

## ABSTRAK

Standardisasi kecantikan wanita selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman. Hal itu tidak terlepas dari pengaruh iklan *skincare* yang ada di majalah wanita. Pemilihan diksi dan gaya bahasa harus diperhatikan agar dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk. Majalah *Maquia* termasuk kedalam kategori majalah kecantikan yang populer di Jepang dan memberikan informasi tentang tren *make up* dan *skincare* masa kini. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan teori Gorys Keraf untuk menganalisis diksi. Sedangkan, untuk menganalisis gaya bahasa menggunakan teori dari Seto Kenichi dalam buku *Nihongo no retorikku*. Hasil dari penelitian ini ialah diksi yang paling banyak digunakan dalam majalah *Maquia* no.175 adalah diksi yang mengandung makna konotasi. Sedangkan, gaya bahasa yang paling banyak digunakan ialah gaya bahasa personifikasi.

Kata kunci : Diksi, gaya bahasa, iklan, *Maquia*.

## ABSTRACT

*Women's beauty's standardization always changes as society moves forward and skincare advertisements in women magazines contribute greatly to its changes. Dictions and style of languages should be chosen carefully and interestingly to attract customers. Maquia, is one of the most popular beauty magazine in Japan. It gives the readers the latest trends of make ups and skincare. The research method used in this paper is qualitative descriptive research method. This paper uses Gorys Keraf's theory to analyze the dictions and uses Kenichi Seto's theory written in his book Nihongo no Retorikku to analyze the style of languages. The conclusion of this research is as follows, dictions that are most being used in Maquia magazine no.175 are dictions that contains connotation. Meanwhile, style of languages that are most being used are personification style of languages.*

*Keyword : Diction, style of language, advertisement, Maquia.*