

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengklasifikasikan kata sifat evaluatif yang paling sering muncul pada captions Instagram merek jam tangan kayu. Lebih lanjut, penelitian ini juga membandingkan penggunaan evaluative adjectives pada ketiga brand serta mengidentifikasi brand personality yang dimiliki ketiga brand. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif-kualitatif dan menggunakan pendekatan berbasis korpus. Korpus ini berasal dari caption Instagram tiga merek jam tangan kayu lokal, yaitu Eboni Watch, Garvinoes, dan Ina Watch. Caption yang digunakan diambil dari tahun 2020 hingga 2023. Penelitian ini menggunakan Antconc v.4.0.5 dengan bantuan wordlist/frequency list and concordance tool untuk mengetahui kata sifat mana yang paling sering digunakan oleh ketiga merek tersebut. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa ketiga merek jam tangan kayu tersebut menggunakan kata sifat evaluatif yang terbagi ke dalam tiga kategori: daya tarik estetika, penilaian, dan penyimpangan, dengan penilaian yang lebih dominan. Merek-merek tersebut lebih sering menggunakan kata sifat yang mengevaluasi sesuatu atau mengevaluasi produk mereka secara umum dari sudut pandang pribadi atau keseluruhan dan menekankan kehebatan dan keunggulan. Selain itu, Eboni Watch dan Garvinoes memiliki dimensi kepribadian yang serupa. Kecanggihan dan kegembiraan lebih menonjol. Kedua merek ini cenderung mencerminkan kepribadian yang menarik, menyenangkan, kelas atas, dan menawan. Sementara Ina Watch terutama ditentukan dengan ketulusan dan kegembiraan, ini cenderung mencerminkan kepribadian yang rendah hati, membumi, menarik, dan menyenangkan.

Kata kunci: Analisis Berbasis Korpus, Kata Sifat Evaluatif, Caption Instagram, Merek Jam Tangan Kayu, Kepribadian Merek.

ABSTRACT

This study aims to classify the evaluative adjectives that appear most frequently in Instagram captions of wooden watch brands. Furthermore, this study also compares the evaluative adjectives in the Instagram captions of the three brands and identifies the brand personality of the three brands. This study used a descriptive-qualitative research design and utilized a corpus-based approach. The corpora come from the Instagram captions of three local wooden watch brands, namely Eboni Watch, Garvinoes, and Ina Watch. The captions used were taken from 2020 to 2023. This research used Antconc v.4.0.5 with the help of a wordlist or frequency list and concordance tool to recognize which adjectives are most frequently used by the three brands. The findings revealed that the three wooden watch brands employ evaluative adjectives that fall into three categories: aesthetic appeal, assessment, and deviance, with assessment being more dominant. Those brands more often used adjectives that evaluate something or evaluate their products in general from a personal or overall perspective and emphasize greatness and excellence. Moreover, Eboni Watch and Garvinoes have similar personality dimensions. Sophistication and excitement are more prominent. Both brands tend to reflect exciting, joyful, upper-class, and charming personalities. While Ina Watch is primarily defined by sincerity and excitement, this tends to reflect a humble, down-to-earth, exciting, and joyful personality.

Keywords: Corpus-Based Analysis, Evaluative Adjectives, Instagram Captions, Wooden Watch Brands, Brand Personality.