

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“SENDI GAYA BAHASA PADA KONTEN PEMASARAN DIGITAL PRODUK SKINCARE WARDAH DI PLATFORM TIKTOK (Alternatif Pengayaan Bahan Ajar Teks Iklan, Slogan, dan Poster)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Galuh Ciamis.

Skripsi ini membahas mengenai penggunaan sendi gaya bahasa dalam konten pemasaran digital produk *skincare* Wardah di platform TikTok serta pemanfaatannya sebagai alternatif pengayaan bahan ajar teks iklan, slogan, dan poster dalam pembelajaran Bahasa Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori sendi gaya bahasa menurut Keraf yang meliputi tiga aspek, yaitu kejujuran, sopan-santun, dan menarik. Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai bagaimana karakteristik sendi gaya bahasa yang digunakan dalam konten pemasaran digital produk *skincare* Wardah di platform TikTok serta bagaimana hasil penelitian tersebut dapat dimanfaatkan sebagai alternatif pengayaan bahan ajar teks iklan, slogan, dan poster. Peneliti memfokuskan kajian penelitian pada tuturan, narasi, dan *caption* yang terdapat dalam konten pemasaran digital produk *skincare* Wardah di platform TikTok.

Hasil penelitian berupa data tuturan yang diperoleh melalui proses observasi dan dokumentasi terhadap konten pemasaran digital produk *skincare* Wardah di platform TikTok. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi alternatif pengayaan bahan ajar yang lebih kontekstual dan sesuai dengan perkembangan media digital, serta membantu peserta didik dalam memahami penggunaan bahasa yang efektif dalam teks iklan, slogan, dan poster.

Ciamis, Juni 2026

Penulis