

## ABSTRAK

**Andre Dwi Saputra, 2026.** *Analisis gaya bahasa perbandingan iklan produk kecantikan Glad2Glow, pada akun resmi sosial media Instagram dan TikTok.* Tanjungpinang. Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan. Universitas Maritim Raja Ali Haji. Pembimbing I: Dra. Isnaini Leo Shanty, M.Pd., Pembimbing II: Legi Elfitra, S.Pd., M.Pd.

**Kata Kunci:** Gaya Bahasa Perbandingan, Jenis-Jenis Gaya Bahasa Perbandingan, Iklan Produk Kecantikan *Glad2Glow* di *Instagram* dan *TikTok*

Penelitian ini membahas gaya bahasa perbandingan di iklan produk kecantikan *Glad2Glow* pada akun resmi sosial media *Instagram* dan *TikTok*. Gaya bahasa perbandingan yang akan ditentukan pada iklan produk kecantikan *Glad2Glow* meliputi gaya bahasa perumpamaan, metafora, personifikasi, depersonifikasi, alegori, antitesis, pleonasme, perifrasis, antisipasi, dan koreksi. Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif, menggunakan jenis penelitian deskriptif karena peneliti ingin mendeskripsikan jenis-jenis gaya bahasa perbandingan yang terdapat pada iklan produk kecantikan, dengan teknik yang digunakan adalah teknik kualitatif karena data yang dihasilkan berupa kata-kata tertulis berupa iklan produk kecantikan, peneliti mengelompokkan dan menganalisis iklan. Hasil penelitian ini mendeskripsikan gaya bahasa perbandingan yang ada pada dua puluh delapan iklan kecantikan yang diperoleh. Berdasarkan data yang telah dipaparkan, peneliti mendapatkan tiga puluh tujuh data. Data tersebut terbagi atas gaya bahasa perumpamaan delapan data, gaya bahasa metafora tiga data, gaya bahasa personifikasi dua belas data, gaya bahasa antitesis enam data, gaya bahasa pleonasme tiga data, gaya bahasa perifrasis tiga data, dan gaya bahasa antisipasi dua data yang di peroleh.

## ABSTRACT

**Andre Dwi Saputra, 2026.** *Comparative language style analysis of Glad2Glow beauty product advertisements, on official Instagram and TikTok social media accounts.* Tanjungpinang. Indonesian Language and Literature Education Study Program. Faculty of Teacher Training and Education. Raja Ali Haji Maritime University. Supervisor I: Dra. Isnaini Leo Shanty, M.Pd., Supervisor II: Legi Elfitra, S.Pd., M.Pd.

**Keywords:** *Comparative Style, Types of Comparative Style, Glad2Glow Beauty Product Advertisements on Instagram and TikTok*

*This study discusses the comparative language style in Glad2Glow beauty product advertisements on official Instagram and TikTok social media accounts. The comparative language styles that will be determined in Glad2Glow beauty product advertisements include simile, metaphor, personification, depersonification, allegory, antithesis, pleonasm, periphrasis, anticipation, and correction. The research approach used in this study is qualitative, using descriptive research because the researcher wants to describe the types of comparative language styles found in beauty product advertisements, with the technique used is a qualitative technique because the data generated are in the form of written words in the form of beauty product advertisements, researchers group and analyze advertisements. The results of this study describe the comparative language styles found in twenty-eight beauty advertisements obtained. Based on the data that has been presented, the researcher obtained thirty-seven data. The data are divided into eight data simile language styles, three data metaphor language styles, twelve data personification language styles, six data antithesis language styles, three data pleonasm language styles, three data periphrasis language styles, and two data anticipation language styles obtained.*