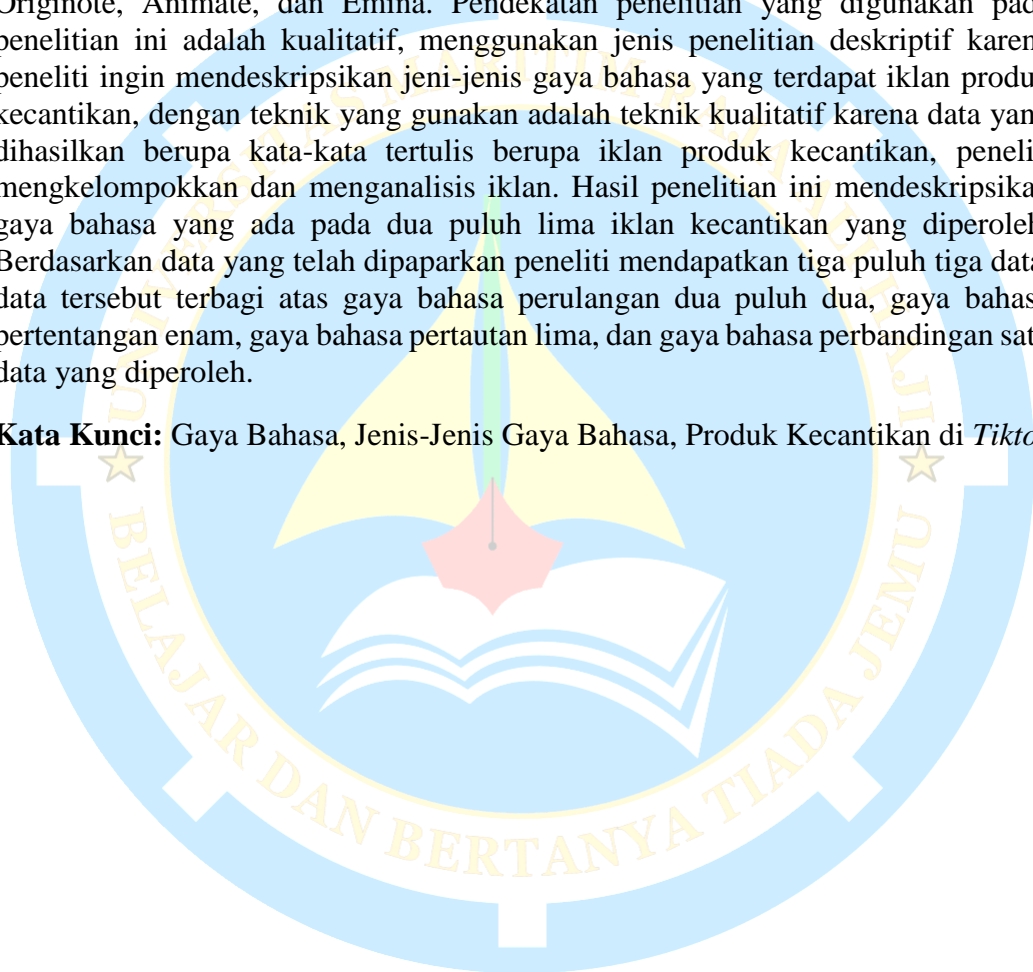


ABSTRAK

Sitti Nurhafizhah, 2023. *Analisis gaya bahasa produk kecantikan kulit wajah di Tiktok.* Tanjungpinang. Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan. Unversitas Maritim Raja Ali Haji. Pembimbing I: Assist. Prof. Dr. Dody Irawan,S.Pd., M.Pd., M.Hum., Pembimbing II: Assist. Prof. Tety Kurmalasari, M, Sc. Ph. D.

Penelitian ini membahas gaya bahasa di produk kecantikan di *Tiktok*. Gaya bahasa yang terdapat pada iklan produk kecantikan di *Tiktok* yaitu Scarlett, Garnier, Originote, Animate, dan Emina. Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif, menggunakan jenis penelitian deskriptif karena peneliti ingin mendeskripsikan jeni-jenis gaya bahasa yang terdapat iklan produk kecantikan, dengan teknik yang gunakan 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 yang ada pada dua puluh lima iklan kecantikan yang diperoleh. Berdasarkan data yang telah dipaparkan peneliti mendapatkan tiga puluh tiga data. data tersebut terbagi atas gaya bahasa perulangan dua puluh dua, gaya bahasa pertentangan enam, gaya bahasa pertautan lima, dan gaya bahasa perbandingan satu data yang diperoleh.

Kata Kunci: Gaya Bahasa, Jenis-Jenis Gaya Bahasa, Produk Kecantikan di *Tiktok*



ABSTRACT

Sitti Nurhafizhah, 2023. Analysis of the language style of facial skin beauty products on Tiktok. Tanjungpinang. Indonesian Language and Literature Education Study Program. Faculty of Teacher Training and Education. Raja Ali Haji Maritime University. Supervisor I: Assist. Prof. Dr. Dody Irawan, S.Pd., M.Pd., M.Hum., Supervisor II: Assist. Prof. Tety Kurmalasari, M, Sc. Ph. D.

This research discusses language styles in beauty products on Tiktok. The language styles found in beauty product advertisements on Tiktok are Scarlett, Garnier, Originote, Animate, and Emina. The research approach used in this research is qualitative. Using descriptive research because the researcher wants to describe the types of language styles found in beauty product advertisements, the technique used is a qualitative technique because the data produced is in the form of written words in the form of beauty product advertisements, the researcher groups and analyzes the advertisements. The results of this research describe the language styles in the twenty-five beauty advertisements obtained. Based on the data presented, the researcher obtained thirty-three data. The data is divided into twenty-two repetition language styles, six conflicting language styles, five linking language styles, and one comparative language style.

Keywords: Language Style, Types of Language Style, Beauty Products on Tiktok

