



ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji penggunaan tindak tutur dalam caption Instagram pada akun @eminacosmetics, yang dilatarbelakangi oleh meningkatnya peran Instagram dalam pemasaran digital, terutama di kalangan anak muda. Karena Instagram menggabungkan estetika visual dengan fitur interaktif, Instagram telah menjadi platform branding yang efektif untuk produk kosmetik. Dengan menggunakan klasifikasi tindak tutur Searle (1976), penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis-jenis yang paling dominan yang digunakan dalam caption @eminacosmetics dan menganalisis perannya dalam strategi penulisan caption. Metode kualitatif deskriptif diterapkan pada 26 caption berbahasa Inggris yang diposting pada Januari 2025. Temuan menunjukkan bahwa tindak tutur direktif adalah yang paling dominan (65%), diikuti oleh jenis representatif (27%) dan ekspresif (8%). Tindak tutur komisif dan deklaratif tidak ditemukan. Dominasi tindak direktif menunjukkan fokus untuk mendorong tindakan konsumen, seperti membeli atau terlibat dengan postingan. Tindak representatif berfungsi untuk menginformasikan audiens tentang produk, sedangkan tindak ekspresif bertujuan untuk terhubung secara emosional dengan pengikut.

Kata kunci: eminacosmetics, Instagram, Takarir, Tindak Tutur



ABSTRACT

This study examines the use of speech acts in Instagram captions by the cosmetic brand @eminacosmetics, motivated by the increasing role of Instagram in digital marketing, particularly among younger audiences. As Instagram combines visual aesthetics with interactive features, it has become an effective branding platform for cosmetic products. Using Searle's (1976) classification of speech acts, the research aims to identify the most dominant types used in @eminacosmetics' captions and analyze their role in caption writing strategy. A descriptive qualitative method was applied to 26 English captions posted in January 2025. The findings reveal that directive speech acts are the most dominant (65%), followed by representative (27%) and expressive (8%) types. Commissive and declarative acts were not found. The dominance of directive acts indicates a focus on encouraging consumer actions, such as purchasing or engaging with posts. Representative acts serve to inform audiences about products, while expressive acts aim to emotionally connect with followers.

Keywords: Caption, eminacosmetics, Instagram, Speech Acts