

ABSTRAK

Azzah, Malichatul, 2026. “Variasi Bahasa Iklan Produk Kecantikan Shopee Periode Januari-September 2025 serta Relevansi Pembelajarannya di SMA: Kajian Sociolinguistik”.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: (1) jenis variasi bahasa Indoglish yang digunakan dalam iklan produk kecantikan (*skincare* dan *makeup*) di Shopee pada periode Januari-September 2025, (2) relevansi penggunaan variasi bahasa dalam iklan produk kecantikan di Shopee terhadap pembelajaran teks iklan di SMA. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian ini adalah iklan produk kecantikan *skincare* dan *makeup* pada platform Shopee periode Januari-September 2025. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik simak bebas libat cakap, yakni teknik pengambilan data dengan memposisikan peneliti tidak terlibat langsung dalam peristiwa tutur yang menjadi objek penelitian. Dalam teknik analisis data digunakan teknik analisis isi, sedangkan penyajian hasil analisis data dilakukan secara informal, dengan menggunakan kata-kata biasa tanpa tanda atau lambang tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) jenis variasi bahasa Indoglish dalam produk kecantikan di Shopee ditemukan 50 data, terdiri atas 16 data campur kode kata, 32 data campur kode frasa, dan 2 data campur kode singkatan. Variasi bahasa tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi produk secara ringkas, menarik, dan modern sehingga dapat meningkatkan daya persuasi iklan; dan (2) relevansi penggunaan variasi bahasa dalam iklan produk kecantikan di Shopee terhadap pembelajaran materi teks iklan di SMA terlihat pada keterkaitannya dengan ketercapaian capaian pembelajaran, ketercapaian tujuan pembelajaran, dan kesesuaian pemilihan bahan ajar. Variasi bahasa dalam iklan dapat dijadikan contoh penggunaan bahasa yang logis, menarik, dan kreatif sehingga membantu peserta didik memahami strategi kebahasaan dalam iklan serta menyusun teks iklan yang efektif.

Kata kunci: variasi bahasa Indoglish, iklan produk kecantikan, teks iklan.