

INTISARI

NAILAH SA'DIYATUL FITRIAH: Leksikon dalam Ranah Emosi 'Puas' dalam Bahasa Jawa dan Bahasa Inggris: Kajian Linguistik Antropologis. **Tesis.** Yogyakarta: Proram Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada, 2020.

Dalam budaya masyarakat secara universal, emosi diperlakukan secara khusus, yaitu dengan diberikan label-label tertentu dalam bahasa tertentu. Keistimewaan inilah yang menunjukkan bahwa bahasa memberikan fasilitas dalam menyampaikan informasi yang bersifat abstrak menjadi informasi yang kongkret. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sistem klasifikasi kebahasaan leksikon ranah emosi *puas* pada penutur bahasa Jawa dan bahasa Inggris berdasarkan pandangan budaya yang terkandung di dalamnya. Beberapa langkah yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan menginventarisasi leksikon-leksikon ranah emosi *puas* dalam bahasa Jawa dan bahasa Inggris, mendeskripsikan makna leksikon-leksikon tersebut, serta pada tahap analisis, diawali dengan analisis makna masing-masing leksikon dengan pendekatan *Natural Semantic Metalanguage* (NSM) atau Semantik Metabahasa Alami, kemudian ditafsirkan dengan menguraikan cara berpikir masyarakat Jawa dan masyarakat Barat dalam memikirkan emosi *puas* berdasarkan budayanya.

Dalam melabeli emosi ranah *puas*, dipandang dari segi bahasa, masyarakat Jawa menggunakan empat jenis leksikon, yaitu *lêga*, *marêm*, *plong*, dan *mak plong*. Sama halnya dengan masyarakat Jawa, masyarakat Barat juga melabelinya dengan empat leksikon, yaitu *content*, *satisfied*, *pleased*, dan *fulfilled*. Leksikon-leksikon tersebut dibedakan berdasarkan hal-hal yang menyebabkan timbulnya emosi *puas*, ada atau tidaknya sensasi lain yang menyertai, serta intensitas kepuasan yang dirasakan.

Dasar klasifikasi leksikon ranah emosi *puas* tersebut mencerminkan persamaan dan perbedaan budaya penutur bahasa Jawa dan bahasa Inggris. Keduanya menggunakan leksikon *puas* untuk mengekspresikan emosi positif—*puas* karena mendapatkan hal baik yang diharapkan. Namun, hal baik dari kedua budaya tersebut mencerminkan falsafah hidup dan kebudayaan yang berbeda. Masyarakat Jawa lebih menunjukkan hal-hal yang bersifat mendasar, sedangkan masyarakat Barat menunjukkan hal-hal yang bersifat prestise. Selain itu, mereka memilih cara yang berbeda perbedaan menyampaikan emosi *puas*—secara samar (penutur bahasa Jawa) dan ditampakkan (penutur bahasa Inggris).

ABSTRACT

NAILAH SA'DIYATUL FITRIAH: The Lexicons in Emotional Domain of Satisfaction in Javanese and English: A Study of Linguistic Anthropology. Thesis. Yogyakarta: Post-Graduate Program, Universitas Gadjah Mada, 2020.

The aim of this study is describing linguistic classification system of *satisfaction* emotion in Javanese and English speakers based on their cultural views using three methods. *First*, inventoring the lexicons of *satisfaction* emotion. *Second*, describing the meaning of those lexicons. And the last, interpreting cultural views of Javanese and English speakers on how they see *satisfaction* emotion by using ethnosemantic approach—*Natural Semantic Metalanguage* (NSM).

Linguistically, Javanese and English speakers use four lexicons to express their *satisfaction* emotion. Javanese has *lêga*, *marêm*, *plong*, and *mak plong*. While English has *content*, *satisfied*, *pleased*, and *fulfilled*. These lexicons are differentiated based on (1) what makes the speakers in both language *satisfy*; (2) the existence of another positive sensation because of *satisfaction* emotion; and (3) *satisfaction* intensity.

The classification of *satisfaction* lexicons with different prototype above reflects some similarities and differences based on Javanese and Western cultural views. The function of those lexicons is to express the positive emotion—satisfaction when they get something good as they wish. However, this 'something good' has different measurement in Javanese and English speakers. Javanese shows that the good things are mostly fundamental things. Meanwhile English speakers shows prestigious things related to their achievement, career, success, job, etc. Besides, they also have different way to express their *satisfaction*. Javanese speakers tend to show their *satisfaction* through symbols and not show off. While English speakers tend to show off their *satisfaction* clearly. This is how collectivism and individualism culture think about *satisfaction* emotion.

Keywords: *Satisfaction emotion, ethnosemantic, NSM, Anthropolinguistics*