

A Semantic Analysis of Unique Keywords Found on Video Titles  
in Beauty and Fashion YouTube Channels

**ABSTRACT**

Video titles have a way of delivering some kind of communication. YouTube's beauty community utilizes this feature to their own needs and the channels use certain keywords in their titles in a different way compared to other communities. This study analyzes the meaning of the keywords used by YouTube's beauty community. The focus of this study is the most frequently used unique keywords on video titles in beauty and fashion YouTube channels.

This study has two objectives. The first is to identify the most frequently used unique keywords found in the video titles of beauty and fashion channels. The second is to reveal the type of semantic change experienced by each keyword.

In conducting this research, semantics is used as the approach of the study. To identify the most frequently used unique keywords, the researcher uses quantitative method where the researcher lists all of the unique keywords and finds out which ones appear in the top ranks of most channels. To reveal the type of semantic change, the researcher employs Leech's theory of meaning, the componential analysis and Breal's specification of semantic change.

There are 44 most frequently used unique keywords of five channels who are on the top ranks of YouTube's Beauty & Fashion category. Five of these keywords appear on at least three channels which are 'favorites', 'swatches', 'haul', 'get ready', and 'try on'. All of them have undergone semantic change. Three keywords are categorized in two types of semantic change. There are two specializations, one pejoration, one metaphor, three ameliorations, and one generalization.

*Keywords: YouTube Beauty Community, Semantic Change, Keywords on Video Titles, Componential Analysis*

## Analisis Semantik Kata Kunci Unik pada Judul Video di Kanal YouTube Kecantikan dan Mode

### ABSTRAK

Judul video memberikan semacam cara untuk berkomunikasi. Komunitas kecantikan YouTube menggunakan fitur ini dengan menyesuaikannya untuk kebutuhan mereka dalam berkomunikasi; kanal-kanal dari komunitas ini meramu kata kunci untuk judul video mereka dengan cara yang berbeda bila dibandingkan dengan komunitas lainnya di YouTube. Penelitian ini menganalisa makna kata kunci yang digunakan komunitas kecantikan YouTube. Fokus dari penelitian ini adalah kata kunci unik yang paling sering digunakan pada judul video di kanal YouTube kecantikan dan mode.

Penelitian ini memiliki dua tujuan. Yang pertama adalah mengidentifikasi kata kunci unik yang paling sering digunakan pada judul video kanal kecantikan dan mode. Yang kedua adalah menyingkap tipe perubahan semantik yang dialami oleh masing-masing kata kunci.

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah semantik. Untuk mengidentifikasi kata kunci unik yang paling sering digunakan, peneliti menggunakan metode kuantitatif di mana peneliti membuat daftar seluruh kata kunci unik dan melihat kata kunci mana yang berada di tingkat teratas pada sebagian besar kanal. Untuk menyingkap tipe perubahan semantik yang dialami oleh masing-masing kata kunci, Peneliti menerapkan teori makna dari Leech, analisis komponen, serta teori perubahan semantik dari Breal.

Terdapat 44 kata kunci unik paling sering digunakan dari lima kanal yang berada di tingkat teratas kategori Kecantikan & Mode YouTube. Lima darinya berada pada setidaknya tiga kanal yaitu 'favorites', 'swatches', 'haul', 'get ready', dan 'try on'. Seluruh kata kunci mengalami perubahan semantik. Secara menyeluruh, dua kata kunci mengalami penyempitan, satu mengalami pengasaran, satu mengalami metafor, tiga mengalami penghalusan, dan satu mengalami perluasan.

Kata kunci: *Komunitas Kecantikan YouTube, Perubahan Semantik, Kata Kunci pada Judul Video, Analisis Komponensial*