

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan konseptualisasi kemenangan, mengidentifikasi faktor sosial budaya yang mempengaruhi terbentuknya konseptualisasi, dan representasi intensitas data kuantitatif konseptualisasi kemenangan pascapemilihan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia tahun 2019 dalam media sosial *twitter*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data tekstual mengenai kemenangan yang dituliskan dalam cuitan media sosial *twitter*. Data berupa metafora kemenangan yang selanjutnya diklasifikasikan, diidentifikasi dan dianalisis. Berdasarkan data yang telah dianalisis, ditemukan sebanyak 112 data metafora kemenangan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 9 ranah sumber, yaitu (1) perjalanan, (2) makanan, (3) cahaya, (4) alat, (5) manusia, (6) bangunan, (7) permainan dan pertandingan, (8) agama, dan (9) harta. Selanjutnya, ranah sumber tersebut digunakan untuk melihat cara masyarakat membangun konsep kemenangan melalui konseptualisasi yang dituliskan menggunakan huruf kapital, misalnya +KEMENANGAN ADALAH PERJALANAN+, +KEMENANGAN ADALAH MAKANAN+, dan lain sebagainya. Faktor sosial budaya yang mempengaruhi terbentuknya konseptualisasi kemenangan mencakup 4 klasifikasi, yaitu (1) agama, (2) pengalaman tubuh, (3) perjalanan, dan (4) makanan. Data-data yang telah diidentifikasi dapat dilihat berdasarkan intensitas penggunaannya, yang dikategorikan menjadi 3 kategori intensitas data ranah sumber, yaitu (1) ranah sumber dengan intensitas tinggi, (2) ranah sumber dengan intensitas cukup, dan (3) ranah sumber dengan intensitas rendah.

Kata kunci: konseptualisasi, metafora, kemenangan, ranah sumber.

ABSTRACT

This study aims to describe the conceptualization of triumph, identify factors that influence the formation of conceptualization, and represent the intensity of quantitative data conceptualization of Indonesian President and Vice President post-election *triumph* on twitter social media. The data used in this study is textual data about the triumph written in twitter's tweet. The data are in the form of triumph metaphors which are further classified, identified, and analyzed. It collected consisting of 112 triumph metaphors. The results of the research show that there were 9 source domains, that is (1) journey, (2) food, (3) light, (4) tools, (5) humans, (6) buildings, (7) games and match, (8) religion, and (9) assets. Furthermore, the source domain is used to see how people build the concept of triumph through conceptualization written in capital letters, for example, +TRIUMPH IS A JOURNEY+, TRIUMPH IS A FOOD+, and many more. There are 4 social-cultural factors that influence the formation of the conceptualization of triumph, (1) religion, (2) body experience, (3) journey, and (4) food. The data that has been identified can be seen based on the intensity of its use, it may contain 3 categorizations of the intensity of quantitative data, (1) high, (2) sufficient, and (3) low.

Keywords: conceptualization, metaphors, triumph, source domain.