

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti penggunaan bahasa dan gaya copywriting pada akun Instagram @telkomselnow dalam membangun identitas merek mereka. Dengan semakin meningkatnya peran media sosial dalam strategi pemasaran, terutama Instagram sebagai platform yang populer, penelitian ini menjadi relevan untuk memahami bagaimana merek memanfaatkan bahasa dan gaya copywriting untuk berinteraksi dengan audiens mereka. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, analisis dilakukan terhadap postingan Instagram dari @telkomselnow untuk mengidentifikasi pola-pola bahasa dan gaya copywriting yang digunakan. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan gaya bahasa seperti Klimaks, Hiperbola, Erotesis, Personifikasi, dan Koreksio, serta penerapan tiga aspek gaya copywriting yaitu Interest, Desire, dan Action yang digunakan dalam postingan akun Instagram @telkomselnow. Selain itu, teridentifikasi pula tiga tujuan khusus dalam mencerminkan identitas merek @telkomselnow yaitu Eksploratif, Naratif, dan Informatif. Penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi komunikasi merek melalui media sosial khususnya Instagram, serta memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi public relations dalam memperkuat identitas merek dan meningkatkan interaksi dengan audiens dalam lingkungan digital yang semakin kompleks.

Kata kunci: Bahasa, *copywriting*, Identitas merek, Instagram