

ABSTRACT

This research analyzes hyperbolic expressions in skincare posts on Instagram's official brand accounts. The data were collected from each brand's caption using descriptive qualitative approaches. Forms were identified and classified based on Claridge (2011). The results reveal 63 instances of hyperbolic expressions across different forms: single-word hyperbole (24%), repetition (19%), phrases (17%), clauses (17%), superlatives (9%), comparisons (7%), and numerical (7%). The most frequent form of hyperbole in this research is single-word hyperbole. This research highlights the diversity of hyperbolic expressions in digital skincare marketing and captivates users by using persuasive and memorable language in captions. Hyperbole helps consumers identify and remember products, making the advertisements more impactful. Consequently, the use of stylistic devices like hyperbole significantly influences human perception and enhances a product's attractiveness.

Keywords: *hyperbolic expressions, Instagram, skincare.*

INTISARI

Penelitian ini menganalisis ekspresi hiperbolik dalam postingan perawatan kulit di akun resmi merek Instagram. Data dikumpulkan dari setiap caption merek menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Bentuk hiperbola diidentifikasi dan diklasifikasikan berdasarkan Claridge (2011). Hasilnya mengungkapkan 63 contoh ekspresi hiperbolik dalam berbagai bentuk: hiperbola satu kata (24%), pengulangan (19%), frasa (17%), klausa (17%), superlatif (9%), perbandingan (7%), dan numerik (7%). Bentuk hiperbola yang paling sering ditemukan dalam penelitian ini adalah hiperbola satu kata. Penelitian ini menyoroti keragaman ekspresi hiperbolik dalam pemasaran perawatan kulit digital dan memikat pengguna dengan menggunakan bahasa yang persuasif dan mudah diingat dalam caption. Hiperbola membantu konsumen mengidentifikasi dan mengingat produk, membuat iklan lebih berdampak. Akibatnya, penggunaan perangkat gaya seperti hiperbola secara signifikan memengaruhi persepsi manusia dan meningkatkan daya tarik suatu produk.

Kata kunci: ekspresi hiperbolik, Instagram, perawatan kulit