UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Conceptual Metaphors, Prototypes, and Frames of Happiness in YouTube Comments on Claudia Emmanuela Santoso's Victory in the Voice of Germany
Nur Khofifah Saadiah, Dr. Sailal Arimi, S.S., M.Hum.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study examines conceptual metaphors, prototypes, and frames of pride expressed in YouTube comments responding to Claudia Emmanuela Santoso's victory in *The Voice of Germany*. As an abstract emotion, pride is frequently expressed through metaphorical language, particularly in contexts of achievement and collective identity in digital spaces. Therefore, YouTube comments serve as authentic data to explore how users cognitively and socially construct and express this emotion.

This study aims to identify the source domains of pride metaphors, determine their prototypical structures, and analyze the frames underlying these metaphorical expressions. This research employs a descriptive qualitative approach, using 500 top comments from a selected YouTube video featuring Claudia Emmanuela Santoso. The analysis is based on Conceptual Metaphor Theory (CMT) proposed by Lakoff and Johnson, Prototype Theory by Eleanor Rosch, and frame analysis within cognitive linguistics as developed by Lakoff.

The findings reveal 13 source domains of pride metaphors, with *timelessness* as the most dominant, followed by *identity*, *emotion*, *elevation,* and *mark*. This indicates that pride is conceptualized not merely as a temporary emotion but as a lasting experience closely related to collective identity. The prototype analysis shows that certain metaphorical patterns emerge as the most representative forms of expressing pride. Meanwhile, the frame analysis identifies six major frames: *emotional engagement*, *collective identity*, *achievement*, *process*, *legitimation*, and *future orientation*.

These findings suggest that metaphors function not only as linguistic devices but also as cognitive mechanisms that shape how individuals and communities understand and express pride in a global digital context.

Keywords: Conceptual Metaphor, Prototype, Frame, Pride, YouTube Comments

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Conceptual Metaphors, Prototypes, and Frames of Happiness in YouTube Comments on Claudia Emmanuela Santoso's Victory in the Voice of Germany
Nur Khofifah Saadiah, Dr. Sailal Arimi, S.S., M.Hum.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Penelitian ini membahas metafora konseptual, prototipe, dan *frame* dari emosi kebanggaan (*pride*) yang muncul dalam komentar YouTube terhadap kemenangan Claudia Emmanuela Santoso dalam ajang *The Voice of Germany*. Kebanggaan sebagai emosi abstrak sering kali diekspresikan melalui bahasa metaforis, terutama dalam konteks pencapaian dan identitas kolektif di ruang digital. Oleh karena itu, komentar YouTube menjadi data autentik untuk mengkaji bagaimana pengguna memaknai dan mengekspresikan emosi tersebut secara kognitif dan sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi domain sumber metafora kebanggaan, menentukan struktur prototipenya, serta menganalisis *frame* yang mendasari penggunaan metafora tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan data berupa 500 komentar teratas pada video penampilan Claudia Emmanuela Santoso. Analisis dilakukan menggunakan Conceptual Metaphor Theory (CMT) oleh Lakoff dan Johnson, teori prototipe oleh Eleanor Rosch, serta analisis *frame* dalam linguistik kognitif oleh Lakoff.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 13 domain sumber metafora kebanggaan, dengan yang paling dominan adalah *timelessness*, diikuti oleh *identity*, *emotion*, *elevation,* dan *mark*. Hal ini menunjukkan bahwa kebanggaan tidak hanya dipahami sebagai emosi sesaat, tetapi sebagai pengalaman yang bertahan lama dan berkaitan dengan identitas kolektif. Analisis prototipe menunjukkan adanya pola metafora yang paling representatif dalam mengungkapkan kebanggaan. Sementara itu, analisis frame mengungkap enam kerangka utama, yaitu *emotional engagement*, *collective identity*, *achievement*, *process*, *legitimation*, dan *future orientation*.

Temuan ini menunjukkan bahwa metafora tidak hanya berfungsi sebagai alat linguistik, tetapi juga sebagai mekanisme kognitif yang membentuk cara individu dan kelompok memahami serta mengekspresikan emosi kebanggaan dalam konteks digital global.

Kata kunci: Metafora Konseptual, Prototipe, *Frame*, Kebanggaan, Komentar YouTube