

ABSTRACT

BILUNG, JESSICCA JAQUELYN. (2018). **A Semantic Analysis of the Beauty Jargon Found in Makeup Tutorial Videos on YouTube**. Yogyakarta: Department of English Letters, Faculty of Letters, Universitas Sanata Dharma.

One of the human basic needs is to identify themselves as the members of particular social groups which may be based on age, social class, profession or hobby. The communication between the members of a social group may trigger the emergence of exclusive language in the group such as jargon. Jargon, as the specialized vocabulary of a specific area of work or interest, usually carries different meaning that cannot be understood by the people outside that group. This study analyzes the meaning of the jargon used in the beauty sector as a group of interest that exists within the society. The focus of this study is the jargon used by beauty influencers in the makeup tutorial video shared on YouTube.

This study has two objectives. The first is to identify the jargon in the beauty sector. The second is to identify the type of change experienced by beauty jargon with semantic change.

In conducting this research, semantics was used as the approach of the study. To identify beauty jargon in makeup tutorial videos on YouTube, the researcher applied theory of lexical semantics and theory of jargon. Furthermore, the researcher also employed Leech's theory of meaning and the componential meaning analysis in order to compare the meaning of the beauty jargon, which had been identified before, in both general and social contexts. Afterwards, to identify the type of change experienced by each jargon which is semantically changed, the researcher applied Breal's theory of semantic change that proposes six types of semantic change: pejoration, amelioration, generalization, specialization, metaphor, and metonymy.

There are 35 lexical items which are identified as the jargon in the beauty sector. Based on the result of the analysis, there are 26 lexical items which have undergone semantic change. From 26 lexical items, there are 8 metaphor, 7 specialization, 4 generalization, 1 amelioration, and 3 jargon whose social meaning are not related to the conceptual meaning. There are also 3 lexical items which are ambiguous.

ABSTRAK

BILUNG, JESSICCA JAQUELYN. (2018). **A Semantic Analysis of the Beauty Jargon Found in Makeup Tutorial Videos on YouTube**. Yogyakarta: Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma.

Salah satu kebutuhan dasar manusia adalah mengidentifikasi diri sebagai anggota kelompok sosial tertentu yang mungkin berdasarkan usia, kelas sosial, profesi atau hobi. Komunikasi antara anggota kelompok sosial dapat memicu munculnya bahasa eksklusif dalam suatu kelompok seperti jargon. Jargon, sebagai kosakata khusus dari bidang pekerjaan atau minat tertentu, biasanya membawa makna berbeda yang tidak dapat dipahami oleh orang-orang di luar kelompok tersebut. Penelitian ini menganalisa makna jargon yang digunakan di sektor kecantikan sebagai salah satu kelompok minat yang ada di dalam masyarakat. Fokus dari penelitian ini adalah jargon yang digunakan oleh tokoh berpengaruh di bidang kecantikan dalam video tutorial riasan yang dibagikan di YouTube.

Penelitian ini memiliki dua tujuan. Yang pertama adalah mengidentifikasi jargon-jargon di sektor kecantikan. Yang kedua adalah mengidentifikasi jenis perubahan yang dialami oleh jargon-jargon yang telah berubah secara semantik.

Dalam melakukan penelitian ini, pendekatan yang diterapkan adalah pendekatan semantik. Untuk mengidentifikasi jargon kecantikan dalam video tutorial riasan, peneliti menerapkan teori semantik leksikal dan teori jargon. Selanjutnya, peneliti juga menerapkan teori makna dari Leech dan analisis komponen makna untuk membandingkan arti dari jargon kecantikan yang telah teridentifikasi sebelumnya, baik dalam konteks umum maupun sosial. Setelah itu, untuk mengidentifikasi jenis perubahan yang dialami oleh jargon yang telah berubah secara semantik, peneliti menerapkan teori perubahan semantik dari Breal yang menyatakan bahwa ada enam jenis perubahan semantik: peyorasi, ameliorasi, perluasan makna, penyempitan makna, metafora, dan metonimia.

Ada 35 unsur leksikal yang teridentifikasi sebagai jargon di sektor kecantikan. Berdasarkan hasil analisis, ada 26 unsur leksikal yang telah mengalami perubahan semantik. Dari 26 unsur leksikal, 8 unsur leksikal mengalami metafora, 7 unsur leksikal mengalami penyempitan makna, 4 unsur leksikal mengalami perluasan makna, 1 unsur leksikal mengalami ameliorasi, dan 3 jargon yang maknanya sosialnya tidak berhubungan dengan makna konseptualnya. Ditemukan pula 3 unsur leksikal yang memiliki lebih dari satu interpretasi.