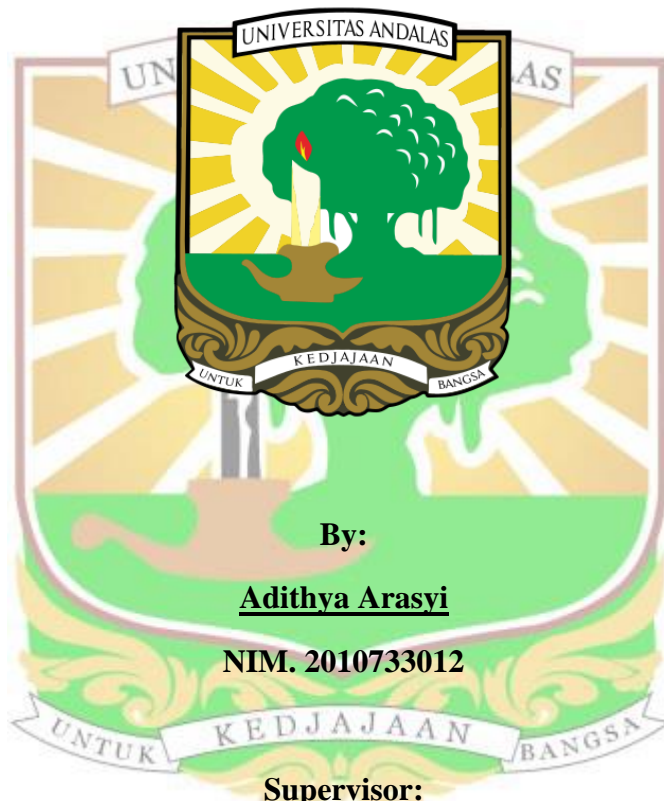


**ANALYSIS OF LANGUAGE STYLE IN EDISON TAILORS'
INSTAGRAM POST CAPTIONS AND THE BELIEFS IN PROMOTING
SUITS AND CLOTHES**

A Thesis

Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Sarjana Humaniora



By:

Adithya Arasyi

NIM. 2010733012

Supervisor:

Dr. Rina Marnita AS, MA.

NIP. 196503051990012001

English Study Program

Faculty of Humanities

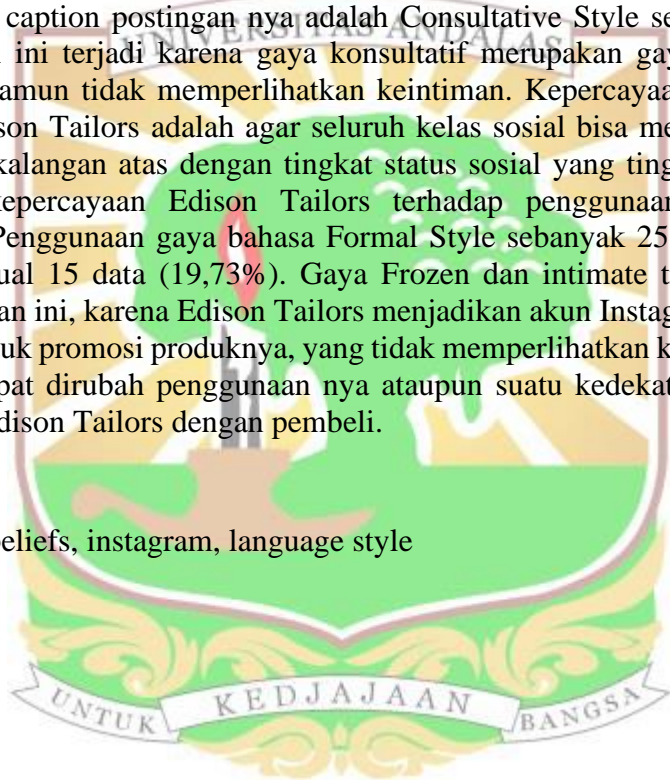
Universitas Andalas

2024

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang gaya bahasa yang digunakan dalam caption unggahan Instagram milik Edison Tailors, sebuah toko pakaian pria yang memproduksi dan menjual jas dan pakaian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jenis-jenis gaya bahasa berdasarkan teori Martin Joos (1967) dan kepercayaan yang mempengaruhi pemilihan gaya bahasa dalam caption postingan Instagram berdasarkan teori Ronald Wardhaugh (1968). Data tersebut diambil dari Instagram resmi Edison Tailors yang mengunggah postingan mulai dari tahun 2018 sampai 2023. Data dianalisis dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan hasilnya disajikan secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 70 caption tersebut, ditemukan 76 gaya bahasa, karena pada beberapa caption terdapat 2 gaya bahasa. Jenis gaya bahasa dominan yang digunakan oleh Edison Tailors dalam caption postingannya adalah Consultative Style sebanyak 35 kali (46,05%). Hal ini terjadi karena gaya konsultatif merupakan gaya bahasa yang semi-formal namun tidak memperlihatkan keintiman. Kepercayaan yang melatarbelakangi Edison Tailors adalah agar seluruh kelas sosial bisa menggunakan jas, bukan hanya kalangan atas dengan tingkat status sosial yang tinggi saja. Hal ini menjadikan kepercayaan Edison Tailors terhadap penggunaan gaya bahasa consultative. Penggunaan gaya bahasa Formal Style sebanyak 25 data (32,89%), dan gaya Casual 15 data (19,73%). Gaya Frozen dan intimate tidak ditemukan dalam penelitian ini, karena Edison Tailors menjadikan akun Instagram ini sebagai salah satu bentuk promosi produknya, yang tidak memperlihatkan kekakuan bahasa yang tidak dapat dirubah penggunaannya ataupun suatu kedekatan yang sangat intim antara Edison Tailors dengan pembeli.

Kata kunci: beliefs, instagram, language style



ABSTRACT

This research discusses the language styles used in the captions of Instagram posts belonging to Edison Tailors, a men's clothing store that produces and sells suits and clothes. This research aims to analyze the types of language styles by Martin Joos' theory (1967) and beliefs that influence the selection of language styles in Instagram post captions by Ronald Wardhaugh's theory (1968). The data was taken from the official Instagram account of Edison Tailors, which uploaded posts from 2018 to 2023. The data were analyzed using qualitative research methods and the results were presented descriptively. The results of this study show that of the 70 captions, 76 language styles were found because in some captions there are 2 language styles. The dominant type of language style used by Edison Tailors in its post caption is Consultative Style 35 times (46.05%). This happens because the consultative style is a semi-formal language style that does not show intimacy. The belief behind Edison Tailors is that all social classes can use suits, not just the upper class with a high level of social status. The use of Formal Style is 25 data (32.89%), and Casual Style is 15 data (19.73%). Frozen and intimate styles are not found in this study, because Edison Tailors makes this Instagram account as a form of promotion of its products, which does not show the rigidity of language that cannot be changed in its use or a very intimate closeness between Edison Tailors and buyers.

Keyword: *beliefs, instagram, language style*

