

ABSTRACT

Ananda Meysa Firmansyah. 1205030032. 2024. *The Use of Wordplay in SOMETHINC's Instagram Copywriting from 2022 to 2023*. An Undergraduate Thesis. English Literature Department, Faculty of Adab and Humanities, State Islamic University of Sunan Gunung Djati Bandung, Supervisor: 1. Dr. Ujang Suyatman, M. Ag., 2. Dr. Hj. Ruminda, M. Hum.

This research investigates the strategic use of wordplay in SOMETHINC's Instagram copywriting to engage and persuade their target customer on Instagram. Incorporating two foundational frameworks, Walter Nash's theory of wordplay and Roman Jakobson's communication model, the study aims to analyze both the type and function of wordplay found within SOMETHINC's Instagram posts. Methodologically, it adopts a descriptive qualitative approach supplemented by content analysis techniques to thoroughly investigate and interpret the data. Major findings reveal the prevalence of Pun-metaphors as the most frequently used wordplay technique, followed by Portmanteaus and Blends, among others. However, specialized forms like Pseudomorphs and Bilingual Puns are notably rare, likely due to their potential lack of resonance with the broader audience. Moreover, the analysis demonstrates a strong emphasis on the referential, emotive, and conative functions of wordplay, indicating a deliberate strategy to convey product information, express brand personality, and encourage audience engagement. While the Metalingual Function appears less frequently, the Poetic Function significantly enhances the aesthetic and expressive aspects of SOMETHINC's Instagram content, aligning it with the platform's visual nature and increasing its shareability. This research provides valuable insights into the intricate interplay between language, wordplay, and brand communication on social media platforms, offering implications for marketers aiming to craft compelling copywriting strategies.

Keywords: *copywriting, wordplay, SOMETHINC, Instagram*

ABSTRAK

Ananda Meysa Firmansyah. 1205030032. 2024. *The Use of Wordplay in SOMETHINC's Instagram Copywriting from 2022 to 2023*. Skripsi Gelar Sarjana. Sastra Inggris, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Pembimbing: 1. Dr. Ujang Suyatman, M. Ag., 2. Dr. Hj. Ruminda, M. Hum.

Penelitian ini menyelidiki penggunaan *wordplay* secara strategis dalam *copywriting* Instagram SOMETHINC untuk menarik dan membujuk target pelanggan mereka di Instagram. Dengan menggabungkan dua kerangka kerja dasar, teori *wordplay* Walter Nash dan model komunikasi Roman Jakobson, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jenis dan fungsi permainan kata yang ditemukan dalam unggahan Instagram SOMETHINC. Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dilengkapi dengan teknik analisis konten untuk menyelidiki dan menginterpretasikan data secara menyeluruh. Temuan utama mengungkap *Pun-metaphors* sebagai tipe *wordplay* yang paling sering digunakan dan diikuti oleh *Portmanteaus* dan *Blends*. Namun, bentuk khusus seperti *Pseudomorphs* dan *Bilingual Puns* jarang ditemui, kemungkinan besar karena potensi kurangnya resonansi dengan audiens yang lebih luas. Selain itu, analisis menunjukkan penekanan yang kuat pada fungsi referensial, emotif, dan konatif dari *wordplay*, yang mengindikasikan strategi yang disengaja untuk menyampaikan informasi produk, mengekspresikan kepribadian merek, dan mendorong keterlibatan audiens. Meskipun fungsi metalingual lebih jarang muncul, fungsi puitis secara signifikan meningkatkan aspek estetika dan ekspresif dari konten Instagram SOMETHINC, menyelaraskannya dengan sifat visual platform dan meningkatkan kemampuan berbagi. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang interaksi yang rumit antara bahasa, permainan kata, dan komunikasi merek di platform media sosial, yang menawarkan implikasi bagi para pemasar yang ingin menyusun strategi *copywriting* yang menarik.

Kata Kunci: *copywriting, wordplay, SOMETHINC, Instagram*