

ABSTRACT

Whieke Trinanda Syafira. 220511100122. English Study Program. A Pragmatic Analysis of Politeness Strategies in Cross Cultural Food Vlogs on Youtube

The purpose of this study was to identify the types of politeness strategies used in selected cross-cultural food vlogs on YouTube and to analyze how the sociological variables influence the speakers' choice of politeness strategies. This study applied Brown and Levinson's (1987) theory of politeness strategies and sociological variables. A qualitative descriptive method was employed. The data consisted of utterances produced by speakers in selected cross-cultural food vlogs on YouTube. The data were collected through observation and analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña (2014), which includes data condensation, data display, and conclusion drawing and verification. The findings revealed that all four types of politeness strategies proposed by Brown and Levinson (1987) were identified in the data. From a total of 80 utterances, 29 were classified as positive politeness, 24 as bald on record, 19 as negative politeness, and 8 as off record. Positive politeness was identified as the most frequently used strategy. The findings also revealed that the speakers' choice of politeness strategies was influenced by the three sociological variables proposed by Brown and Levinson (1987), namely social distance, relative power, and rank of imposition. These variables jointly influenced the speakers' strategic choices with varying levels depending on the interactional context. The findings indicate that politeness strategies and sociological variables contribute to maintaining effective communication and facilitating cultural exchange in cross-cultural interactions.

Keywords: Politeness Strategies, Cross-Cultural Communication, Food Vlogs, Pragmatics, Sociological Variables

ABSTRAK

Whieke Trinanda Syafira. 220511100122. English Study Program. A Pragmatic Analysis of Politeness Strategies in Cross Cultural Food Vlogs on Youtube

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi jenis-jenis strategi kesantunan yang digunakan dalam vlog kuliner lintas budaya terpilih di YouTube serta menganalisis variabel-variabel sosiologis yang memengaruhi pemilihan strategi kesantunan oleh para penutur. Penelitian ini menggunakan teori strategi kesantunan dan variabel sosiologis yang dikemukakan oleh Brown dan Levinson (1987). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data penelitian berupa tuturan yang dihasilkan oleh para penutur dalam vlog kuliner lintas budaya terpilih di YouTube. Data dikumpulkan melalui teknik observasi dan dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa k-eempat jenis strategi kesantunan yang dikemukakan oleh Brown dan Levinson (1987) ditemukan dalam data penelitian. Dari total 80 tuturan, ditemukan 29 strategi *positive politeness*, 24 strategi *bald on record*, 19 strategi *negative politeness*, dan 8 strategi *off record*. Positive politeness merupakan strategi kesantunan yang paling sering digunakan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemilihan strategi kesantunan dipengaruhi oleh ketiga variabel sosiologis yang dikemukakan oleh Brown dan Levinson (1987), yaitu *social distance*, *relative power*, dan *rank of imposition*. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memengaruhi pemilihan strategi kesantunan dengan tingkat pengaruh yang berbeda-beda sesuai dengan konteks interaksi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi kesantunan dan variabel sosiologis berperan dalam menjaga komunikasi yang efektif serta mendukung pertukaran budaya dalam interaksi lintas budaya.

Kata kunci: Strategi Kesantunan, Komunikasi Lintas Budaya, Vlog Kuliner, Pragmatik, Variabel Sosiologis