



## ABSTRACT

This study aims to analyze the language style used in ESQA Cosmetics x Barbie™ caption uploads on Instagram. This research uses the theory of nine types of language styles proposed by Wells, Burnett, and Moriarty (1995) and the theory from Dennaya & Bram (2021) to identify the types used. Researchers took data from the ESQA Cosmetics Instagram account by taking screenshots of posts, captions, and comments from audiences. The research data were collected through Instagram @esqacosmetics from July 12, 2023 until August 8, 2023. The data analyzed were the captions and comment reactions of the audience. The research method used is descriptive qualitative, using a meaning analysis approach. The language style used by ESQA Cosmetics is a relaxed and emotional language for the audience. The results showed that there were four styles of language found in the twenty posts on the ESQA Cosmetics Instagram account, which are mixed sell (nine times), soft sell (eight times), hard sell (one time), slice of life style (once), and spokesperson style (once). This research focuses on understanding how beauty products align with popular culture trends in online marketing strategies and strengthen interactions with audiences through the choice of language and ways of communicating applied by beauty brands.

**Keywords:** language style, digital marketing, Instagram advertising, beauty branding, ESQA



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya bahasa yang digunakan dalam unggahan caption ESQA Cosmetics x Barbie™ di Instagram. Penelitian ini menggunakan teori sembilan jenis gaya bahasa yang dikemukakan oleh Wells, Burnett, dan Moriarty (1995) serta teori dari Dennaya & Bram (2021) untuk mengidentifikasi jenis-jenis yang digunakan. Peneliti mengumpulkan data dari akun Instagram ESQA Cosmetics dengan cara mengambil tangkapan layer dari postingan, caption, dan komentar dari audiens. Data penelitian diambil melalui Instagram @esqacosmetics dari tanggal 12 Juli 2023 hingga 8 Agustus 2023. Data yang dianalisis adalah caption dan reaksi komentar audiens. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan pendekatan analisis makna. Gaya bahasa yang digunakan oleh ESQA Cosmetics adalah gaya bahasa yang santai dan menyentuh emosi penonton. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat gaya bahasa yang ditemukan dari dua puluh unggahan di akun Instagram ESQA Cosmetics, yaitu gaya bahasa *mixed sell* (sembilan kali), *soft sell* (delapan kali), *hard sell* (satu kali), *slice of life style* (satu kali), dan *spokesperson style* (satu kali). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana produk kecantikan memasukkan tren budaya pop ke dalam strategi pemasaran digital dan meningkatkan keterlibatan audiens melalui pemilihan bahasa dan gaya komunikasi yang digunakan oleh merek kecantikan.

**Kata kunci:** gaya bahasa, pemasaran digital, iklan Instagram, branding kecantikan, ESQA