

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang makna idiomatis pada suatu idiom dalam pesan singkat yang terdapat pada situs web Jerman „*Chat von Gestern Nacht*”. Setiap idiom memiliki makna idiomatis. Teori mengenai makna idiomatis dipaparkan dalam *Idiomatizität* melalui pendekatan *Semantik*. Selain menggunakan bahasa slang atau menggunakan penyingkatan kata, orang Jerman juga menggunakan idiom dalam menyampaikan pesan mereka melalui pesan singkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis jenis-jenis makna idiomatis apa saja yang digunakan dan mengklasifikasi tingkat keidiomatisan makna suatu idiom yang muncul dalam pesan singkat pada situs web Jerman tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penjabaran naratif. Analisis penelitian ini berlandaskan pada teori idiom dan makna idiomatis dari Christine Palm (1995) dan teori makna yang berhubungan dengan unsur luar bahasa dari Gustav H. Blanke (1973). Hasil penelitian ini menunjukkan jenis makna idiomatis dalam 21 data yang ada merupakan 13 data termasuk jenis makna idiomatis dengan metaforisasi yang jelas (*durchsichtige Metaphorisierung*), 6 data termasuk jenis makna idiomatis dengan metaforisasi yang tidak jelas (*undurchsichtige Metaphorisierung*), dan 2 data termasuk jenis makna idiomatis dengan pengkhususan (*Spezialisierung*). Selain itu berdasarkan tingkat keidiomatisan maknanya terdapat 17 dari 21 data merupakan idiom dengan tingkat keidiomatisan makna penuh (*vollidiomatische Phraseme*) sedangkan 4 data merupakan idiom dengan tingkat keidiomatisan makna sebagian (*teilidiomatische Phraseme*), sehingga hasil penelitian ini telah disimpulkan bahwa teori terbukti dalam data.

Kata kunci : idiom, makna idiomatis, pesan singkat

ABSTRACT

This research examines the idiomatic meaning of an idiom in short message contained on the German website “Chat von Gestern Nacht”. Every idiom has idiomatic meaning. Idiomatic meaning’s theory are presented in idiomaticity through Semantic approach. Besides using slang words or word enhancement, Germans also use idioms in delivering their message through short message. The aim of this research is to analyze the types of idiomatic meanings that used and to classify the degree of idiomaticity of an idiom that appears in short message on the Germans website. This research uses a qualitative method with explanation in narrative. The analysis of this research is based on the theory of idiom and idiomatic meaning by Christine Palm (1995) and theory of meaning which is related to extralingual meaning by Gustav H. Blanke (1973). The result of this research indicate the types of idiomatic meaning in 21 data from the website are; 13 data are idiomatic meaning with clear metaphORIZATION (durchsichtige Metaphorisierung), 6 data are idiomatic meaning with unclear metaphORIZATION (undurchsichtige Metaphorisierung) and 2 data are idiomatic meaning with specialization (Spezialisierung). And based on the degree of idiomaticity, there are 17 of 21 data are idiom with fully idiomatised phrases (vollidiomatische Phraseme), while 4 data are idiom with partially idiomatised phrases (teilidiomatische Phraseme). So the results of this research have concluded that the theories are evident in the data.

Keywords : idiom, idiomatic meaning, short message