

ABSTRACT

Chaerunnisah, Indah Utami. 2020. *Attitudinal Appraisal in Beauty Vloggers' Foundation-Related Videos and Its Relation to Persuasion and Beauty Standards*. Yogyakarta: The Graduate Program in English Language Studies, Sanata Dharma University.

This study analyses attitudinal appraisal in prominent beauty vloggers' foundation-related videos on Youtube. As implications to the result of this analysis, discourse analysis was conducted to examine the relation between attitudinal appraisal and persuasion as well as beauty standard. Thus, this study proposes three research questions which are; 1) *What types of attitudinal appraisal do the beauty vloggers use in their videos?* 2) *From the perspective of evaluative language as means of persuasion, why do the beauty vloggers use the types of appraisal?* and 3) *What beauty standards do the attitudinal appraisal reflect in their videos?*

This is a discourse analysis and a systemic functional linguistic study. The objects of this study are videos related to makeup foundation taken from four prominent beauty vloggers' Youtube channel i.e. Jeffree Star, James Charles, Tati, and Nikkie Tutorials. The data in this study are utterances taken from these videos. With the help of tables, the researcher analysed the data and answered the questions using several theories. To analyse the types and subtypes of evaluative language in the videos, this study applies Martin and White's appraisal theory which provides characteristics and examples of each type of attitudinal appraisal which then help the researcher categorize the data. Moreover, as the evaluative language is mainly used as means of persuasion, persuasive strategies by Aristotle is utilized to support the analysis on why each type and subtype of attitudinal appraisal were applied in the videos. Further, as their evaluative language signifies their thoughts and opinions related to makeup and beauty, various research on beauty standards especially on skin colour and imperfection were used to explain how the evaluative language applied by the beauty vloggers in the videos reflect their beauty standards.

The results reveal that; first, all types of attitudinal appraisal are applied in the videos. Appreciation occupies more than half of the data and appears to be the most dominant type of attitude. Affect is revealed to be the second most dominant, and judgment as the least used type. Second, from these findings, it is revealed that each type of attitude gives different contributions toward the persuasion process. Appreciation is applied to appeal to logic and ethics, affect is utilized to appeal to emotions, and judgment is used to appeal to ethics. Third, the evaluative language that they used also reflects their beauty standard. All of the beauty vloggers are revealed to support skin colour inclusivity. However, all of them display negative reactions to skin imperfections.

This thesis argues that the use each type of attitudinal appraisal depends on the genre of the text. Also, although the features and characteristics of each type of attitudinal appraisal from Martin and White are still limited and requires further explanation, this study found that with the help of discourse analysis, it can be applied to reveal the objectivity of the speakers, their persuasive strategies, and their stance and belief on a particular topic.

Keywords: *discourse analysis, attitudinal appraisal, beauty standard, beauty vlogger*

ABSTRAK

Chaerunnisah, Indah Utami. 2020. *Attitudinal Appraisal in Beauty Vloggers' Foundation-Related Videos and Its Relation to Persuasion and Beauty Standards*. Yogyakarta: Program Pascasarjana Kajian Bahasa Inggris, Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini menganalisis penggunaan *attitudinal appraisal* dalam video yang berkaitan dengan alas bedak dari para *beauty vlogger* terkenal di Youtube. Sebagai implikasi dari hasil analisis ini, analisis wacana dilakukan untuk mempelajari hubungan antara bahasa evaluatif yang digunakan dengan persuasi dan standar kecantikan. Dalam penelitian ini ada tiga pertanyaan yang diajukan yaitu 1) *apa saja tipe attitudinal appraisal yang digunakan para beauty?* 2) *dari sudut pandang bahasa evaluatif sebagai alat persuasi, mengapa mereka menggunakan tipe-tipe tersebut?* dan 3) *apa saja standar kecantikan yang muncul dari attitudinal appraisal yang digunakan oleh para beauty vlogger?*

Penelitian ini merupakan sebuah analisis wacana dan *systemic functional grammar*. Objek dari penelitian ini merupakan video terkait alas bedak yang diambil dari saluran Youtube empat *beauty vlogger* terkenal yaitu Jeffree Star, James Charles, Tati, dan Nikkie Tutorials, dan data yang dipakai merupakan ucapan dari video-video ini. Dengan bantuan tabel, peneliti menganalisis data menggunakan beberapa teori. Untuk menganalisa bahasa evaluatif dalam video-video tersebut, penelitian ini menggunakan teori dari Martin and White yang menyajikan karakteristik dari tiap tipe *attitudinal appraisal*. Selanjutnya, strategi persuasi dari Aristotele digunakan untuk mendukung analisis mengapa tipe tertentu digunakan oleh para *beauty vloggers*. Kemudian, berbagai teori dan penelitian mengenai standar kecantikan khususnya tentang warna serta ketidaksempurnaan kulit digunakan untuk menjelaskan bagaimana evaluasi mereka merefleksikan standar kecantikan yang mereka percayai.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa; pertama, semua tipe *attitudinal appraisal* digunakan oleh para *beauty vlogger*. Apresiasi muncul sebagai tipe yang paling banyak dipakai, afek menempati posisi kedua, dan penilaian di posisi terakhir. Kedua, penelitian ini menemukan pula bahwa tiap tipe ini memberikan kontribusi berbeda kepada proses persuasi yang terjadi. Apresiasi digunakan untuk menarik penonton melalui logika dan etika, afek menarik penonton melalui emosi dan penilaian menarik penonton melalui etika. Ketiga, bahasa evaluatif yang digunakan ini juga menunjukkan standar kecantikan yang dipercayai oleh para *beauty vlogger*. Semua *beauty vlogger* yang dianalisa dalam penelitian ini mendukung inklusivitas warna kulit dalam industri kecantikan. Namun, mereka menunjukkan reaksi berbeda pada ketidaksempurnaan kulit mereka.

Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan tiap tipe *attitudinal appraisal* bergantung pada jenis teks atau media. Kemudian, walaupun karakteristik tiap tipe *attitudinal appraisal* yang dijabarkan Martin dan White masih kurang, penelitian ini menemukan bahwa dengan bantuan analisis wacana, teori ini dapat digunakan untuk mengukur objektifitas pembicara, menunjukkan bagaimana bahasa evaluasi digunakan dalam proses persuasi, serta menganalisa pendapat mereka mengenai topik yang dibicarakan.

Kata Kunci: *analisis wacana, attitudinal appraisal, persuasi, standar kecantikan, beauty vlogger*