

ABSTRACT

PUTRI, AZELIA. (2026). **An Analysis of Persuasive Techniques in Barenbliss' Instagram Advertisement Captions**. Yogyakarta: Department of English Letters, Faculty of Letters, Universitas Sanata Dharma.

The digital advertising era, social media has become a key medium for companies to advertise their products and interact with their target audience. Instagram, in particular, provides brands as an opportunity to employ persuasive language in the captions to gain attention, influence consumers' views and purchase intentions. *Barenbliss* Indonesia is one of the cosmetics brands that actively advertises their products through Instagram, using various persuasive techniques to attract consumers through their advertising captions.

There is one problem formulation in this research that are going to be separated into two research questions. The first question is to find out the use of persuasive techniques in the *Barenbliss'* Instagram post captions. The second question is to find out how persuasive techniques can influence people in the *Barenbliss'* Instagram post captions.

The researcher used semantics as an approach of the study. Besides that, qualitative descriptive also applied as the method of the study. To answer the two research questions, the researcher used Lamb (2019) theory of persuasive language for the first question and Timothy A. Borchers (2005) theory of persuasion for the second question. In this study, the researcher used sample study to analyze the data with eleven data in total.

In conclusion, the researcher found that colloquial language and imagery are the most used techniques of persuasion that the advertisers applied in their advertising captions with four data total in each type. Moreover, the advertisers often use the power of language to attract their consumers' attention by applying a confident tone on their words.

Keywords: *advertisement, persuasive technique, Instagram captions, beauty product.*

ABSTRAK

PUTRI, AZELIA. (2026). **An Analysis of Persuasive Techniques in Barenbliss' Instagram Advertisement Captions**. Yogyakarta: Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma.

Di dalam era periklanan digital, media sosial telah menjadi sasaran utama bagi perusahaan untuk mengiklankan produk mereka dan berinteraksi dengan audiens. Instagram, khususnya, memberikan peluang bagi mereka untuk mengaplikasikan bahasa persuasif dalam keterangan postingan untuk menarik, mempengaruhi, dan meningkatkan niat beli kepada konsumen. Barenbliss Indonesia merupakan salah satu merek kosmetik yang aktif mengiklankan produk mereka melalui Instagram, dengan menggunakan banyak teknik persuasif untuk menarik konsumen melalui keterangan postingan dari setiap iklan mereka.

Ada satu rumusan masalah dalam penelitian ini yang akan dibagi menjadi dua pertanyaan. Pertanyaan pertama adalah untuk mengetahui penggunaan teknik persuasif dalam keterangan postingan Instagram Barenbliss. Pertanyaan kedua adalah untuk mengetahui bagaimana teknik persuasif yang digunakan dalam keterangan postingan Instagram Barenbliss dapat memengaruhi konsumen.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode semantik. Selain itu, metode deskriptif kualitatif juga diterapkan sebagai metode penelitian. Untuk menjawab kedua pertanyaan penelitian tersebut, peneliti menggunakan teori bahasa persuasif dari Lamb (2019) untuk pertanyaan pertama dan teori persuasi dari Timothy A. Borchers (2005) untuk pertanyaan kedua. Peneliti juga menyertakan bagian komentar pada setiap data untuk mendukung jawaban dari pertanyaan kedua. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel penelitian untuk menganalisis data dengan total sebelas data.

Kesimpulannya, peneliti menemukan bahwa bahasa sehari-hari dan imaji adalah teknik persuasif yang paling sering digunakan oleh pengiklan dalam keterangan postingan dalam iklan mereka dengan total tiga data dalam setiap tipe. Selain itu, pembuat iklan sering menggunakan bahasa yang kuat untuk menarik perhatian konsumen mereka dengan mengaplikasikan suasana dan gaya yang terpercaya di dalam keterangan postingannya.

Kata kunci: *advertisement, persuasive technique, Instagram captions, beauty product.*