PROSIDING
SENALA
Seminar Nasional
Linguistik Indonesia



Available online:
https://senala.upnjatim.ac.id
E-ISSN:
3123-335X
Prodi Linguistik Indonesia
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Submitted: 07/10/2026 Accepted: 01/11/2026 Published: 23/11/2026

Research Article

Representasi Prototipe Pengalaman UTBK pada Konten Media Sosial "Satu Kata untuk UTBK 2026" dalam Linguistik Kognitif

Afina Aziza Marwanti*[1], Naura Rafa Arianto[1], Herlifah Balqis Nur Aini[1], Devita Septian Dwi Hidayati[1]
[1] *Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia*
*Correspondence Author, E-mail: 2404601005@student.upnjatim.ac.id

Abstrak

Latar Belakang: Konten TikTok "Satu Kata untuk UTBK 2026" meminta peserta menyebut satu kata atau ungkapan singkat tentang pengalaman ujiannya. Jawaban singkat itu menunjukkan cara peserta menilai dan memberi nama pada pengalamannya. Kajian sebelumnya umumnya menelaah satu istilah emosi, belum kumpulan jawaban singkat atas satu pertanyaan yang sama. Tujuan: Penelitian ini mendeskripsikan jenis jawaban yang muncul, mengelompokkannya, dan menentukan bentuk yang paling menonjol dengan teori prototipe dalam linguistik kognitif. Metode: Penelitian deskriptif kualitatif dengan penghitungan frekuensi. Data berupa 100 respons dari sepuluh akun TikTok, yang terdiri atas 59 bentuk berbeda. Data dikumpulkan dengan teknik simak dan catat pada 3–4 Mei 2026. Respons dikelompokkan memakai kategori emosi Shaver et al. (2001) ditambah kategori "lain/tidak pasti". Hasil: Sebanyak 54 respons dapat ditempatkan pada kategori emosi: sukacita 36, takjub 8, cemas 8, dan sedih 2. Marah dan cinta tidak ditemukan. Sebanyak 46 respons tidak langsung menyebut emosi, yaitu penilaian kesulitan (20), keadaan tubuh atau pikiran (18), dan makna tidak pasti (8). Bentuk "mantap" paling sering muncul dalam kelompok sukacita (9 kali; 11 kali bersama variannya), sedangkan keluarga bentuk "susah" muncul 13 kali. Kesimpulan: "Mantap" adalah kandidat prototipe berdasarkan frekuensi, belum terbukti sebagai contoh terbaik menurut peserta. Temuan hanya berlaku bagi respons yang ditampilkan kreator pada sepuluh akun yang dianalisis. Penelitian lanjutan perlu menguji keterwakilan bentuk melalui penilaian langsung peserta.

Kata kunci: linguistik kognitif, media sosial, pengalaman, prototipe, UTBK

PENDAHULUAN

Ujian Tulis Berbasis Komputer (UTBK) adalah salah satu jalur seleksi masuk perguruan tinggi di Indonesia. Bagi peserta, UTBK bukan hanya soal kemampuan akademik. Persiapannya umumnya mencakup belajar mandiri, bimbingan belajar, dan latihan soal, dan kesiapan siswa menghadapi UTBK sendiri menjadi sasaran program pendampingan (Widiyarto et al., 2025). Pada sebagian siswa, kecemasan menghadapi UTBK pernah diteliti (Rismadayanti, 2021), dan rasa takut menghadapi ujian juga pernah diteliti pada siswa

sekolah menengah (Pertiwi et al., 2025). Dengan kata lain, UTBK adalah pengalaman yang sekaligus akademik dan emosional.

Pengalaman itu ikut hadir di media sosial. Salah satu bentuknya adalah konten TikTok "Satu Kata untuk UTBK 2026". Akun kampus, organisasi mahasiswa, atau bimbingan belajar menanyai peserta yang baru selesai ujian, lalu peserta menjawab singkat, misalnya "mantap", "pusing", atau "susah banget". Konten semacam ini dapat membangun kedekatan emosi dengan penonton yang punya pengalaman serupa (Rahim & Bayu, 2025).

Satu kata terlalu pendek untuk bercerita, sehingga peserta harus memilih kata yang paling mewakili pengalamannya. Dalam psikologi, kognisi mencakup pengertian, pemahaman, pertimbangan, dan pengolahan informasi (Zikrulloh et al., 2025), sehingga pengalaman tidak sekadar diterima, tetapi diolah dan dinilai terlebih dahulu. Hasil olahan itu kemudian diungkapkan lewat bahasa, sebab cara seseorang menggunakan bahasa dapat mencerminkan pola pikirnya (Agussalim et al., 2024). Pilihan inilah yang menarik bagi linguistik kognitif, yaitu cabang ilmu bahasa yang memandang bahasa sebagai cerminan cara manusia berpikir dan memahami pengalaman. Salah satu gagasan pentingnya adalah teori prototipe, yang berangkat dari kenyataan bahwa manusia mengelompokkan pengalaman ke dalam kategori.

Bayangkan kategori "burung". Bagi kebanyakan orang, burung pipit lebih terasa "burung" daripada penguin, meskipun keduanya sama-sama burung. Contoh yang sama dipakai dalam kajian emosi terbaru, yaitu pipit dipandang sebagai prototipe burung, sedangkan penguin tidak dianggap burung yang prototipikal (Wu et al., 2024). Anggota yang paling mewakili itulah yang disebut prototipe, sedangkan anggota lain berada lebih ke pinggir. Gagasan ini dikembangkan oleh Rosch (1975), dan Coleman dan Kay (1981) menerapkannya pada makna kata, dengan contoh kata *lie* 'berbohong' dalam bahasa Inggris. Dalam pandangan ini, batas kategori tidak tegas dan anggotanya tidak setara: konsep tidak ditentukan oleh sekumpulan ciri yang harus dimiliki semua anggota, melainkan berbeda-beda dalam derajat keterwakilannya (Haro et al., 2023).

Pandangan ini tidak hanya berlaku pada benda, tetapi juga pada emosi. Kata "bahagia", misalnya, dipandang lebih prototipikal daripada "takjub" (Wu et al., 2024), dan penutur menilai sebagian kata emosi lebih mewakili emosi daripada yang lain (Haro et al., 2023). Dalam kajian-kajian tersebut, keterwakilan diukur lewat penilaian penutur, bukan dari seberapa sering sebuah kata muncul. Dengan demikian, keterwakilan sebuah kata dalam suatu kategori tidak dapat disimpulkan dari frekuensinya saja, sebab kata yang paling sering diucapkan belum tentu dinilai penutur sebagai contoh terbaik.

Untuk mengelompokkan respons, penelitian ini memakai kerangka emosi (Shaver et al., 2001). Kerangka itu membagi emosi manusia ke dalam enam kelompok besar: cinta, sukacita, terkejut, marah, sedih, dan takut. Kerangka ini juga pernah diterapkan pada kosakata emosi bahasa Indonesia. Haro et al. (2023) mengkaji keprototipikalan emosional kata penanda emosi, yaitu seberapa mewakili sebuah kata terhadap emosi yang dinamainya. Enam kelompok besar tersebut hanyalah salah satu tingkat dalam susunan emosi yang bertingkat. Susunan ini sejalan dengan gagasan tingkat dasar (*basic level*) dalam teori prototipe, yaitu tingkat abstraksi tempat manusia membuat pembagian utama atas hal-hal yang dipersepsi.

Kategori yang lebih umum cenderung beragam isinya, sedangkan kategori yang lebih khusus saling tumpang tindih (Zeifert, 2023). Pada emosi, di bawah pembeda positif–negatif terdapat beberapa emosi dasar, dan di bawahnya terdapat banyak emosi yang lebih spesifik, seperti lega atau kecewa. Dengan demikian, kelompok emosi besar dapat dipandang sebagai wadah bagi kata-kata yang lebih spesifik, termasuk jawaban singkat peserta. Namun, karena bahasa hanya mengodekan sebagian hasil proses kognitif (Hadia & Batubara, 2025), satu

kata layak dibaca sebagai petunjuk tentang cara penutur menamai pengalamannya, bukan gambaran utuh perasaannya.

Penelitian terdahulu umumnya menelaah satu istilah, misalnya kata “malu” (Nugrahani, 2018) dan istilah “baper” (Rosita & Wulandari, 2022). Penelitian ini berbeda karena menelaah kumpulan jawaban singkat atas satu pertanyaan yang sama. Tujuannya ada tiga: (1) mendeskripsikan bentuk respons yang muncul, (2) mengelompokkannya berdasarkan kategori emosi yang dapat dipertanggungjawabkan, dan (3) mengidentifikasi bentuk yang paling menonjol dalam tiap kelompok. Penelitian ini membedakan dengan tegas antara bentuk yang paling sering muncul dalam data dan prototipe kognitif dalam arti contoh terbaik menurut penutur. Frekuensi tinggi saja belum cukup untuk membuktikan yang kedua.

METODE

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Pendekatan ini menekankan pengembangan pemahaman dari data yang diperoleh (Agussalim et al., 2024) dan telah dipakai untuk menelaah bahasa pada konten media sosial dengan mengamati bahasa pengguna, lalu mengidentifikasinya berdasarkan pola (Pitrianti & Maryani, 2023). Angka frekuensi digunakan sebagai pendukung untuk menggambarkan seberapa sering suatu bentuk muncul, bukan untuk uji statistik. Karena itu, penelitian ini tidak disebut sebagai metode campuran. Data berupa respons verbal peserta UTBK 2026 yang ditampilkan dalam video TikTok bertema “Satu Kata untuk UTBK” dari sepuluh akun. Isinya tidak mewakili seluruh peserta UTBK, tetapi tetap layak diperlakukan sebagai data bahasa. Karena jawaban peserta tidak selalu berupa satu kata, penelitian ini membedakan empat satuan berikut.

1. *Respons:* setiap jawaban yang dicatat, termasuk jawaban yang sama dan berulang. Jumlahnya 100.
2. *Bentuk unik:* jawaban yang tertulis sama dihitung satu kali. Jumlahnya 59. Contoh: “susah” muncul empat kali, berarti empat respons tetapi satu bentuk unik.
3. *Keluarga bentuk:* bentuk yang berbagi kata inti, misalnya “mantap”, “mantap banget”, dan “mantap is the best”. Keluarga hanya dilaporkan sebagai informasi tambahan; ketiga bentuk itu tetap dicatat sebagai tiga bentuk unik.
4. *Video dan peserta:* satu akun dapat memuat beberapa video, dan identitas peserta lintas video tidak dapat dipastikan. Oleh karena itu, 100 respons tidak berarti 100 peserta berbeda.

Pemisahan satuan ini dilakukan agar data dapat dihitung secara jelas. Penghitungan deskriptif berfungsi menyajikan profil umum data, sedangkan pengujian hubungan antarvariabel memerlukan statistik inferensial (Yuliarti et al., 2024). Pengklasifikasian unsur data menjadi satuan yang tegas juga membuka kemungkinan untuk mengukurnya (Agussalim et al., 2024). Karena penelitian ini hanya menyajikan profil frekuensi, pembedaan respons, bentuk unik, dan peserta menjaga agar angka yang dilaporkan tidak dipertukarkan.

Data dikumpulkan dengan teknik simak dan catat. Teknik simak dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa pada objek yang diteliti, lalu dilanjutkan dengan teknik catat, yaitu mencatat data pada tabulasi (Budi et al., 2025). Teknik ini sesuai dengan penelitian ini karena objeknya adalah video media sosial yang disimak langsung, kemudian setiap respons dicatat sesuai bentuk yang diucapkan atau ditampilkan. Peneliti mencari konten dengan kata kunci “Satu Kata untuk UTBK” pada fitur pencarian TikTok, menyimak konten yang relevan, dan mencatat semua respons berupa kata, frasa, atau klausa pendek yang langsung menggambarkan pengalaman peserta pada UTBK 2026. Respons dicatat sesuai bentuk yang diucapkan atau ditampilkan.

Penelusuran dan pengumpulan data dilakukan pada 3–4 Mei 2026, yaitu beberapa hari setelah pelaksanaan UTBK 2026 pada 21–30 April 2026. Peneliti menggunakan kata kunci "Satu Kata untuk UTBK" pada fitur pencarian TikTok untuk menemukan video yang menampilkan respons peserta terhadap pengalaman mengikuti UTBK 2026. Video dipilih apabila isi kontennya berkaitan dengan UTBK 2026 dan menampilkan respons verbal berupa kata, frasa, atau klausa pendek yang menggambarkan pengalaman peserta. Respons dicatat sesuai bentuk yang diucapkan atau ditampilkan. Jawaban yang sama tetap dihitung sebagai respons terpisah apabila muncul lebih dari sekali; penggabungan hanya dilakukan pada tahap penghitungan bentuk unik.

Analisis dilakukan dalam lima langkah. (1) Seluruh respons diinventarisasi. (2) Bentuk yang sama digabung untuk memperoleh bentuk unik, sedangkan frekuensi tetap dihitung dari seluruh respons. (3) Setiap bentuk dikelompokkan dengan kerangka emosi (Shaver et al., 2001), yaitu cinta, sukacita, terkejut, marah, sedih, dan takut, ditambah kategori lain untuk respons yang tidak cukup menunjukkan emosi. Kategori lain dibagi tiga: penilaian kesulitan, keadaan tubuh atau pikiran, dan makna tidak pasti. (4) Frekuensi tiap bentuk dan subtotal tiap kategori dihitung, lalu dicocokkan dengan total 100. (5) Bentuk dengan frekuensi tertinggi dalam suatu kategori disebut kandidat prototipe berbasis frekuensi. Sebutan ini dipilih karena penetapan prototipe kognitif memerlukan penilaian langsung dari penutur, misalnya peserta diminta menilai bentuk mana yang paling mewakili suatu perasaan.

Pengelompokan awal hanya menimbang kedekatan makna kata dengan enam kategori emosi. Pada tinjauan ulang, aturan pada Tabel 1 digunakan agar keputusan dapat diperiksa pembaca. Langkah ini penting karena penentuan jenis kata emosi yang bergantung pada penilaian subjektif peneliti dapat menjadi salah satu sebab hasil kajian tidak konsisten (Wu et al., 2024). Prinsipnya, kata yang dapat dibaca dua cara (misalnya fisik atau perasaan) ditempatkan pada "makna tidak pasti", bukan dipaksakan masuk kategori emosi. Prinsip ini sejalan dengan pembedaan antara kata yang menyebut emosi secara langsung dan kata yang tidak menyebutnya (Haro et al., 2023), serta dengan kenyataan bahwa kategori yang batasnya tidak tegas memiliki anggota pinggiran yang keanggotaannya tidak jelas (Zeifert, 2023).

Pengodean dilakukan oleh seluruh anggota tim peneliti. Hasil pengodean kemudian diperiksa ulang oleh anggota tim untuk meninjau kesesuaian penempatan respons dengan indikator kategori yang telah ditetapkan. Pemeriksaan ini diperlukan karena posisi dan identitas peneliti dapat memengaruhi temuan penelitian (Zhao, 2024). Klasifikasi pada naskah ini didasarkan pada makna respons dan konteks yang tersedia dalam video. Video memadukan unsur suara dan gambar (Zhao, 2024), sehingga intonasi dan tampilan penutur dapat membantu menafsirkan maksud sebuah respons. Bentuk yang konteksnya belum cukup untuk memastikan kategori ditandai sebagai makna yang tidak pasti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Data

Sepuluh akun TikTok menyumbang 100 respons (Tabel 1). Setelah jawaban yang tertulis sama dihitung satu kali, terdapat 59 bentuk unik (Tabel 2). Jadi, 100 menunjukkan banyaknya respons, sedangkan 59 menunjukkan keragaman bentuk jawaban. Keduanya tidak boleh dipertukarkan.

Tabel 1. Jumlah respons yang dicatat dari tiap akun TikTok

No.	Akun TikTok	Jumlah respons
1	@infoipb2026	12
2	@BEM FEB UNESA	8
3	@universitas lambung mangkurat	15
4	@USU TV	8
5	@PPMB UPN VETERAN JAWA TIMUR	11
6	@HM ekonomi dan akuntansi	11
7	@bimbel prority | sekdin & ptn	6
8	@AGSN 26	9
9	@himasosunair	10
10	@universitas bangka belitung	10
	Total	**100**

Sumber: pencatatan peneliti terhadap konten TikTok.

Hasil Pengelompokan

Tabel 2 memuat seluruh 59 bentuk unik, satu baris untuk tiap bentuk, lengkap dengan frekuensi, kategori pada pengelompokan awal, kategori revisi, dan alasannya. Subtotal tiap kategori ditampilkan agar jumlahnya dapat diperiksa; seluruhnya bersumber pada 100 respons.

Tabel 2. Inventaris bentuk respons, frekuensi, dan penempatan kategori

No.	Bentuk respons	Frek.	Kategori awal	Alasan penempatan
Gembira/sukacita				
1	Mantap	9	Gembira	Penilaian positif
2	Asik	4	Gembira	Penilaian positif
3	Seru	4	Gembira	Penilaian positif
4	Keren	3	Gembira	Penilaian positif
5	Semangat	3	Gembira	Antusias, bersemangat
6	Lega	2	Gembira	Lepas dari ketegangan
7	Mau lagi	1	Gembira	Ingin mengulang; menandakan senang
8	Mantap banget	1	Gembira	Varian mantap (diperkuat)
9	Mantap is the best	1	Gembira	Varian mantap (pujian)
10	Gacor	1	Gembira	Penilaian positif (kiasan)
11	Menarik	1	Gembira	Penilaian positif
12	Hebat	1	Gembira	Penilaian positif
13	Menyenangkan	1	Gembira	Menyebut rasa senang
14	Sip	1	Gembira	Penilaian positif
15	Senantiasa semangat, lampaui batas	1	Gembira	Semangat
16	Alhamdulillah beres	1	Gembira	Syukur dan lega
17	Semoga lulus UTBK	1	Gembira	Harapan baik (optimis)
	Subtotal Gembira/sukacita	**36**		**17 bentuk unik**
Terkejut/takjub				
18	Luar biasa	2	Terkejut	Seruan kagum atau kaget
19	Gila	2	Terkejut	Seruan kagum atau kaget
20	Gokil	2	Terkejut	Seruan kagum atau kaget
21	Masyaallah	1	Terkejut	Seruan takjub
22	Astagfirullah	1	Terkejut	Seruan kaget
	Subtotal Terkejut/takjub	**8**		**5 bentuk unik**

No.	Bentuk respons	Frek.	Kategori awal	Alasan penempatan
Takut/cemas				
23	Stres	4	Takut	Tekanan dan ketegangan
24	Gugup	1	Takut	Cemas, tegang
25	Dag dig dug	1	Takut	Cemas (reaksi jantung)
26	Menegangkan	1	Takut	Situasi terasa tegang
27	Serem	1	Takut	Terasa menakutkan
	Subtotal Takut/cemas	**8**		**5 bentuk unik**
Sedih				
28	Mengenaskan	1	Sedih	Kondisi yang menyedihkan
29	Gk mood	1	Sedih	Suasana hati turun
	Subtotal Sedih	**2**		**2 bentuk unik**
Lain: penilaian kesulitan				
30	Susah pol	6	Sedih	Menilai sulit, bukan menyebut perasaan
31	Susah	4	Sedih	Menilai sulit
32	Susah banget	2	Sedih	Menilai sulit
33	Sangat susah	1	Sedih	Menilai sulit
34	Terbantai	1	Sedih	Kalah oleh soal (kesulitan)
35	Brutal	1	Takut	Menilai soal sangat berat
36	Menantang	1	Gembira	Menilai tingkat tantangan
37	Easy	1	Gembira	Menilai mudah
38	Kalau belajar gk susah	1	Gembira	Menilai mudah (bersyarat)
39	Kalau belajar lebih mudah	1	Gembira	Menilai mudah (bersyarat)
40	7/10	1	Gembira	Nilai angka
	Subtotal Lain: penilaian kesulitan	**20**		**11 bentuk unik**
Lain: keadaan tubuh/pikiran				
41	Pusing	6	Sedih	Keadaan kepala/badan
42	Mumet	2	Sedih	Pikiran penat
43	Plenger	2	Sedih	Lemas, kehabisan tenaga
44	Pusing banget	1	Sedih	Keadaan kepala/badan
45	Pening	1	Sedih	Keadaan kepala/badan
46	Puyeng banget	1	Sedih	Keadaan kepala/badan
47	Agak teler	1	Sedih	Keadaan badan/pikiran
48	Capek	1	Sedih	Kelelahan
49	Lelah	1	Sedih	Kelelahan
50	Laper	1	Marah	Rasa lapar (keadaan fisik)
51	Laper banget	1	Marah	Rasa lapar (keadaan fisik)
	Subtotal Lain: keadaan tubuh/pikiran	**18**		**11 bentuk unik**
Lain: makna tidak pasti				
52	Panas	1	Marah	Bisa berarti gerah atau kesal
53	Cukup tau	1	Marah	Bisa jemu, kesal, atau pasrah
54	Cukup	1	Sedih	Maknanya tidak jelas
55	Kelar	1	Gembira	Keadaan selesai; perasaan tidak tersurat
56	Kicau	1	Terkejut	Maknanya tidak jelas
57	Bantai	1	Gembira	Slang; maknanya tidak jelas
58	Mantai	1	Gembira	Mungkin salah tulis; periksa rekaman
59	Mandiri aja dah	1	Takut	Pasrah atau beralih jalur; tidak jelas
	Subtotal Lain: makna tidak pasti	**8**		**8 bentuk unik**

No.	Bentuk respons	Frek.	Kategori awal	Alasan penempatan
	TOTAL	**100**		**59 bentuk unik**

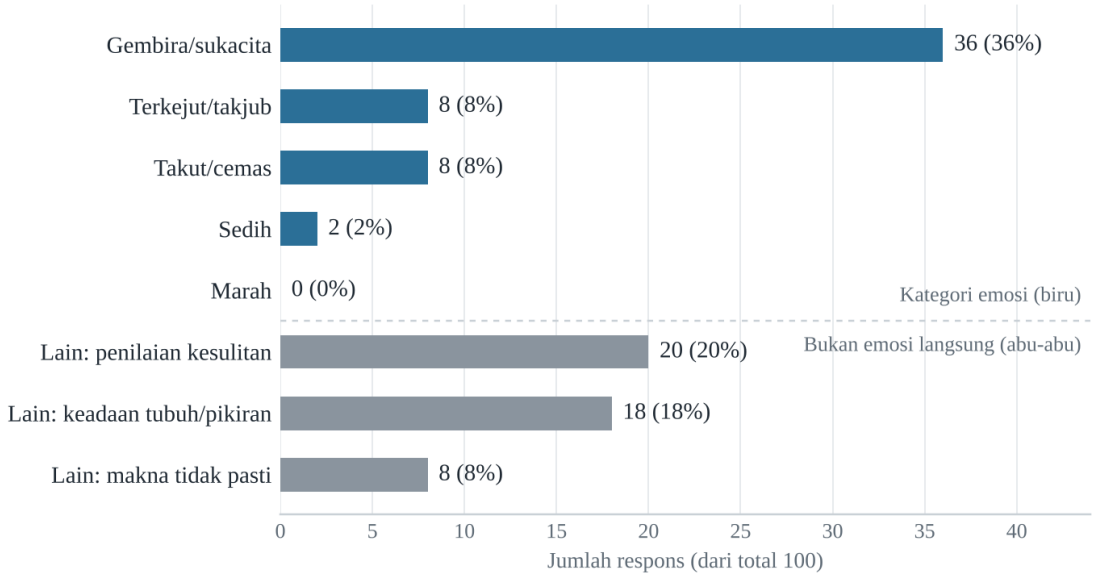
Catatan: kategori awal ialah penempatan pada pengelompokan sebelum ditinjau ulang; kategori revisi ditunjukkan oleh judul kelompok. Marah dan cinta tidak memiliki anggota pada pengelompokan revisi.

Dari 100 respons, 54 dapat ditempatkan pada kategori emosi, yaitu sukacita 36, takjub 8, cemas 8, dan sedih 2. Sebanyak 46 respons tidak langsung menyebut emosi: 20 menilai tingkat kesulitan, 18 menggambarkan keadaan tubuh atau pikiran, dan 8 maknanya tidak pasti (Gambar 1, Tabel 3). Kategori marah dan cinta tidak memiliki anggota.

Tabel 3. Perbandingan jumlah respons menurut pengelompokan awal dan pengelompokan revisi

Kategori	Respons (awal)	Respons (revisi)	Persentase (revisi)	Bentuk unik (revisi)
Gembira/sukacita	44	36	36%	17
Terkejut/takjub	9	8	8%	5
Takut/cemas	10	8	8%	5
Sedih	33	2	2%	2
Marah	4	0	0%	0
Lain: penilaian kesulitan	–	20	20%	11
Lain: keadaan tubuh/pikiran	–	18	18%	11
Lain: makna tidak pasti	–	8	8%	8
Cinta	0	0	0%	0
Total	**100**	**100**	**100%**	**59**

Sumber: olahan penulis dari Tabel 2.



Gambar 1. Sebaran 100 respons menurut kategori revisi
Cinta tidak memiliki anggota dan tidak ditampilkan. Sumber: olahan penulis dari Tabel 3.

Perbedaan antara pengelompokan awal dan revisi paling besar pada kategori sedih dan marah. Pada pengelompokan awal, 33 respons masuk kategori sedih dan 4 masuk marah. Setelah ditinjau, hampir semuanya adalah penilaian kesulitan (misalnya “susah pol”), keadaan tubuh (“pusing”, “capek”, “laper”), atau kata bermakna ganda (“panas”, “cukup tau”). Orang yang menjawab “susah” sedang menilai soalnya, belum tentu sedang bersedih. Orang yang menjawab “laper” menyebut keadaan badan, bukan kemarahan. Karena itu, respons tersebut dipisahkan dari kategori emosi.

Hasil ini mengubah gambaran umum. Sukacita tetap menjadi kelompok emosi terbesar (36%). Namun, jika penilaian kesulitan dan keadaan tubuh digabung, jumlahnya 38 respons, sedikit lebih banyak daripada sukacita. Artinya, peserta lebih sering menjawab dengan menilai sulit atau tidaknya ujian dan bagaimana kondisi badannya, daripada menyebut perasaan secara langsung. Rasa takut atau cemas yang tersurat (gugup, dag dig dug, menegangkan, serem, stres) hanya 8 respons, meski kecemasan menghadapi UTBK pernah diteliti (Rismadayanti, 2021).

Prototipe

Tabel 4 menunjukkan bentuk yang paling menonjol pada tiap kategori emosi. Penonjolan diukur dengan dua angka yang dapat diperiksa: frekuensi bentuk dan porsinya dalam kategori.

Tabel 4. Bentuk yang paling sering muncul pada tiap kategori emosi

Kategori (respons)	Bentuk teratas	Frekuensi	Porsi dalam kategori	Keterangan
Gembira/sukacita (36)	mantap	9	25,0%	Bersama varian (mantap banget, mantap is the best): 11 (30,6%)
Terkejut/takjub (8)	luar biasa, gila, gokil	2 masing-masing	25,0% masing-masing	Seri; tidak ada satu bentuk yang menonjol
Takut/cemas (8)	stres	4	50,0%	Jumlah respons kecil; stres juga dekat dengan lelah dan beban
Sedih (2)	mengenaskan, gk mood	1 masing-masing	50,0% masing-masing	Terlalu sedikit untuk menentukan kandidat

Sumber: olahan penulis dari Tabel 2. Marah dan cinta tidak memiliki anggota.

"Mantap" adalah bentuk tunggal yang paling sering muncul di seluruh data (9 dari 100 respons) dan dalam kelompok sukacita. Karena itu, "mantap" layak disebut kandidat prototipe berbasis frekuensi. Sebutan ini belum menyatakan bahwa "mantap" adalah contoh terbaik bagi peserta UTBK. Untuk menyatakan itu, diperlukan data tambahan, misalnya peserta diminta menilai bentuk mana yang paling mewakili rasa senang setelah UTBK.

Cara menghitung varian memengaruhi peringkat. Jika bentuk ditulis apa adanya, "mantap" (9) mengungguli "pusing" dan "susah pol" (masing-masing 6). Jika varian digabung menjadi keluarga bentuk, keluarga "susah" (susah pol, susah, susah banget, sangat susah) berjumlah 13 respons, lebih banyak daripada keluarga "mantap" yang berjumlah 11, dan keluarga "pusing" (pusing, pusing banget, pening, puyeng banget) berjumlah 9. Keluarga "susah" termasuk kategori lain (penilaian kesulitan), sehingga tidak dihitung sebagai prototipe emosi. Namun, temuan ini menunjukkan bahwa satu gagasan, yaitu ujian ini sulit, muncul paling sering di seluruh data bila ragam penulisannya disatukan.

Hubungan Antaranggota dalam Kategori

Anggota dalam satu kategori tidak setara. Pada kelompok sukacita, "mantap", "asik", "seru", dan "keren" sama-sama menilai pengalaman secara positif. "Semangat" lebih menunjukkan dorongan, sedangkan "lega" dan "alhamdulillah beres" menunjukkan lepasnya ketegangan setelah ujian. Jadi, "lega" tetap positif tetapi berkaitan dengan rasa tegang sebelumnya, sehingga maknanya berbeda dari pujian murni. Perbedaan ciri seperti ini sesuai dengan pandangan bahwa anggota kategori dihubungkan oleh kemiripan, bukan oleh satu ciri yang sama pada semua anggota (Zeng, 2025). Tabel 5 merangkum ciri makna tersebut.

Tabel 5. Matriks ciri makna bentuk-bentuk utama pada kelompok gembira/sukacita

Bentuk (frekuensi)	Menilai pengalaman secara positif	Menyatakan semangat atau dorongan	Menyiratkan lepas dari ketegangan
mantap (9)	Ya	–	–
asik (4)	Ya	–	–
seru (4)	Ya	–	–
keren (3)	Ya	–	–
semangat (3)	–	Ya	–
lega (2)	–	–	Ya
alhamdulillah beres (1)	–	–	Ya

Catatan: matriks ini memperlihatkan ciri makna yang dapat diperiksa pembaca. Matriks ini bukan ukuran derajat keanggotaan. Sumber: penilaian peneliti.

Pada kelompok takut/cemas, “gugup” menyebut keadaan diri, “dag dig dug” menggambarkan reaksi tubuh, “menegangkan” menilai situasi, dan “serem” menyatakan sesuatu terasa menakutkan. “Stres” menyangkut tekanan dan beban, bukan hanya takut, sehingga maknanya beririsan dengan keadaan lelah. Batas kategori yang tidak tegas seperti ini memang diharapkan dalam teori prototipe (Zeng, 2025). Tabel 6 merangkum cirinya.

Tabel 6. Matriks ciri makna bentuk-bentuk pada kelompok takut/cemas

Bentuk (frekuensi)	Menyebut keadaan diri	Menyebut reaksi tubuh	Menilai situasi	Menyebut tekanan atau beban
stres (4)	Ya	–	–	Ya
gugup (1)	Ya	–	–	–
dag dig dug (1)	Ya	Ya	–	–
menegangkan (1)	–	–	Ya	–
serem (1)	–	–	Ya	–

Catatan: bentuk yang memiliki lebih dari satu ciri (stres, dag dig dug) menjadi penghubung antarciri. Matriks ini bukan ukuran derajat keanggotaan. Sumber: penilaian peneliti.

Sebagian bentuk bersifat kiasan, misalnya “gacor”. Kata ini semula merujuk pada burung yang berkicau, lalu dipinjam untuk menyatakan performa yang sangat baik. Peminjaman kata dari satu bidang untuk memahami bidang lain adalah ciri metafora konseptual (Nuryadin & Nur, 2021). Dengan demikian, bentuk yang berbeda secara arti harfiah dapat menempati kategori yang sama, yaitu penilaian positif terhadap UTBK.

Analisis di atas berupa pembacaan makna per bentuk yang dirangkum dalam Tabel 5 dan 6. Derajat keterwakilan setiap anggota belum diukur. Karena itu, penelitian ini tidak menyatakan bahwa urutan frekuensi sama dengan urutan dari pusat ke pinggir kategori.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis 100 respons (59 bentuk unik) dari konten TikTok “Satu Kata untuk UTBK 2026”. Sebanyak 54 respons dapat ditempatkan pada kategori emosi, terutama sukacita (36), diikuti takjub (8), cemas (8), dan sedih (2). Sebanyak 46 respons tidak langsung menyebut emosi, melainkan menilai kesulitan, menyebut keadaan tubuh, atau bermakna tidak pasti. Marah dan cinta tidak ditemukan.

“Mantap” adalah bentuk yang paling sering muncul dan menjadi kandidat prototipe berbasis frekuensi pada kelompok sukacita. Status prototipe kognitif untuk “mantap” masih perlu dibuktikan melalui penilaian langsung dari penutur. Gambaran yang muncul dari data ini adalah dua suara yang berdampingan: penilaian positif atas pengalaman (“mantap”, “asik”, “seru”) dan penilaian bahwa ujian itu berat (“susah”, “pusing”). Penelitian lanjutan dapat

menguji keterwakilan bentuk lewat penilaian peserta dan memeriksa konteks video untuk setiap respons yang bermakna tidak pasti.

REFERENSI

Agussalim, A., Baso, Y. S., & Zuhriah, Z. (2024). Mengukur dimensi kognisi: Pendekatan algoritma dalam analisis bahasa. *Jurnal Sarjana Ilmu Budaya, 4*(1), 73–82.

Budi, N. A., Rosdiawati, R., & Endarwaty, A. (2025). Analisis bahasa sindiran pada media sosial TikTok Nurwafiqah. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri, 11*(1), 134–144.

Coleman, L., & Kay, P. (1981). Prototype semantics: The English word *lie*. *Language, 57*(1), 26–44. https://doi.org/10.2307/414285

Hadia, H., & Batubara, M. H. (2025). Hubungan bahasa, pikiran, dan otak: Analisis psikolinguistik dalam konteks pendidikan bahasa. *Cognitive Insight in Education, 1*(2), 128–141. https://doi.org/10.64850/cognitive.v1i2.128

Haro, J., Calvillo, R., Poch, C., Hinojosa, J. A., & Ferré, P. (2023). Your words went straight to my heart: The role of emotional prototypicality in the recognition of emotion-label words. *Psychological Research, 87*(4), 1075–1084. https://doi.org/10.1007/s00426-022-01723-6

Nugrahani, A. (2018). Peranan prototipe dalam pendefinisian kata abstrak "malu": Kajian semantik kognitif. *ALFABETA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya, 1*(1), 101–113. https://doi.org/10.33503/alfabeta.v1i1.195

Nuryadin, T. R., & Nur, T. (2021). Metafora konseptual bertema rihlah (jalan-jalan) pada Majalah Gontor: Analisis semantik kognitif. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya, 4*(1), 91–100. https://doi.org/10.30872/diglosia.v4i1.72

Pertiwi, D., Astuti, F. H., & Muzanni, A. (2025). Pengaruh metode experiential learning terhadap perasaan takut menghadapi ujian semester pada siswa kelas VIII SMPN 13 Mataram. *Jurnal Diferensiasi: Jurnal Hasil Penelitian, Pengembangan dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, 1*(3), 149–156. https://doi.org/10.66957/kg4kte53

Pitrianti, S., & Maryani, S. (2023). Analisis bahasa slang di media sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah SEMANTIKA, 5*(1), 9–16.

Rahim, U. A., & Bayu, M. (2025). Interaksi virtual dan keterikatan emosional di TikTok: Studi kasus fenomena virtual tagar #KaburAjaDulu. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan, 11*(4), 212–219. https://doi.org/10.56015/gjikplp.v11i4.457

Rismadayanti, E. F. (2021). Hubungan efikasi diri dengan kecemasan siswa dalam menghadapi UTBK 2020. *Acta Psychologia, 3*(2), 148–155. https://doi.org/10.21831/ap.v3i2.46192

Rosch, E. (1975). Cognitive representations of semantic categories. *Journal of Experimental Psychology: General, 104*(3), 192–233. https://doi.org/10.1037/0096-3445.104.3.192

Rosita, S., & Wulandari, B. (2022). Kajian semantik kognitif terhadap istilah baper "bawa perasaan". *Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra, dan Seni, 2*, 18–25.

Shaver, P. R., Murdaya, U., & Fraley, R. C. (2001). Structure of the Indonesian emotion lexicon. *Asian Journal of Social Psychology, 4*(3), 201–224. https://doi.org/10.1111/1467-839X.00086

Widiyarto, S., Rizkiyah, N., Sandiar, L., Putri, N. D., Setyowati, L., & Manurung, L. (2025). Meningkatkan kesiapan siswa kelas 12 SMA dalam menghadapi UTBK tahun 2025

melalui program pendampingan. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 2*(1), 1–7.

Wu, C., Wu, Y., & Gao, F. (2024). The role of emotional prototypicality in Chinese emotion word recognition: Evidence from implicit and explicit emotion tasks. *Applied Psycholinguistics, 45*, 963–978. https://doi.org/10.1017/S0142716424000341

Yuliarti, Y., Riansi, E. S., & Sultoni, A. (2024). Peran media digital dalam pembelajaran bahasa Indonesia: Dimensi kognitif, emosional, dan perilaku. *GERAM: Gerakan Aktif Menulis Jurnal Pendidikan, Bahasa, dan Sastra, 12*(2), 74–82.

Zeifert, M. (2023). Basic level categorisation and the law. *International Journal for the Semiotics of Law – Revue Internationale de Sémiotique Juridique, 36*(1), 227–248. https://doi.org/10.1007/s11196-022-09928-z

Zhao, Y. (2024). TikTok and researcher positionality: Considering the methodological and ethical implications of an experimental digital ethnography. *International Journal of Qualitative Methods, 23*, 1–11. https://doi.org/10.1177/16094069231221374

Zikrulloh, M., Srihartini, Y. S. H., & Yulistiani, S. A. (2025). Konsep dasar mengenai teori belajar kognitif serta tahapannya menurut para ahli dan implikasinya di dalam pembelajaran. *At-Tadris: Journal of Islamic Education, 4*(1), 60–68. https://doi.org/10.56672/attadris.v4i1.168