

Code Mixing in The Social Media of Beauty Brand: An Analysis on Wardah Beauty Instagram Captions = Campur Kode Dalam Sosial Media Brand Kecantikan: Analisis Terhadap Instagram Captions Wardah Beauty

Raisya Dwinanda Cahyandaru, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920519264&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana campur kode berkontribusi pada iklan media sosial Wardah Beauty melalui caption Instagram mereka. Kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Metode kuantitatif mengungkap jenis campur kode yang dominan digunakan oleh Wardah Beauty, sedangkan metode kualitatif mengungkap bagaimana jenis campur kode yang terlihat pada caption menandakan pendekatan periklanan mereka. Sumber data penelitian ini diambil dari lima belas caption Instagram pada akun Instagram Wardah Beauty pada bulan September hingga Oktober 2022. Diantara ketiga jenis campur kode tersebut, insertion merupakan jenis yang paling dominan digunakan pada caption Instagram Wardah Beauty, dengan persentase sebesar 90,4 %. Jenis yang dominan kedua adalah pergantian, dengan persentase 8,4%, dan yang kurang dominan adalah leksikalisasi kongruen, dengan persentase 1,2%. Melalui dua jenis campur kode dominan yang ditemukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Wardah Beauty hanya menggunakan daya tarik rasional pada iklan mereka untuk menarik pembaca dengan menekankan atribut dan manfaat produk.

.....This study aims to analyze how code mixing contributes to Wardah Beauty's social media advertisements through their Instagram captions. A combination of quantitative and qualitative methods is used in this research. The quantitative method reveals the dominant type of code mixing used by Wardah Beauty, while the qualitative method reveals how types of code mixing spotted in the caption signify their advertising approach. The data sources for this research were taken from fifteen Instagram captions in the Wardah Beauty Instagram account from September to October 2022. Among the three types of code mixing, insertion was the most dominant type used in Wardah Beauty Instagram captions, with a percentage of 90.4%. The second dominant type was alternation, with a percentage of 8.4%, and the less dominant one was congruent lexicalization, with a percentage of 1.2%. Through the two dominant types of code mixing found, the study concluded that Wardah Beauty only used rational appeals for their advertisements to attract readers by emphasizing product attributes and benefits.