



## ABSTRACT

Perfume has long been an integral part of daily human life, serving not only to provide fragrance to the body but also to reflect the wearer's identity through product naming. Although perfumes contain similar ingredients, their names are strategically tailored to specific target markets. This study aims to describe the types of meaning in perfume naming and the social and cultural functions embedded within these names. This research employs a qualitative method with linguistics and socio-onomastics approaches. The corpus data were sourced from the Parfumo encyclopaedia website and collected through scraping techniques, yielding 280 perfume names (140 for men and 140 for women). There are two main findings in this study. First, the types of meaning in perfume naming revealed that connotative meaning is the most dominant meaning across both gender categories and gender stereotyped were manifested through these linguistic choices. Second, the social and cultural functions underlying perfume names reflect user identity through five primary functions: informative function, persuasive function, practical function, integrative function, and individualising function. These five functions generate subcategories that serves as naming references, resulting in significant differences and similarities between the social and cultural functions in men's and women's perfume names.

**Keywords: gender, perfume names, sociolinguistic, socio-cultural functions, types of meaning**



## INTISARI

Parfum telah lama menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari individu, tidak hanya berfungsi memberikan wangi pada tubuh, tetapi juga merefleksikan identitas penggunaannya melalui penamaan produk. Meskipun parfum memiliki kandungan yang sama, penamaan produk disesuaikan dengan target pasar tertentu. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan jenis-jenis makna dalam penamaan parfum beserta fungsi sosial dan budaya yang terkandung di dalamnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan linguistik dan sosio-onomastik. Data korpus bersumber dari website ensiklopedia Parfumo yang dikumpulkan melalui teknik scrapping, menghasilkan 280 nama parfum (140 untuk kategori pria dan 140 untuk kategori Wanita). Terdapat dua temuan utama dalam penelitian ini. Pertama, jenis-jenis makna dalam penamaan parfum menunjukkan bahwa makna konotatif merupakan makna yang paling dominan di kedua kategori gender, dan stereotip gender tercermin melalui pilihan linguistik ini. Kedua, fungsi sosial dan budaya di balik nama-nama parfum merefleksikan identitas pengguna melalui lima fungsi utama: fungsi informatif, fungsi persuasif, fungsi praktis, fungsi integratif, dan fungsi individual. Kelima fungsi ini melahirkan sub-kategori yang menjadi referensi penamaan, sehingga menghasilkan perbedaan dan persamaan signifikan antara fungsi sosial dan budaya dalam nama-nama parfum pria dan Wanita.

**Kata Kunci:** gender, fungsi sosial budaya, jenis-jenis makna, nama parfum, sociolinguistik