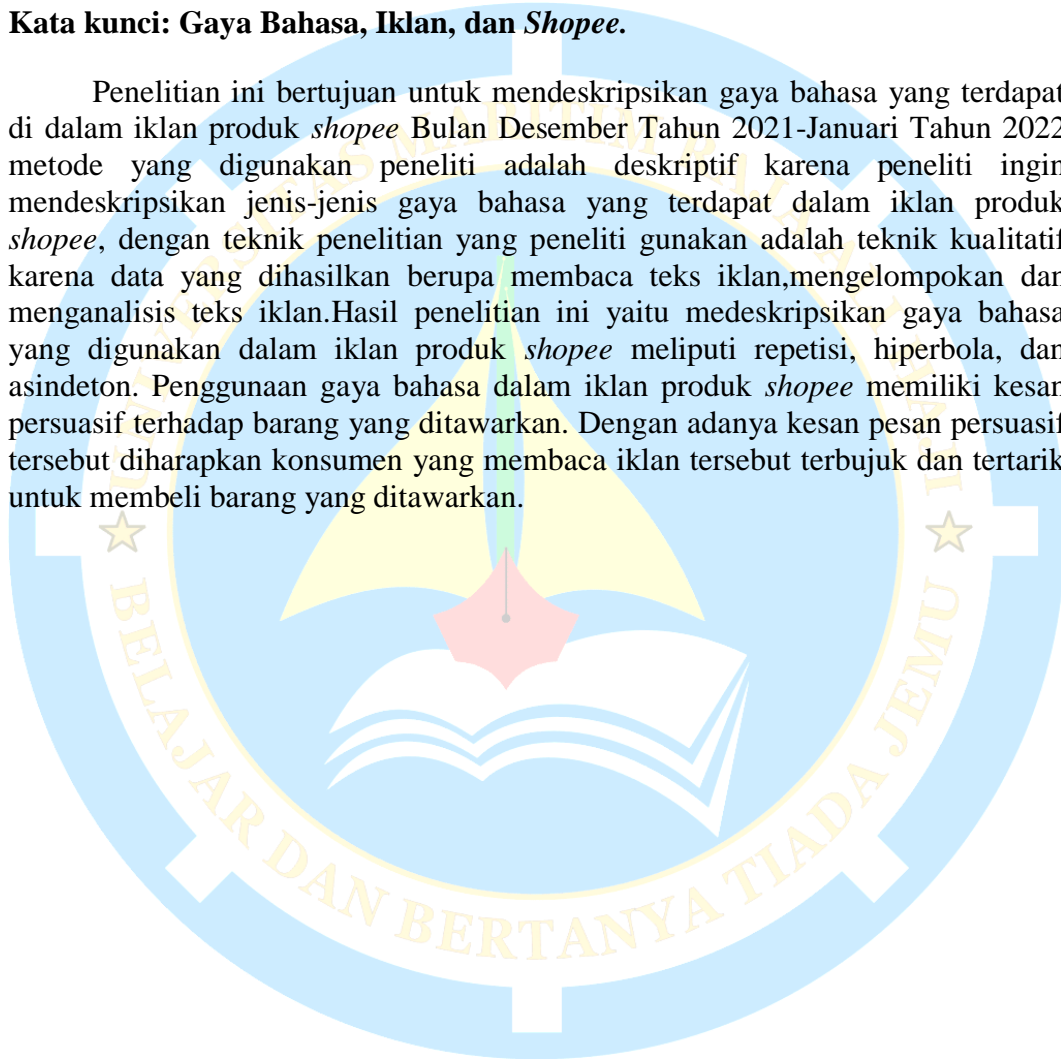


ABSTRAK

Mirnawati. 2022. Analisis Gaya Bahasa Pada Iklan Produk *Shopee* Bulan Desember Tahun 2021-Januari Tahun 2022. Skripsi. Tanjungpinang: Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Maritim Raja Ali Haji. Dosen pembimbing: I Assist. Prof. Dr. Dody Irawan, M.Pd., M.Hum. Pembimbing II: Dr. Zaitun, S.S., M.Ag.

Kata kunci: Gaya Bahasa, Iklan, dan *Shopee*.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan gaya bahasa yang terdapat di dalam iklan produk *shopee* Bulan Desember Tahun 2021-Januari Tahun 2022 metode yang digunakan peneliti adalah deskriptif karena peneliti ingin mendeskripsikan jenis-jenis gaya bahasa yang terdapat dalam iklan produk *shopee*, dengan teknik penelitian yang peneliti gunakan adalah teknik kualitatif karena data yang dihasilkan berupa membaca teks iklan, mengelompokkan dan menganalisis teks iklan. Hasil penelitian ini yaitu mendeskripsikan gaya bahasa yang digunakan dalam iklan produk *shopee* meliputi repetisi, hiperbola, dan asindeton. Penggunaan gaya bahasa dalam iklan produk *shopee* memiliki kesan persuasif terhadap barang yang ditawarkan. Dengan adanya kesan pesan persuasif tersebut diharapkan konsumen yang membaca iklan tersebut terbuju dan tertarik untuk membeli barang yang ditawarkan.



ABSTRACT

Mirnawati. 2022. Analysis of Language Style in *Shopee* Product Advertisements for December-January 2021-2022. Thesis. Tanjungpinang: Department of Indonesian Language and Literature Education, Faculty of Teacher Training and Education, Raja Ali Haji Maritime University. Advisor I: Assist. Prof. Dr. Dody Irawan, M.Pd., M.Hum. Advisor II : Dr. Zaitun, S.S., M.Ag.

Keywords: Language Style, Advertisements, dan *Shopee*.

This study aims to describe the style of language contained in shopee product advertisements in December 2021-January 2022, the method used by researchers is descriptive because researchers want to describe the types of language styles contained in shopee product advertisements, with the research technique that researchers use. is a qualitative technique because the data generated is in the form of reading the ad text, grouping and analyzing the ad text. The results of this study are to describe the language style used in shopee product advertisements including repetition, hyperbole, and asyndeton. The use of language style in shopee product advertisements has a persuasive impression of the goods offered. With the impression of a persuasive message, it is hoped that consumers who read the ad are persuaded and interested in buying the goods offered.

