



ABSTRACT

Metadiscourse is generally seen as one's commentary towards their own evolving discourse (Ädel, 2006). Although many believe that this concept is rather fuzzy, drawing a clearer boundary between metadiscourse and other similar concepts in linguistics is made possible by the reflexive model proposed by Ädel (2006). Compared to other topics in linguistics, metadiscourse analysis has not gained much popularity especially in Indonesia. The existing research is limited to the investigation of written text in various academic genres. In fact, today's mean of communication which largely is mediated by computers offers abundant informal spoken texts await to be explored.

The current study adopts a corpus-based research of approximately 80,000 words that compares metadiscourse use in English and Indonesian vlogs. To collect the data, I mainly benefitted from two software. The first one called the Live Transcribe software from Google was a transcribing machine used to make transcription of the vlogs. WordSmith (Scott, 2020) helped sifting only the searched keywords for later analysis. Beauty product review vlogs are specifically chosen as today makeup has been regarded as one of the largest developing industry. The analysis targets to find similarities and differences of the use of personal metadiscourse as well as their function in the two corpora. It started with categorizing the English metadiscourse markers based on their form and explained to what function they served; and then followed by the Indonesian markers.

The result reveals that Indonesian vloggers use more variety of personal markers than the American with 18 compares to 13 although the American employ metadiscourse to a more diverse functions. This study also provides additions to the taxonomy of discourse functions by Ädel (2006) that characterize the nature of review vlogs including transitioning, recommending, and expecting feedback. Despite differences found in the corpora, the applied chi-square test suggests that there is no significant difference in the use of metadiscourse in English and Indonesian review vlogs.

Keywords: *Metadiscourse, reflexive metadiscourse, YouTube vlogs, review vlogs, CMC*



INTISARI

Metawacana pada umumnya dilihat sebagai komentar seseorang terhadap wacana yang tengah mereka susun sendiri (Ädel, 2006). Meskipun banyak yang menganggap bahwa konsep ini cenderung tidak jelas, menggambar batas yang lebih jelas antara metawacana dan konsep lain yang serupa dalam linguistik dimungkinkan oleh model refleksif yang diusulkan oleh Ädel (2006). Dibandingkan dengan topik lain di bidang Linguistik, analisis metawacana memiliki popularitas yang lebih rendah terutama di Indonesia. Studi yang ada saat ini pun terbatas hanya pada teks tertulis di ragam penulisan akademik. Padahal komunikasi masa kini yang banyak dimediasi oleh computer menawarkan sumber data tuturan yang melimpah dan menunggu untuk diteliti.

Penelitian ini berbasis korpus sekitar 80.000 kata yang membandingkan penggunaan metawacana dalam vlog berbahasa Inggris dan Indonesia. Untuk mengumpulkan data, saya memanfaatkan dua perangkat lunak yang pertama disebut Live Transcribe dari Google digunakan untuk melakukan transkripsi data dari sumber suara di vlog menjadi tulisan. Kedua ada WordSmith (Scott, 2020) yang membantu saya dalam menyaring kata kunci yang diperlukan untuk analisis. Vlog ulasan produk kecantikan dipilih karena saat ini produk *makeup* merupakan sebuah industri yang paling cepat berkembang. Sasaran analisis adalah untuk menemukan persamaan dan perbedaan penggunaan metawacana personal serta fungsinya dalam dua korpora. Dimulai dari mengkategorisasi penanda metawacana pada vlog berbahasa Inggris kemudian dilanjutkan dengan meneliti fungsi penggunaannya dalam wacana; selanjutnya langkah yang sama dilakukan untuk pada data berbahasa Indonesia.

Hasilnya menunjukkan bahwa vlogger Indonesia menggunakan lebih banyak variasi penanda personal daripada vlogger Amerika dengan 18 banding 13 meskipun vlogger Amerika menggunakan metawacana untuk fungsi yang lebih beragam. Studi ini juga mengusulkan tambahan pada taksonomi fungsi wacana oleh Ädel (2006) yang mengkarakterisasi sifat vlog ulasan termasuk memperalihkan, merekomendasikan, dan meminta umpan balik. Meskipun terdapat perbedaan pada korpora, uji chi-square yang diterapkan menunjukkan bahwa perbedaannya adalah <5%.

Kata kunci: Metawacana, refleksif metawacana, YouTube, vlog ulasan, review, CMC.