

KAJIAN PSIKOLINGUISTIK TENTANG METAFORA DALAM BAHASA SEHARI-HARI MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

Emir Ghulam Ramadhan¹, Eunice Ivana Caitlyn Suwitono², Fayza Rahma Sifani^{3,*}, Flavy Zeeta Nasyraa⁴, Friellyana Ayu Ramadhina Gumilar⁵, Ghaitsa Zahira Shafa⁶, Mochamad Whilky Rizkianfi⁷

¹⁻⁷ Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia

*Email: fayzarahma@upi.edu

Received: day-month-year; Revised: day-month-year; Accepted: day-month-year

Abstrak: Penelitian ini mengkaji penggunaan metafora dalam bahasa sehari-hari mahasiswa Psikologi Universitas Pendidikan Indonesia dari perspektif psikolinguistik. Metafora dipandang penting karena mampu menjembatani konsep abstrak dengan pengalaman konkret yang dekat dengan kehidupan mahasiswa. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus mini terhadap 15 mahasiswa yang dipilih secara purposive. Data dikumpulkan melalui dokumentasi percakapan di media sosial dan wawancara semi-terstruktur terkait lima metafora populer, kemudian dianalisis dengan teknik kategorisasi tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metafora emosional dan sosial, seperti *baper* dan *bucin*, paling sering digunakan dan umumnya dipahami dengan tepat oleh partisipan. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan metafora bukan hanya refleksi ekspresi bahasa, tetapi juga mencerminkan proses kognitif dan interaksi sosial mahasiswa. Kesimpulannya, metafora berpotensi dimanfaatkan sebagai strategi pedagogis dalam pembelajaran berbasis bahasa kontekstual, sekaligus memberikan kontribusi terhadap kajian psikolinguistik di ranah pendidikan tinggi.

Kata Kunci: bahasa sehari-hari; komunikasi emosional; metafora; mahasiswa psikologi; psikolinguistik

Abstract: This study examines the use of metaphors in the everyday language of Psychology students at the University of Education Indonesia from a psycholinguistic perspective. Metaphors are considered important because they can bridge abstract concepts with concrete experiences close to students' lives. This study used a qualitative approach with a mini-case study design on 15 students selected purposively. Data were collected through documentation of conversations on social media and semi-structured interviews related to five popular metaphors, then analyzed using thematic categorization techniques. The results showed that emotional and social metaphors, such as *baper* and *bucin*, were most frequently used and generally understood correctly by participants. This finding indicates that the use of metaphors is not only a reflection of linguistic expression, but also reflects students' cognitive processes and social interactions. In conclusion, metaphors have the potential to be used as a pedagogical strategy in contextual language-based learning, while also contributing to psycholinguistic studies in higher education.

Keywords: emotional communication; everyday language; metaphor; psychology students; psycholinguistics

PENDAHULUAN

Bahasa memiliki peran sentral dalam kehidupan manusia, tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai medium untuk mengekspresikan pikiran, perasaan, dan pengalaman secara mendalam. Salah satu bentuk ekspresi bahasa yang menarik untuk dikaji

adalah metafora, karena memungkinkan individu merepresentasikan konsep abstrak melalui perbandingan dengan hal-hal yang lebih konkret dan akrab. Dalam ranah akademik, khususnya di kalangan mahasiswa Psikologi, metafora sering digunakan secara spontan untuk menjelaskan ide-ide psikologis yang kompleks dan sulit dipahami secara literal (Glucksberg et al., 1982 dalam Cersosimo et al., 2024).

Kajian psikolinguistik menegaskan bahwa pemahaman metafora tidak hanya melibatkan aspek semantik, tetapi juga pragmatik dan kognitif. Puhacheuskaya dan Järvikivi (2025) menunjukkan bahwa penafsiran metafora dipengaruhi oleh identitas penutur, latar belakang pengalaman, serta kapasitas reflektif individu. Sejalan dengan itu, Schauenburg et al. (2025) menekankan bahwa asosiasi semantik dalam pikiran manusia terbentuk melalui jejaring makna yang dipengaruhi pengalaman afektif, termasuk dalam memahami metafora pada konteks psikologis tertentu. Pandangan kontemporer yang ditawarkan Dufva (2024) juga memperluas pemahaman bahwa bahasa bersifat dialogis dan terdistribusi secara sosial, sehingga penggunaan metafora perlu dilihat sebagai praktik komunikasi yang berakar pada interaksi sehari-hari.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tentang metafora masih berfokus pada populasi khusus seperti penderita gangguan bahasa atau dilakukan dalam konteks formal seperti eksperimen laboratorium (Cersosimo et al., 2024; Schauenburg et al., 2025). Kajian mengenai penggunaan metafora dalam percakapan alami mahasiswa, khususnya komunitas akademik psikologi di Indonesia, masih jarang dilakukan. Padahal, mahasiswa Psikologi kerap menggunakan metafora sebagai cara efektif untuk menggambarkan fenomena mental yang abstrak dalam interaksi sosial sehari-hari.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, studi ini bertujuan untuk mendeskripsikan jenis-jenis metafora yang digunakan oleh mahasiswa Psikologi Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) dalam percakapan sehari-hari, menganalisis makna dan fungsi metafora tersebut dalam konteks sosial, serta menelaah implikasi psikolinguistik yang terkait dengan proses berpikir dan komunikasi mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis *mini case study*, karena penelitian difokuskan pada fenomena terbatas namun mendalam mengenai pemahaman dan penggunaan metafora dalam bahasa sehari-hari mahasiswa. Studi kasus mini dipilih untuk memungkinkan peneliti mengeksplorasi variasi penggunaan bahasa metaforis dalam lingkup kecil, namun tetap relevan untuk ditarik generalisasi terbatas pada konteks mahasiswa Psikologi.

Subjek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Pendidikan Indonesia. Sampel ditentukan dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria: (1) aktif secara verbal dalam percakapan informal, (2) familiar dengan penggunaan media sosial, dan (3) bersedia berpartisipasi dalam wawancara. Jumlah partisipan adalah 15 mahasiswa (usia 19–22 tahun, terdiri atas 6 laki-laki dan 9 perempuan) yang dianggap memadai untuk memberikan variasi data sesuai lingkup studi kasus mini. Objek penelitian adalah fenomena penggunaan dan pemaknaan metafora dalam konteks percakapan sehari-hari dengan fokus pada bahasa Indonesia informal yang digunakan oleh mahasiswa Psikologi.

Instrumen penelitian berupa panduan wawancara semi-terstruktur yang disusun berdasarkan prinsip identifikasi metafora dari Pragglejaz Group (2007). Panduan ini memuat pertanyaan tentang pemaknaan, konteks penggunaan, serta persepsi partisipan terhadap lima metafora yang dipilih. Instrumen diuji coba secara internal kepada tiga mahasiswa di luar sampel untuk memastikan kejelasan dan keterpahaman pertanyaan.

Prosedur penelitian dilaksanakan dalam dua tahap. Tahap pertama, pengumpulan data tekstual berupa 20 contoh metafora dari media sosial mahasiswa (status WhatsApp, Instagram, Twitter, Facebook, serta chat pribadi). Dari data tersebut, dipilih lima metafora paling sering muncul berdasarkan frekuensi kemunculan. Tahap kedua, wawancara semi-terstruktur dilakukan secara langsung dengan partisipan untuk menggali pemaknaan mereka terhadap metafora tersebut serta bagaimana metafora digunakan dalam interaksi sehari-hari. Wawancara direkam, ditranskrip, dan disertai catatan lapangan. Teknik pengumpulan data meliputi dokumentasi (tangkapan layar dan rekaman teks) serta wawancara mendalam. Seluruh data ditranskripsi dan dianalisis. Analisis data dilakukan dengan analisis tematik melalui tahapan *coding*, *categorizing*, dan *interpreting*. Data dikelompokkan ke dalam tiga kategori pemahaman: (1) pemahaman tepat (sesuai makna konvensional), (2) pemahaman tidak tepat (keliru mengartikan), dan (3) variasi makna (pemaknaan berbeda antar partisipan). Selanjutnya, pola umum dicari untuk menghubungkan pemahaman metafora dengan faktor usia, pengalaman, dan konteks sosial. Keabsahan data dijaga melalui *member checking*, *peer debriefing*, dan *triangulasi sumber*. Interpretasi data dilakukan dengan kerangka psikolinguistik dan teori metafora konseptual dari Lakoff & Johnson (1980).

HASIL DAN DISKUSI

A. Analisis Pemahaman terhadap Metafora

Untuk mengetahui tingkat pemahaman partisipan terhadap makna kata-kata metafora yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari, peneliti melakukan wawancara dengan menanyakan lima kata metafora berikut: *bucin*, *caper*, *pansos*, *baper*, dan *kepala dingin*.

Tabel 1. Pemahaman Makna Partisipan terhadap Metafora

Partisipan	Kata Metafora				
	“Budak cinta”	“Cari perhatian”	“Panjat sosial”	“Bawa perasaan”	“Kepala dingin”
1	Tergila-gila dengan pasangan	Ingin dilihat	Memanfaatkan orang	Sensitif	Tenang
2	Mau dibodohi oleh cinta	Ingin diperhatikan	Memanfaatkan orang lain	Terlalu serius	Tenang
3	Bodoh demi pasangan	Butuh perhatian	Menggunakan orang lain demi kepentingan	Terlalu dimasukkan ke dalam hati	Berpikir logis
4	Tidak bisa berpikir bijak dengan pasangan	Butuh diperhatikan	Meningkatkan kelas sosial	Sensitif	Tenang

5	Terlalu mencintai	Membutuhkan validasi	Orang yang suka sosialisasi	Menanggapi suatu hal dengan perasaan sensitif	Jernih
6	Sayang kepada seseorang	Kurang diperhatikan	Ingin dikenal/terkenal		Berpikir jernih
7	Suka percintaan	Ingin perhatian dari orang lain	Ingin dikenal	Mudah merasakan emosi (senang, sedih, kecewa)	Tenang
8	Menunjukkan rasa cinta secara berlebihan	Ingin menjadi pusat utama dan membutuhkan validasi	Bergaul dengan orang berpengaruh/terkenal agar ikut terkenal	Ketika melihat/mendengar sesuatu langsung terbawa perasaan atau memberikan respons secara berlebihan	Berpikir tenang dan objektif
9	Orang yang sedang tergila-gila kepada pasangan	Menunjukkan keunikan diri secara intens	Arena branding diri tetapi terkadang untuk memamerkan kelebihan	Suasana hati yang sensitif ketika mendapat stimulus dari luar	Kondisi tenang dan tidak dikuasai emosi yang meluap-luap
10	Orang yang sedang jatuh cinta	Panjat sosial	Panjat sosial	Suka terbawa perasaan	Tenang/sabar
11	Orang yang pusat dunianya pada percintaan, tidak memikirkan hal lain, apapun yang diinginkan pasangannya dituruti	Berperilaku berbeda dibandingkan dengan yang lain agar diperhatikan oleh orang lain	Seseorang membuat gaduh atau masalah dengan orang terkenal (Seleb) agar mendapat atensi dari publik	Seseorang yang terlalu sensitif dan setiap hal dianggap serius	Tenang, tidak gegabah, menyelesaikan segala sesuatu dengan cara dipikirkan dahulu dan dimusyawarahkan
12	Budak cinta	Cari perhatian	Panjat sosial	Bawa perasaan	Tenang

13	Budak cinta	Cari perhatian	Panjat sosial	Bawa perasaan	Tenang
14	Budak cinta	Cari perhatian	Panjat sosial	Bawa perasaan	Tenang
15	Budak cinta	Cari perhatian	Panjat sosial	Bawa perasaan	Tenang
16	Budak cinta	Cari perhatian	Panjat sosial	Bawa perasaan	Tenang
Makna sesungguhnya	Seseorang yang terlalu tergila-gila atau tergantung secara emosional pada pasangan, sampai mengabaikan hal lain	Perilaku mencari perhatian secara berlebihan atau mencolok agar diperhatikan orang lain	Usaha seseorang untuk menaikkan status sosialnya dengan cara mendekati orang-orang yang dianggap lebih berpengaruh	Kondisi mudah terbawa perasaan atau emosi, seringkali berlebihan dalam merespons sesuatu.	Sikap tenang, tidak terbawa emosi, mampu berpikir jernih dalam situasi sulit.

Adapun pertanyaan yang diajukan kepada partisipan, yaitu: "Apa makna dari kata metafora berikut menurut Anda?". Jawaban partisipan kemudian dianalisis untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mereka terhadap makna kata-kata tersebut.

Tabel 2. Rekapitulasi Pemahaman Partisipan terhadap Metafora

Metafora	Pemahaman Tepat	Pemahaman Tidak Tepat	Variasi Makna
Bucin	10 partisipan	3 partisipan	3 partisipan
Caper	9 partisipan	4 partisipan	3 partisipan
Pansos	11 partisipan	3 partisipan	2 partisipan
Baper	12 partisipan	2 partisipan	2 partisipan
Kepala Dingin	14 partisipan	1 partisipan	1 partisipan

Berdasarkan tabel di atas, pemahaman terhadap metafora cukup tinggi dengan persentase (62.5%) partisipan memahami metafora dengan benar. Sementara itu, persentase (18.75%) memiliki interpretasi yang tidak sesuai, dan sisanya menunjukkan variasi makna.

B. Frekuensi Penggunaan Metafora

Analisis terhadap frekuensi penggunaan metafora dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada partisipan, yaitu: “Apakah Anda sering menggunakan 5 kata metafora tersebut (budak cinta, cari perhatian, panjat sosial, bawa perasaan, dan kepala dingin)?”.

Data yang diperoleh dari jawaban partisipan kemudian diolah untuk melihat seberapa sering masing-masing kata metafora digunakan dalam komunikasi sehari-hari.

Tabel 3. Frekuensi Penggunaan 5 Kata Metafora dalam Komunikasi Sehari-hari

Kata Metafora	Sering Digunakan (%)	Kadang Digunakan (%)	Jarang Digunakan (%)
Bucin	75%	25%	0%
Caper	60%	35%	5%
Pansos	55%	40%	5%
Baper	85%	15%	0%
Kepala Dingin	50%	45%	5%

Berdasarkan tabel di atas, partisipan dengan lebih dari persentase (75%) menyatakan sering menggunakan kata-kata ini dalam percakapan sehari-hari. Dengan demikian, terlihat bahwa kata "baper" dan "bucin" merupakan metafora yang paling sering digunakan oleh partisipan. Hal ini menunjukkan bahwa metafora yang berkaitan dengan emosi dan hubungan sosial memiliki frekuensi penggunaan yang tinggi. Sementara itu, kata "caper" dan "pansos" menunjukkan variasi pemakaian yang lebih besar. Sebagian besar partisipan menyatakan mereka sering atau kadang menggunakan kata-kata ini, tergantung pada situasi sosial yang mereka hadapi. Selanjutnya, penggunaan kata "kepala dingin" lebih seimbang dengan sekitar persentase (50%) partisipan yang sering menggunakannya, sementara sisanya hanya menggunakannya sesekali atau jarang.

C. Frekuensi Penggunaan Kata Metafora Secara Umum

Pengumpulan data mengenai frekuensi penggunaan kata metafora (secara umum) dalam kehidupan sehari-hari dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada partisipan: "Apakah Anda sering menggunakan kata metafora dalam kehidupan sehari-hari?". Adapun jawaban yang diberikan oleh partisipan bervariasi, mulai dari "jarang", "kadang", "sering", hingga "sangat sering". Data tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui kecenderungan penggunaan metafora di kalangan partisipan.

Tabel 4. Frekuensi Penggunaan Kata Metafora Secara Umum

Jawaban	Jumlah Jawaban	Persentase (%)
Sangat sering	1	6.25%
Sering	11	68.75%
Kadang	3	18.75%
Jarang	1	6.25%

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden dengan persentase (68.75%) menggunakan metafora secara sering dalam percakapan sehari-hari. Sementara itu, hanya sebagian kecil dengan persentase (6.25%) yang menggunakan metafora dengan intensitas sangat sering atau jarang.

D. Sumber Penggunaan Metafora

Analisis sumber penggunaan metafora dilakukan dengan mengidentifikasi media atau lingkungan di mana partisipan pertama kali mengenal dan menggunakan kata-kata metafora tersebut. Pertanyaan yang diajukan kepada partisipan, yaitu “Di mana Anda menemukan kata metafora?”. Kemudian, jawaban partisipan dikategorikan berdasarkan sumber-sumber yang disebutkan untuk melihat pola dominan dalam penyebaran metafora di kalangan mahasiswa Psikologi UPI.

Tabel 5. Sumber Penggunaan Metafora

Sumber Penggunaan Metafora	Jumlah Partisipan	Persentase (%)
Media sosial	7	43.75%
Percakapan sehari-hari	8	50%
Lingkungan pertemanan	3	18.75%
Buku/Novel	1	6.25%
Film	1	6.25%

Berdasarkan tabel di atas, media sosial dan percakapan sehari-hari menjadi sumber utama penyebaran metafora dengan persentase (50%) partisipan mengidentifikasinya dari interaksi langsung, sementara dengan persentase (43.75%) menemukannya melalui platform digital. Data ini mengindikasikan bahwa tren bahasa di kalangan mahasiswa Psikologi UPI sangat dipengaruhi oleh interaksi digital dan sosial.

E. Klasifikasi Metafora yang Dominan

Untuk mengetahui jenis metafora yang paling sering digunakan dan ditemukan oleh partisipan dalam komunikasi sehari-hari, peneliti melakukan wawancara dengan mengajukan pertanyaan berikut: "Kata metafora apa yang sering digunakan dan ditemukan oleh Anda?" Data yang diperoleh kemudian diklasifikasikan untuk mengidentifikasi metafora-metafora yang paling dominan di kalangan partisipan.

Berikut ini adalah hasil dari klasifikasi metafora tersebut:

Tabel 6. Kata Metafora yang Sering Digunakan dan Dilihat Oleh Partisipan

Partisipan	Jawaban
1	Baper (bawa perasaan)
2	Baper (bawa perasaan)
3	Bacot
4	Baper (bawa perasaan)
5	Baper (bawa perasaan)
6	Tulang punggung, anak emas, buah hati
7	Baper (bawa perasaan), bucin (budak cinta)
8	Gen z, raja buah, kepala dingin
9	Keras kepala, buah tangan, gabut
10	Bucin (budak cinta), Baper (bawa perasaan)
11	Lapang dada, kepala dingin
12	Bucin, baper, pansos, caper
13	Keras kepala, tulang punggung
14	Baper (bawa perasaan), cinlok (cinta lokasi)
15	Cinlok (cinta lokasi)
16	Keras kepala, baper (bawa perasaan)

Tabel 7. Rekapitulasi Klasifikasi Metafora yang Digunakan Oleh Partisipan

Jenis Metafora	Kata Metafora	Jumlah Partisipan	Persentase (%)
Metafora Antropomorfik	Bucin (budak cinta), Anak emas, Keras kepala, Kepala dingin	10	62.5%
Metafora Hewan	Raja buah	1	6.25%
Metafora Abstrak ke Konkret	Tulang punggung, Buah hati, Lapang dada, Buah tangan	4	25%
Metafora Sinestesia	Baper (bawa perasaan)	7	43.75%

Berdasarkan tabel di atas, metafora antropomorfik merupakan jenis yang paling dominan dalam penggunaan bahasa sehari-hari mahasiswa Psikologi UPI dengan persentase (62.5%) partisipan menggunakan metafora seperti “bucin”, “keras kepala”, dan “kepala dingin”, untuk menggambarkan karakteristik manusia. Selanjutnya, metafora sinestesia, seperti “baper” juga cukup sering digunakan dengan persentase (43.75%) partisipan mengaitkan pengalaman emosional dengan sensasi fisik atau indera. Sementara itu, metafora abstrak ke konkret, seperti “tulang punggung” dan “buah hati” memiliki tingkat penggunaan yang moderat dengan persentase (25%) partisipan menggunakannya untuk mengonseptualisasikan hal-hal yang abstrak dalam bentuk lebih konkret. Lalu, metafora hewan, seperti “raja buah” memiliki tingkat penggunaan paling rendah di antara partisipan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas partisipan memiliki pemahaman yang cukup tepat terhadap makna lima kata metafora populer: bucin, caper, pansos, baper, dan kepala dingin. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan metafora telah menjadi bagian integral dari kompetensi linguistik mahasiswa, khususnya dalam konteks informal seperti percakapan sehari-hari dan media sosial. Pemahaman metafora mencerminkan kemampuan seseorang dalam menghubungkan makna antara konsep yang lebih konkret dengan ide-ide yang lebih abstrak, di mana individu memetakan pengalaman dunia nyata ke dalam pemikiran yang lebih teoritis (Lakoff & Johnson, 1980). Pemaknaan metafora terjadi melalui aktivasi konsep-konsep yang ada

dalam memori semantik, yang menggambarkan bagaimana kita mengaitkan makna bukan hanya berdasarkan interpretasi kata, tetapi juga melalui hubungan yang lebih dalam dalam struktur kognitif kita (Glucksberg, 2001).

Frekuensi penggunaan metafora seperti bucin dan baper yang paling dominan menunjukkan adanya kecenderungan penggunaan bahasa emosional dalam interaksi sosial mahasiswa. Kecenderungan ini mencerminkan struktur kognitif yang dipengaruhi oleh kedekatan sosial, budaya populer, dan media digital. Mahasiswa sering menggunakan metafora untuk menggambarkan pengalaman emosional mereka dalam interaksi sosial, karena metafora memberikan cara yang lebih mudah untuk mengekspresikan perasaan yang sulit dijelaskan dengan bahasa literal (Sofa, 2019). Dalam konteks pembelajaran, temuan ini mendukung pendekatan pedagogi berbasis konteks sosial yang menempatkan pengalaman bahasa sehari-hari sebagai sumber belajar yang sah.

Sumber utama penyebaran metafora, yakni media sosial dan percakapan langsung, menegaskan bahwa media digital memainkan peran penting dalam pembentukan dan penyebaran pola linguistik generasi muda. Dalam konteks linguistik kontemporer, komunikasi tidak lagi terbatas pada ruang fisik. Media digital telah memperluas cakupan penggunaan bahasa dan menciptakan dinamika baru dalam penyebaran dan pembentukan bahasa di kalangan masyarakat (Đorđević, 2022). Status sebagai penutur non-native mempengaruhi cara individu memahami dan memproses metafora, terutama dalam konteks bahasa campuran yang melibatkan bahasa daerah, nasional, dan digital, yang mempengaruhi interpretasi mereka terhadap metafora (Puhacheuskaya & Järvikivi, 2025).

Klasifikasi jenis metafora menunjukkan dominasi metafora antropomorfik dan sinestesia. Temuan ini memperkuat gagasan bahwa pemaknaan metafora sangat erat dengan cara individu memahami emosi dan karakter manusia, yang dalam konteks mahasiswa psikologi, mencerminkan kedekatan mereka dengan istilah-istilah emosional dan sosial. Metafora bukanlah suatu bentuk deviasi dari bahasa literal, tetapi bagian dari sistem kognitif yang mencerminkan cara manusia berpikir dan merasakan, yang menghubungkan pengalaman sehari-hari dengan bahasa (Gibbs, 1994). Oleh karena itu, temuan ini penting tidak hanya dalam studi psikolinguistik, tetapi juga dalam pengembangan materi ajar literasi bahasa yang kontekstual dan aplikatif.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran empirik mengenai pola penggunaan metafora oleh mahasiswa, tetapi juga membuka ruang refleksi pedagogis: bahwa pembelajaran bahasa yang efektif perlu melibatkan konteks nyata, mengakui keragaman makna, dan membangun jembatan antara bahasa akademik dan bahasa keseharian peserta didik.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang sejauh mana pemahaman serta frekuensi dari penggunaan metafora populer di kalangan mahasiswa pada Psikologi UPI, juga untuk mengidentifikasi jenis metafora yang dominan digunakan di dalam konteks komunikasi sehari-hari. Metafora digunakan serta dimaknai bukan hanya sekadar refleksi kebiasaan berbahasa saja, namun juga mencerminkan proses kognitif, sosial, dan budaya yang kompleks, berdasarkan pada hasil analisis yang dapat disimpulkan.

Secara ilmiah, hasil riset ini memperkuat teori konseptualisasi metafora dari Lakoff dan Johnson (1980), yang menyatakan metafora menjadi instrumen utama dalam pemikiran abstrak manusia. Para mahasiswa mampu memahami serta menggunakan metafora dengan tepat sehingga menunjukkan bahwa mereka menguasai sejumlah skema kognitif tertentu agar dapat menginterpretasikan realitas sosial, emosional, dan relasional secara simbolik. Pemahaman metafora dapat dilihat sebagai indikator dari kemampuan semantik serta sosial. Kemampuan ini berkembang seiring dengan paparan terhadap media digital dan juga lingkungan sosial.

Pemahaman akan makna, ekspresi emosi, beserta interpretasi sosial mahasiswa dapat diperkuat oleh guru dan dosen melalui penggabungan dari penggunaan metafora populer sebagai

suatu alat pedagogis. Temuan ini relevan bagi pengembangan pada komunikasi digital selain itu terutama dalam mendesain suatu pesan edukatif atau kampanye sosial yang efektif di media sosial dengan menggunakan bahasa metaforis yang akrab bagi para generasi muda.

Khususnya dalam konteks perkembangan usia atau paparan terhadap budaya populer yang berbeda, saran kami untuk memperdalam temuan ini adalah melakukan eksperimen kuasi atau studi longitudinal yang mengamati perubahan pemahaman dan penggunaan metafora seiring waktu. Studi komparatif antar program atau di tingkat universitas juga bisa menganalisa pola perbedaan penggunaan metafora yang berbeda secara akademik dan budaya.

Dengan penerapan metafora untuk memahami cara berpikir mahasiswa dan interaksinya, riset ini membuktikan bahwa bahasa lebih dari sekedar alat berkomunikasi. Lebih dalam, juga berperan penting dalam membentuk cara generasi muda memahami kehidupan sosial dan cara mereka berpikir serta memandang dunia.

REFERENSI

- Alzahrani, A. (2024). The Acceptability and Validity of AI-Generated Psycholinguistic Stimuli. *Heliyon*, 11(2), e42083. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e42083>
- Cersosimo, R., Domaneschi, F., & Al-Azary, H. (2024). Automatic metaphor processing in developmental dyslexia. *Journal of Communication Disorders*, 111(May 2024), 106448. <https://doi.org/10.1016/j.jcomdis.2024.106448>
- Đorđević, J. (2022). Digital Media Discourse in Linguistic Research. *Digital Media Discourse in Linguistic Research*, June. <https://doi.org/10.46630/dmd.2022>
- Dufva, H. (2024). From ‘psycholinguistics’ to the study of distributed sense-making: Psychological reality revisited. *Language Sciences*, 103, 101627. <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2024.101627>
- Fitriani, J., Ubung, S., Kinanthi, T. A., & Wahyuni, I. (2022). Analisis Gangguan Berbahasa Psikogenik Latah di Samarinda Ulu Studi Kasus: Psikolinguistik. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 9(2), 145. <https://doi.org/10.30595/mtf.v9i2.13735>
- Gesche, S., Steffen, M., Birgit, H., Franziska, M., Jakob, S., & Lena, J. (2025). A psycholinguistic investigation of biased semantic networks in contamination-related obsessive-compulsive disorder. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 88(February), 102028. <https://doi.org/10.1016/j.jbtep.2025.102028>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2008). *Metaphors We Live By* (p. 129).
- Puhacheuskaya, V., & Järvikivi, J. (2025). Sorry, you make less sense to me: The effect of non-native speaker status on metaphor processing. *Acta Psychologica*, 254(February). <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104853>
- Shen, Y. (1999). The poetics of mind: Figurative thought, language, and understanding. In *Journal of Pragmatics* (Vol. 31, Issue 12, pp. 1701–1704). [https://doi.org/10.1016/s0378-2166\(99\)00036-3](https://doi.org/10.1016/s0378-2166(99)00036-3)
- Sofa, G. A. (2019). Konseptualisasi Metafora dari Pengalaman Emosi: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Indonesia. *PRASASTI: Journal of Linguistics*, 4, 113–124.

Wu, W., Morales, M., Patel, T., Pickering, M. J., & Hoffman, P. (2022). Modulation of brain activity by psycholinguistic information during naturalistic speech comprehension and production. *Cortex*, 155, 287–306. <https://doi.org/10.1016/j.cortex.2022.08.002>

Yeaton, J. D. (2025). The neurobiology of sentence production: A narrative review and meta-analysis. *Brain and Language*, 264(February), 105549. <https://doi.org/10.1016/j.bandl.2025.105549>