16  
Idiom Warna *Abu-abu* dalam Bahasa Arab

Arabic Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
رمادية منطقة	Area abu-abu	Keabsahan yang ambigu
رمادي موقف	Posisi abu-abu	Posisi netral

### *Pola Metafora Konseptual Warna Abu-abu dalam Idiom Bahasa Arab*

KETIDAKJELASAN ADALAH ABU-ABU (wilayah abu-abu → tidak hitam (salah) dan tidak putih (benar))

NETRALITAS ADALAH POSISI ABU-ABU (sikap abu-abu → tidak berpihak)

### b) Idiom Bahasa Jerman

Data idiom bahasa Jerman menunjukkan variasi makna sosial dan psikologis:

Table 17  
Idiom Warna *Abu-abu* dalam Bahasa Jerman

German Idiom:	Literal Translation:	Idiomatic Meaning:
---------------	----------------------	--------------------

<b>eine graue Maus</b>	<b>Tikus abu-abu</b>	<b>Orang yang tidak menonjol / pemalu</b>
<b>graue Eminenz</b>	<b>Keunggulan abu-abu</b>	<b>Keunggulan yang tersembunyi</b>
<b>grauer Händler</b>	<b>Penjual abu-abu</b>	<b>Pedagang semi-illegal</b>
<b>alles in grau sehen</b>	<b>Melihat segala sesuatu dalam abu-abu</b>	<b>Orang yang pesimis</b>

***Pola Metafora Konseptual Warna Abu-abu dalam Idiom Bahasa Jerman***

KETIDAKMENONJOLAN ADALAH ABU-ABU (*graue Maus* → individu yang tidak mencolok)

KEKUASAAN TERSEMBUNYI ADALAH ABU-ABU (*graue Eminenz* → pengaruh di balik layar)

SEMI-LEGALITAS ADALAH ABU-ABU (*grauer Händler* → pedagang di antara legal dan illegal)

PESIMISME ADALAH DUNIA BERWARNA ABU-ABU (*alles in grau sehen* → melihat segalanya abu-abu → kehilangan kecerahan/ketidakjelasan)

**c) Idiom Bahasa Indonesia**

Data idiom bahasa Indonesia menunjukkan makna hukum dan suasana emosional:

**Table 18**  
**Idiom Warna *Abu-abu* dalam Bahasa Indonesia**

<b>Indonesian Idiom:</b>	<b>Literal Translation:</b>	<b>Idiomatic Meaning:</b>
<b>Wilayah abu-abu</b>	-	<b>Tidak jelas benar atau salah</b>
<b>Ekonomi abu-abu</b>	-	<b>Kegiatan semi-illegal</b>
<b>Langit abu-abu</b>	-	<b>Suasana suram</b>

***Pola Metafora Konseptual Warna Abu-abu dalam Idiom Bahasa Indonesia***

AMBIGUITAS MORAL ADALAH ABU-ABU (*wilayah abu-abu* → tidak hitam atau putih)

SEMI-LEGALITAS ADALAH ABU-ABU (*ekonomi abu-abu* → antara formal dan illegal)

SUASANA SURAM ADALAH LANGIT ABU-ABU (*cuaca mendung* → perasaan sedih)

**d) Analisis Komparatif Idiom Warna *Abu-abu* dalam Bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia**

Warna *abu-abu* merupakan hasil campuran antara hitam dan putih, yang secara visual diasosiasikan dengan: ketidakjelasan atau kabut, redupnya cahaya, suasana mendung, warna netral yang tidak kontras, dan percampuran dua kutub ekstrem. Secara *embodied*, pengalaman visual terhadap *abu-abu* mencerminkan keadaan antara terang dan gelap, tidak tegas, dan tidak konklusif. Pengalaman ini kemudian diproyeksikan ke ranah abstrak seperti ambiguitas, netralitas, semi-legalitas, pesimisme, dan kekuatan tersembunyi. Dengan demikian, warna *abu-abu* sebagai domain sensoris visual menjadi dasar konseptualisasi ketidakpastian dan posisi antara dua kutub nilai.

### ***Skema Konseptual Idiom Warna Abu-abu dalam Lintas Bahasa***

Berdasarkan data, warna *abu-abu* memetakan beberapa *target domain* utama: KETIDAKJELASAN ADALAH ABU-ABU  
 POSISI NETRAL ADALAH ABU-ABU  
 SEMI-LEGALITAS ADALAH ABU-ABU  
 KETIDAKMENONJOLAN ADALAH WARNA ABU-ABU  
 SUASANA SURAM ADALAH ABU-ABU

#### **e) Skrip Budaya Warna *Abu-abu* dalam Lintas Bahasa**

Warna *abu-abu*, sebagai warna “antara”, memperoleh makna simbolik yang berbeda sesuai konteks budaya, meskipun metafora dasarnya bersifat universal, yaitu melambangkan ketidakjelasan atau ambiguitas. Dalam budaya Arab, *abu-abu* sering merepresentasikan posisi netral dan ambiguitas hukum, misalnya dalam istilah “wilayah abu-abu” yang merujuk pada area yang tidak diatur atau tidak diklasifikasikan secara tegas dalam wacana hukum dan diplomasi. Dalam budaya Jerman-Eropa, *abu-abu* berkaitan dengan pengalaman ekologis dan psikologis seperti kabut, cuaca mendung, dan suasana melankolis yang tercermin dalam idiom *alles in grau sehen*, serta memiliki makna politik dalam ungkapan *graue Eminenz* yang merujuk pada kekuasaan tersembunyi di balik figur resmi. Adapun dalam konteks Indonesia, *abu-abu* dominan digunakan dalam diskursus hukum dan ekonomi semi-formal, seperti dalam istilah “wilayah abu-abu” dan “ekonomi abu-abu”, serta dalam ekspresi emosional seperti “langit

abu-abu” yang menggambarkan suasana suram, sehingga maknanya mencerminkan interaksi antara sistem hukum, realitas ekonomi, dan pengalaman psikologis masyarakat.

## Simpulan

Penelitian ini mengkaji dan membandingkan idiom warna dalam bahasa Arab, Jerman, dan Indonesia dengan menggunakan kerangka *Conceptual Metaphor Theory* serta pendekatan *cultural scripts*. Berdasarkan analisis terhadap 110 idiom yang mencakup tujuh kategori warna utama, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat sejumlah metafora konseptual yang relatif universal dalam ketiga bahasa. Warna *putih* secara konsisten dipetakan pada konsep moralitas, kemurnian, dan reputasi yang tidak tercemar; warna *hitam* berkaitan dengan kesedihan, keburukan, atau kondisi negatif; sementara warna *merah* sering diasosiasikan dengan intensitas emosi, bahaya, atau konflik. Pola ini menunjukkan bahwa pengalaman sensoris manusia terhadap kontras terang-gelap serta intensitas visual warna menjadi dasar konseptual yang relatif serupa dalam berbagai komunitas bahasa.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa realisasi idiomatik dari metafora warna sangat dipengaruhi oleh skrip budaya masing-masing masyarakat. Dalam bahasa Arab, idiom warna memperlihatkan keterkaitan kuat dengan nilai religius dan moral yang berakar pada tradisi Islam. Dalam bahasa Jerman, banyak idiom warna terbentuk dari pengalaman historis, geografis, dan psikologis masyarakat Eropa, misalnya pengaruh lanskap musim dingin atau tradisi folklor. Sementara itu, idiom warna dalam bahasa Indonesia mencerminkan perpaduan antara nilai budaya lokal, pengaruh Islam, serta praktik institusional dan administratif modern. Dengan demikian, idiom warna dalam ketiga bahasa memperlihatkan dua lapisan konseptual utama, yaitu lapisan *embodied* yang bersifat universal dan lapisan simbolik yang bersifat kultural-spesifik. Oleh karena itu, integrasi antara teori metafora konseptual dan pendekatan skrip budaya terbukti efektif untuk menjelaskan hubungan antara kognisi manusia dan konstruksi makna budaya dalam bahasa.

Implikasi penelitian ini relevan bagi beberapa bidang. Dalam kajian penerjemahan, pemahaman terhadap metafora warna dan skrip budaya dapat membantu penerjemah menghindari kesalahpahaman makna idiomatik lintas bahasa. Dalam pedagogi bahasa asing, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pengajaran idiom yang tidak hanya menekankan makna leksikal, tetapi juga latar kognitif dan budaya yang melandasinya. Selain itu, dalam studi komunikasi antarbudaya, pemahaman terhadap simbolisme warna dalam idiom dapat meningkatkan sensitivitas budaya dan memperkaya interpretasi makna dalam interaksi lintas masyarakat.

### Daftar Pustaka

- Al-Domi, M. M. (2015). The Connection Between the Colors Mentioned in The Holy Quran and Its Significance the Green Model. *European Scientific Journal*, *ESJ*, 11(26). Retrieved from: <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/6239>
- Alotaibi, W. J. (2020). European Journal of English Language Teaching Colour Idioms in English and Arabic: *European Journal of English Language Teaching*, 5 (2), 97–109. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3733839>
- Amalia, Amara Ridha dkk. (2025) Bentuk Idiom Ragam Gaul di Media Sosial Pada Generasi Milenial: Tinjauan Sociolinguistik. *ESTETIK: Jurnal Bahasa Indonesia*, vol. 8, no. 1, 2025 IAIN Curup – Indonesia | ISSN 2622-1810 (p); 2622-1829 (e) DOI: <http://doi.org/10.29240/estetik.v8i1.12943>
- Arikunto, S. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baker, M. (1992). *In Other Words: A Course Book on Translation*. London: Routledge.
- Batitskaya V., et al. (2019). Phraseological units with the lexical component ‘gold / golden’ in English linguoculture. *The International Scientific and Practical Conference “Current Issues of Linguistics and Didactics: The Interdisciplinary Approach in Humanities and Social Sciences”* Vol: 69 (CILDAH-2019)

DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196900048>

- Chaer, A. (2014). *General linguistics*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chen, V., & Yan Khiong, B. (2023). Analisis Perbandingan Makna Warna Merah Dalam Peribahasa Indonesia Dan Peribahasa Mandarin. *Khatulistiwa*, 12 (2), 506–514.  
<https://doi.org/10.26418/jppk.v12i2.62396>
- Dawood, Muhammad. (2003). *Mu'jam at-Ta'bir al-Ishthilahi fi al-'Arabiyat al-Mu'ashirah* (معجم التعبير الاصطلاحي في العربية المعاصرة). Cairo: Dar Ghayib للطباعة والنشر. Mesir
- Dębowiak, Przemysław & Stala, Ewa. (2016). European (dis)union of colours: secondary basic colour terms in Polish, Portuguese and Spanish. [https://www.researchgate.net/publication/307476810\\_European\\_disunion\\_of\\_colours\\_secondary\\_basic\\_colour\\_terms\\_in\\_Polish\\_Portuguese\\_and\\_Spanish](https://www.researchgate.net/publication/307476810_European_disunion_of_colours_secondary_basic_colour_terms_in_Polish_Portuguese_and_Spanish)
- Dewi, Khory A.K., & Miftachul Amri. (2018). Perbandingan Makna Idiom Bahasa Jepang dan Bahasa Indonesia yang Mengandung Unsur Warna dalam Koran Online Asahi Shimbun 「朝日新聞」 dan Kompas. *Jurnal Ilmu Mahasiswa HIKARI*, 6 (2), 1–11.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/hikari/article/view/26444>
- Durdureanu, I. (2011). Translation of cultural terms: Possible or impossible? *Journal of Linguistic and Intercultural Education – JoLIE*, 4, 51- 64.  
DOI: <https://doi.org/10.29302/jolie.2011.4.4>
- Fitriani, Rani Siti & Riva Nabila. (2020). Interferensi Bahasa Indonesia Sebagai Bagian dari Rumpun Bahasa Austronesia. Prosiding Seminar Arkeologi 2019. Balai Arkeologi Jawa Barat. DOI: <http://doi.org/10.24164/prosiding.v3il.22>
- Friederich, W. (1976). *Moderne Deutsche Idiomatik: Alphabetisches Wörterbuch mit Definition und Beispielen*. Ismaning: Hueber.
- Goncharova, K. (2017). Polysemy of contronyms "white" and "black" in English, German, Russian and Ukrainian // *Philological Sciences. Questions of theory and pricolor idiomsce*. No. 8 (74). Part 1, p: 69–73
- Haji Musaei S. A. and Madayeni Avval A. (2024). Color Name Red in Russian and Persian Phraseology: Axiological Aspect. *SibScript*, 2024, 26(4): 607–617. (In Russ.)

DOI: <https://doi.org/10.21603/sibscript-2024-26-4-607-617>

- Haq, Muhammad. (2022). Problematika Penerjemahan Idiomatik Arab ke Indonesia. *MUHIBBUL ARABIYAH: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab*, 2 (1), 15–30. DOI: <https://doi.org/10.35719/pba.v2i1.32>
- Hasan, Amna & Al-Sammerai, Nabiha & Bin, Fakhrol & Kadir, Abdul. (2011). How Colours are Semantically Construed in the Arabic and English Culture: A Comparative study. *English Language Teaching*. 4. DOI: <https://doi.org/10.5539/elt.v4n3p206>
- Hieu, H. N., Eriyanti, R. W., & Iswatiningsih, D. (2022). Perbandingan Idiom yang Berunsur Bagian Tubuh Manusia Pada Bahasa Vietnam dan Indonesia (Comparison of Idioms with Human Body Parts in Vietnamese and Indonesian). *Indonesian Language Education and Literature*, 8 (1), 114–132. <https://doi.org/10.24235/ileal.v8i1.10179>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Leksono, Robertus & Jantem, Thanattha & Thi, Nguyen & Linh, Thùy. (2020). A Comparative Analysis of Colour Idioms in Vietnamese, Thai and Indonesian Languages. 13. 38-46. DOI: <https://doi.org/10.14456/jcdrhs.2020.34>
- Mahsun. (2017). Metode Penelitian Bahasa. In *Fakultas Adab dan Humaniora UIN Sunan Ampel Surabaya* (2nd ed.). Rajawali Press
- Mandić S. (2018). Meanings of White and Black in English and Serbian Idioms: A Contrastive Analysis//Zbornik za jezike i književnosti Filozofskog fakulteta u Novom Sadu. The Journal for Languages and Literatures of the Faculty of Philosophy in Novi Sad. Vol: 7. p. 71–85 DOI: <https://doi.org/10.19090/zjik.2017.7.71-85>
- Molina, S. (2015). Black and White Metaphors and Metonymies in English and Spanish: A Cross-Cultural and Corpus Comparison. *Yearbook of Corpus Linguistics and Pragmatics* 3, 2015 pp 39–63. DOI: 10.1007/978-3-319-17948-3\_3
- Negro Alousque, I. (2019). A Semantic and Pragmatic Analysis of English Colour Idioms. *Babel – AFIAL: Aspectos De Filología Inglesa E Alemá*, (20), 149–162. <https://revistas.uvigo.es/index.php/AFIAL/article/view/265>
- Pusat Bahasa. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia* (1 (ed.); 1st ed.). Departemen Pendidikan Nasional.

- Sudaryat, Yayat. (2009). *Makna Dalam Wacana*. Bandung: CV. Yrama Widya
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tali, Kigel. (2022). Contrastive Analysis of English, Russian, and Hebrew Color Idioms. *European Journal of Literature, Language and Linguistics Studies*, [S.l.], v. 6, n. 2, oct. ISSN 25597914. <https://oapub.org/lit/index.php/EJLLL/article/view/374/404>. doi:<http://dx.doi.org/10.46827/ejlll.v6i2.374>.
- Thinard, M. (2019). Colours & Metaphors: A Study of Black, White and Grey Metaphors in English Idioms. [https://www.academia.edu/42630421/Colours\\_and\\_Metaphors\\_A\\_Study\\_of\\_Black\\_White\\_and\\_Grey\\_Metaphors\\_in\\_English\\_Idioms](https://www.academia.edu/42630421/Colours_and_Metaphors_A_Study_of_Black_White_and_Grey_Metaphors_in_English_Idioms)
- Wierzbicka, Anna. 1990. "The meaning of color terms: semantics, culture, and cognition" *Cognitive Linguistics* 1: 99-150
- Wierzbicka, A. (1992). *Semantics, Culture, and Cognition: Universal Human Concepts in Culture Specific Configurations*. – Oxford: Oxford University Press, 496 p
- Wierzbicka, Anna. (2006). "The semantics of colour: A new paradigm." *Progress in Colour Studies: Volume I. Language and culture*, edited by Carole P. Biggam and Christian Kay, Amsterdam: John Benjamin Publishing Company, 1-24
- Yakovleva, Svetlana L et al. (2015) The Category of Colour Naming in English, German and Mari Idioms. *Mediterranean Journal of Social Sciences* MCSER Publishing, Rome-Italy Vol 6 No 3 S7. ISSN 2039-2117 (online) DOI: <http://dx.doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n3s7p33>

