



ABSTRAK

Menanggapi meningkatnya globalisasi dan multikulturalisme di pasar konsumen, perusahaan mengadopsi berbagai strategi pemasaran untuk melibatkan khalayak yang lebih luas. Perusahaan Eboni Watch telah menerapkan iklan campur kode di Instagram, menyoroti pendekatan proaktif perusahaan dalam melayani basis pelanggan yang beragam bahasa. Penelitian ini berfokus pada iklan campur kode sebagai strategi pemasaran Instagram Eboni Watch, yang bertujuan untuk mengamati peran, kekuatan, dan kelemahan dari pendekatan ini. Selain itu, penelitian ini mengeksplorasi penggunaan kata-kata bahasa Inggris dalam iklan campur kode dalam teks Instagram. Data dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur dengan staf media sosial pengelola Instagram Eboni Watch dan analisis konten postingan iklan campur kode. Studi ini meneliti penggunaan bahasa, *hashtags*, *Call to Action (CTA)*, makna denotatif dan konotatif, metrik keterlibatan, dan komentar. Hasil wawancara semi terstruktur dianalisis lebih lanjut dan divalidasi melalui triangulasi dengan analisis komen. Ditemukan bahwa peran iklan campur kode adalah untuk memperkenalkan produk, membangun keterlibatan pelanggan, dan meningkatkan kesadaran. Kelebihan iklan campur kode dirasa dapat membangun persepsi yang baik terhadap produk dan meningkatkan branding. Namun kelemahannya adalah ketidakkonsistenan dan kesulitan dalam memilih kata yang tepat. Beberapa kata bahasa Inggris dapat digunakan untuk mengembangkan postingan iklan campur kode. Pada akhirnya, iklan campur kode sebagai strategi pemasaran dapat dilanjutkan oleh Eboni Watch sambil mengeksplorasi metode baru untuk lebih meningkatkan keterlibatan.

Kata Kunci: campur kode, Eboni Watch, Instagram, strategi pemasaran, Semiotika, media sosial.

ABSTRACT

In response to increasing globalization and multiculturalism in consumer markets, companies are adopting diverse marketing strategies to engage wider audiences. The Eboni Watch company has implemented code-mixing ads on Instagram, highlighting the company's proactive approach to serving a linguistically diverse customer base. This study focused on code-mixing ads as a marketing strategy for Eboni Watch's Instagram, aiming to observe the role, strengths, and weaknesses of this approach. Additionally, the study explored the use of English words in code-mixing ads within Instagram captions. Data were collected through a semi-structured interview with the social media staff managing Eboni Watch's Instagram and content analysis of the code-mixing ad posts. The study examined language use, hashtags, Call to Action (CTA), denotative and connotative meanings, engagement metrics, and comments. The results of the semi-structured interview are further analyzed and validated through triangulation with the comment section analysis. It was found that the role of code-mixing advertisements is to introduce products, build customer engagement, and raise awareness. The strengths of code-mixing advertisements are perceived to be building a good perception of the product and enhancing branding. However, the weaknesses are inconsistency and difficulty in choosing appropriate words. Several English words could be used to develop code-mixing ad posts. In the end, the code-mixing ads as a marketing strategy could be continued by Eboni Watch while exploring new methods to boost engagement.

Keywords: Code-mixing, Eboni Watch, Instagram, marketing strategy, Semiotics, social media.