

THE IDENTIFICATION OF LANGUAGE FUNCTIONS BASED ON HALLIDAY’S FRAMEWORK ON BULELENG REGENCY TOURISM OFFICE SOCIAL MEDIA

BY

IDA BAGUS WISWANATHA SATWIKA

2252013019

ABSTRACT

This study aims to analyse the language functions in the posts of the Buleleng Regency Tourism Office on Instagram @visit.northbali to determine the linguistic functions used in digital tourism promotion. This study uses a qualitative descriptive method with content analysis techniques on posts from January to June 2025. The data were analysed based on the seven functions of language according to M.A.K. Halliday, namely instrumental, regulatory, interactional, personal, informative, heuristic, and imaginative. The results showed that all functions of language were found, with the informative, instrumental, and imaginative functions dominating, while the regulatory, interactional, personal, and heuristic functions appeared less frequently. The informative function was used to convey clear information about destinations, the instrumental and regulatory functions to encourage audience action, and the personal and imaginative functions to build emotional closeness and a positive image. These findings indicate that the Buleleng Regency Tourism Office strategically combines various language functions to increase the effectiveness of messages and audience engagement in digital tourism promotion.

Keywords: language function, social media, tourism promotion, Buleleng Regency Tourism Office

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fungsi bahasa dalam postingan Kantor Pariwisata Kabupaten Buleleng di Instagram @visit.northbali guna menentukan fungsi bahasa yang digunakan dalam promosi pariwisata digital. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis konten pada postingan dari Januari hingga Juni 2025. Data dianalisis berdasarkan tujuh fungsi bahasa menurut M.A.K. Halliday, yaitu instrumental, regulatif, interaksional, personal, informatif, heuristik, dan imajinatif. Hasil menunjukkan bahwa semua fungsi bahasa ditemukan, dengan fungsi informatif, instrumental, dan imajinatif mendominasi, sementara fungsi regulatif, interaksional, personal, dan heuristik muncul lebih jarang. Fungsi informatif digunakan untuk menyampaikan informasi yang jelas tentang destinasi, fungsi instrumental dan regulatif untuk mendorong tindakan audiens, serta fungsi personal dan imajinatif untuk membangun kedekatan emosional dan citra positif. Temuan ini menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng secara strategis menggabungkan berbagai fungsi bahasa untuk meningkatkan efektivitas pesan dan keterlibatan audiens dalam promosi pariwisata digital.

Kata kunci: fungsi bahasa, media sosial, promosi pariwisata, Kantor Pariwisata Kabupaten Buleleng

