



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**PRAGMATIC EQUIVALENCE AND PERSUASIVE FUNCTION
ANALYSIS OF ILLOCUTIONARY ACTS IN ENGLISH-
INDONESIAN INSTAGRAM CAPTIONS ON
BUTTONSCARVES**

BACHELOR'S THESIS

Submitted as One of the Requirements to Obtain a Bachelor's Degree
in Applied Linguistics

Asyifa Dzikra Faradibah Muzakkir
2208411049

**ENGLISH FOR BUSINESS AND PROFESSIONAL
COMMUNICATION STUDY PROGRAM
BUSINESS ADMINISTRATION DEPARTMENT
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PRONOUNCEMENT

I, the undersigned:

Student Name : Asyifa Dzikra Faradibah Muzakkir
Student ID (NIM) : 2208411049
Study Program : **English for Business and Professional Communication (BISPRO)**
Thesis Title : Pragmatic Equivalence and Persuasive Function Analysis of Illocutionary Acts in English-Indonesian Instagram Captions on Buttons carves

Hereby declare that this thesis is my original work and is free from plagiarism or any form of imitation of others' works. All quotations and references from other sources have been appropriately cited following the applicable guidelines for academic writing.

If then this pronouncement proves false, I am willing to accept any academic punishment.

Depok, 02 June 2026

The declarant



Asyifa Dzikra Faradibah Muzakkir
NIM. 2208411049



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

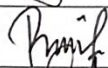
LEGITIMATION

The following thesis is proposed by:

Student Name : Asyifa Dzikra Faradibah Muzakkir
Student ID : 2208411049
Study Program : **English for Business and Professional Communication (BISPRO)**
Thesis Title : Pragmatic Equivalence and Persuasive Function Analysis of Illocutionary Acts in English-Indonesian Instagram Captions on Buttons carves

It has been examined by the Board of Thesis Examiners on 18 June 2026 and decided
"PASSED"

Board of Thesis Examiners

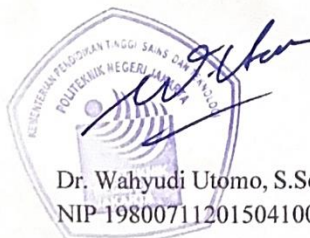
	Signature
Head of Examiner : <u>Taufik Eryadi Abdillah, S.S., M.Hum.</u>	
Examiner 1 : Rizki Hardiyanti, M.Hum.	
Examiner 2 : Dewi Kurniawati, S.S., M.Pd.	

Under the supervision of Board of Thesis Supervisors

Board of Thesis Supervisors

	Signature
Supervisor : <u>Taufik Eryadi Abdillah, S.S., M.Hum.</u>	

Legalized by:
Head of Department
Business Administration



Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si.
NIP-198007112015041001

Depok, 7 July 2026
Acknowledged by:
Head of Study Program
English for Business and Professional Communication
(BISPRO)



Farizka Humolungo, S.Pd., M.A.
NIP 199103022023212042



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PREFACE

All praise and gratitude due to Allah SWT, the Most Gracious and the Most Merciful, for His endless blessings, mercy, and guidance, which have enabled the author to complete this bachelor thesis entitled “Pragmatic Equivalence and Persuasive Function Analysis of Illocutionary Acts in English-Indonesian Instagram Caption on Buttonscarves” Instagram Captions” as one of the requirements for obtaining a Bachelor's Degree in Applied Linguistics (S.Tr.Li). The completion of this proposal would not have been possible without the support, guidance, assistance, and encouragement of many individuals. Therefore, the author would like to express sincere gratitude to:

1. Farizka Humolungo, S.Pd., M. A., as the Study Program of English for Business and Professional Communication Coordinator.
2. Taufik Eryadi Abdillah, S.S., M.Hum., as thesis supervisor, for the helpful insights, constructive feedback, continuous support, critical mindset, and valuable suggestions.
3. All lecturers and staff of the Study Program of English for Business and Professional Communication for their knowledge and assistance.
4. The author's beloved family, for their endless love, prayers, patience, and encouragement. Thank you for being the author's biggest support system and for always providing strength and comfort throughout this journey.
5. The author's college friends, especially Vania, Syafira, Aulia, and Adel, thank you for all the laughter, encouragement, and unforgettable memories. Our friendship has made every challenge feel a little lighter.
6. The author's childhood friends, Venessa, Raesya, and Qaisya, thank you for always being a part of my journey for the past 18 years. Cheers to our lifetime of friendship and countless more memories.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. On a lighter note, the author would like to thank Blair Waldorf for the countless reminders that confidence, ambition, and perseverance can overcome most obstacles.
8. Lastly, the author would like to thank herself for the perseverance, patience, and determination shown throughout this journey.

The writer sincerely hopes this proposal will contribute meaningfully to translation studies

Depok, 2 June 2026

Author





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

CONSENT OF THESIS PUBLICATION FOR ACADEMIC INTEREST

I, the undersigned:

Student Name : Asyifa Dzikra Faradibah Muzakkir
Student ID : 2208411049
Study Program : English for Business and Professional Communication
(BISPRO)
Department : Business Administration
Manuscript : Thesis (*Skripsi*)

In the pursuit of knowledge advancement, I hereby consent to entrust and grant to Politeknik Negeri Jakarta Non-exclusive Royalty-free Right for my thesis entitled:

**PRAGMATIC EQUIVALENCE AND PERSUASIVE FUNCTION
ANALYSIS OF ILLOCUTIONARY ACTS IN ENGLISH-INDONESIAN
INSTAGRAM CAPTION ON BUTTONSCARVES**

along with any related materials (if necessary). With this Non-exclusive Royalty-free Right, Politeknik Negeri Jakarta reserves the right to store, transfer, disseminate, manage in the form of a database, maintain, and publish my thesis while continuing to acknowledge my name as the author/creator and copyright holder.

In witness whereof, I hereby make this statement truthfully.

Made in : Depok
On the date of : 08 July 2026
Declared by :

Asyifa Dzikra Faradibah Muzakkir

Manuscript: thesis, non-seminar papers, practical work reports, internship reports, professional and specialized tasks.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

Asyifa Dzikra Faradibah Muzakkir. English for Business and Professional Communication. Pragmatic Equivalence and Persuasive Function Analysis of Illocutionary Acts in English-Indonesian Instagram Caption on Buttons scarves

Social media captions play an important role in digital marketing by conveying communicative intentions and persuading audiences. In bilingual promotional content, translation is expected to maintain both meaning and persuasive effectiveness. Therefore, this study analyzes illocutionary acts, pragmatic equivalence, and persuasive effect in the English-Indonesian Instagram captions of Buttons scarves. This study employed a descriptive qualitative method using 100 bilingual Instagram captions as the data. The analysis was based on Searle's (1979) theory of illocutionary acts, Baker's (1992) theory of pragmatic equivalence, and the AIDA model proposed by Strong (1925). The findings show that representative acts are the most dominant type, accounting for 38% of the source texts and 48% of the target texts. The results also indicate that 84% of the data maintain pragmatic equivalence, while 16% experience pragmatic shift. Regarding persuasive effect, 64% of the data maintain persuasive effectiveness, 25% strengthen it, and 11% weaken it. The study concludes that the translations tend to adopt a more representative and descriptive style. However, these shifts generally do not reduce pragmatic equivalence or persuasive effectiveness. Therefore, successful promotional translation depends not only on linguistic equivalence but also on maintaining communicative intention and persuasive appeal.

Keywords: illocutionary acts, pragmatic equivalence, persuasive effect, translation, Instagram captions.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

Asyifa Dzikra Faradibah Muzakkir. Program Studi Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional. Pragmatic Equivalence and Persuasive Function Analysis of Illocutionary Acts in English-Indonesian Instagram Caption on Buttonsscarves. Caption media sosial memiliki peran penting dalam pemasaran digital karena berfungsi untuk menyampaikan maksud komunikatif dan mempersuasi audiens. Dalam konten promosi bilingual, terjemahan diharapkan mampu mempertahankan makna serta efektivitas persuasif. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis tindak tutur ilokusi, kesepadanan pragmatik, dan efek persuasif pada caption Instagram Buttonsscarves berbahasa Inggris dan Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data berupa 100 caption Instagram bilingual Buttonsscarves. Analisis dilakukan berdasarkan teori tindak tutur ilokusi Searle (1979), teori kesepadanan pragmatik Baker (1992), dan model AIDA dari Strong (1925). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindak tutur representatif merupakan jenis yang paling dominan, yaitu 38% pada teks sumber dan 48% pada teks sasaran. Selain itu, 84% data mempertahankan kesepadanan pragmatik, sedangkan 16% mengalami perubahan implikatur. Terkait efek persuasif, 64% data mempertahankan efek persuasif, 25% memperkuatnya, dan 11% melemahkannya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terjemahan caption Instagram Buttonsscarves cenderung menggunakan gaya komunikasi yang lebih representatif dan deskriptif. Namun, pergeseran tersebut secara umum tidak mengurangi kesepadanan pragmatik maupun efektivitas persuasif.

Kata kunci: tindak tutur ilokusi, kesepadanan pragmatik, efek persuasif, penerjemahan, caption Instagram.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

TABLE OF CONTENTS

CHAPTER I	1
1.1 Background of the Study	1
1.2 Statement of the Problem	3
1.3 Objectives of the Study	4
1.4 Scope and Limitations of the Study	4
1.5 Significance of the Study	5
CHAPTER II	6
2.1 Translation	6
2.2 Pragmatic	6
2.2.1 Pragmatic Equivalence	7
2.2.2 Pragmatic Shifts	7
2.3 Speech act	8
2.3.1 Illocutionary act	9
2.4 Persuasive Language in Advertising	10
2.5 Instagram Captions	12
2.6 Buttons carves	12
2.7 Relevant Previous Studies	13
2.8 Theoretical Framework	17
CHAPTER III	20
3.1 Research Design	20
3.2 Data and Source of Data	20
3.3 Sampling Technique	21
3.4 Data Collection Technique	21
3.5 Data Validity	22
3.6 Data Analysis	23
CHAPTER IV	32



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.1	Result.....	32
4.1.1	Types of Illocutionary Act.....	32
4.1.2	Pragmatic Equivalence	41
4.1.3	Persuasive Effect	45
	Persuasive Effect	45
4.2	Discussion.....	49
CHAPTER V		53
5.1	Conclusion.....	53
5.2	Suggestions.....	54





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LIST OF TABLES

Table 3.1 Domain Analysis	24
Table 3.2 Taxonomic Analysis	25
Table 3.3 Componantial Analysis	27
Table 4.1 Types of Illocutionary Act.....	31
Table 4.2 Pragmatic Equivalence	39
Table 4.3 Persuasive Effect	41
Table 4.4 The Relation between Illocutionary Acts, Pragmatic Equivalence, and The Level of Persuasive Effect	43

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LIST OF FIGURES

Figure 2.1 Theoretical Framework.....	20
---------------------------------------	----





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

CHAPTER I

INTRODUCTION

1.1 Background of the Study

Buttons scarves is a well-known Indonesian fashion brand that actively uses social media platforms as part of its digital marketing strategy to promote its products and communicate with its audience. As a fashion brand, Buttons scarves actively uses Instagram to introduce new collections, campaigns, and promotional content. Through Instagram posts, the brand provides information about its products while simultaneously building brand identity and engaging with potential customers. According to Kaplan and Haenlein (2010), social media platforms enable organizations to establish interactive communication with users and deliver persuasive marketing messages. Through captions, brands can introduce new products, convey brand values, and influence audience perceptions.

Many brands use bilingual communication strategies in social media. The use of bilingual captions allows brands to communicate with both local and international audiences. However, translating promotional messages is not merely a matter of transferring words from one language to another. Translation also involves conveying meaning, intention, and context so that the message remains effective in the target language (Nida & Taber, 1982). Promotional messages are designed not only to inform but also to influence audiences, the language used in captions carries specific communicative intentions. These intentions are closely related to pragmatics, which examines how meaning is constructed in context and how speakers convey their intended messages (Yule, 1996). In marketing discourse, captions are designed to serve different communicative functions, such as providing information, inviting audiences to explore products, or expressing excitement about new collections.

Instagram captions are expected not only to convey information but also to persuade consumer behaviour. One of the widely used frameworks for understanding

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

persuasive communication is the AIDA model, which consists of Attention, Interest, Desire, and Action. According to AIDA, effective promotional messages should attract audience attention, stimulate interest, create desire toward a product, and encourage audience engagement or action. Therefore, the effectiveness of promotional captions can be evaluated not only through the communicative intentions they convey but also through their ability to maintain persuasive appeal. In the context of translation, changes in communicative function or implied meaning may influence how persuasive messages are perceived by target audiences.

In the case of Buttons carves, the brand uses bilingual captions in English and Indonesian to reach a wider audience. However, the use of two languages in promotional captions may lead to differences in meaning and communicative function. From a pragmatic perspective, these differences can be observed not only in terms of communicative intention but also in implicature, which refers to the implied meaning conveyed by the speaker. In this context, the brand acts as the speaker who delivers messages to the audience as the hearer within the setting of social media marketing. In some cases, the English captions tend to be more persuasive and engaging, as they imply suggestions or encouragement for the audience to take action. Meanwhile, the Indonesian versions may appear more informative or neutral, focusing on describing the product, which reduces the implicature of persuasion and results in a less engaging message.

This phenomenon can be observed in the bilingual Instagram captions posted by Buttons carves. For example, the English caption *"We're so excited to introduce this collection"* functions as an expressive illocutionary act because it conveys the brand's enthusiasm in introducing a new collection. However, its Indonesian translation, *"Koleksi ini kami hadirkan untuk Anda,"* functions more as a representative statement that provides information about the product. As a result, the emotional enthusiasm expressed in the source text becomes less prominent in the target text, reducing the persuasive appeal intended to attract audience attention and generate interest. This example indicates that the intended illocutionary act may



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

not always be fully maintained in translation, potentially affecting the persuasive function of promotional captions.

Several previous studies have investigated language use and translation in Instagram captions from different perspectives. Nurlatifasari (2025) examined semantic translation errors in English captions of Indonesian food and beverage Instagram accounts and found that translation choices may influence the persuasive function of promotional messages. Yuliasri (2016) analyzed pragmatic equivalence in the translation of speech acts in movie subtitles, demonstrating the importance of maintaining communicative functions during translation. Although these studies contribute valuable insights into translation and pragmatics, limited research has specifically examined how illocutionary acts are translated in bilingual promotional captions on social media and how such translations influence the persuasive function of promotional messages.

Therefore, this study aims to analyze speech acts with particular emphasis on illocutionary acts and their pragmatic equivalence in bilingual Instagram captions posted by Buttons carves. The data are taken from the Egypt Series and Moroccan Series posts, which contain both English captions and their Indonesian translations. By examining the realization of illocutionary acts in the source and target texts, this study investigates whether communicative intentions are maintained or shifted during translation. Furthermore, since these captions function as promotional advertisements, the study also examines how such pragmatic changes influence the persuasive function of the captions by referring to the AIDA model, particularly whether the translated captions maintain, strengthen, or weaken their ability to attract attention, generate interest, create desire, and encourage audience engagement.

1.2 Statement of the Problem

Based on the background above, the problems of this study are formulated as follows:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. What types of illocutionary acts are used in the English captions of the Egypt and Moroccan Series posts on the Instagram account of Buttonsscarves?
2. To what extent do pragmatic equivalence occur in the English–Indonesian translation of these captions?
3. How does the English-Indonesian translation influence the level of persuasiveness of Buttonsscarves' Instagram captions?

1.3 Objectives of the Study

Based on the research questions above, the objectives of this study are:

1. To identify the types of illocutionary acts used in the English captions of the selected Instagram posts.
2. To analyze how these illocutionary acts are translated into Indonesian.
3. To examine the persuasiveness of the Buttonsscarves captions.

1.4 Scope and Limitations of the Study

This study focuses on the analysis of illocutionary acts and pragmatic equivalence in bilingual Instagram captions. The data of this research are limited to captions written in English and their Indonesian translations in the Egypt Series and Moroccan Series posts published from February 12 to March 16 on the Instagram account of Buttonsscarves.

To maintain the focus of the research, this study only analyzes the illocutionary acts contained in the captions based on the classification proposed by Searle (1976). Furthermore, this study examines whether pragmatic equivalence is maintained or whether pragmatic shifts occur in the translation process, referring to the concept of pragmatic equivalence proposed by Baker (1992). In addition, this study analyzes the persuasive effect of the captions using AIDA model. Other aspects such as visual elements of the posts, audience responses, and marketing performance, are not included in this study.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5 Significance of the Study

The findings of this study are expected to provide both theoretical and practical contributions.

1. Theoretical Significance

This study contributes to the fields of pragmatics and translation studies by exploring insights into how illocutionary acts are conveyed and translated in bilingual promotional captions on social media. The study also contributes to the discussion of pragmatic equivalence in translation, particularly in relation to changes in communicative intention and implied meaning. Furthermore, this study enriches existing research by examining the relationship between pragmatic aspects of translation and persuasive effect, thereby offering a broader understanding of how translated promotional messages maintain, strengthen, or weaken their persuasive functions.

2. Practical Significance

This study may provide insights for translators, marketers, and content creators who work with bilingual promotional content on social media to serve communicative intentions and persuasive appeal. The findings may help practitioners understand how translation choices can influence audience engagement, message interpretation, and promotional effectiveness. In addition, the study may contribute to the development of more effective bilingual communication strategies in digital marketing.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

CHAPTER V

CLOSING

5.1 Conclusion

Based on 100 data points from 43 Buttonscurves Instagram captions posted between February 12 to March 16 2026, it can be concluded that:

First, the findings reveal that representative acts are the most dominant type of illocutionary act in both the source texts and target texts. In the source texts, representative acts account for 38% of the data and increase to 48% in the target texts. Directive acts are the second most dominant category, followed by expressive and commissive acts. The findings also show the occurrence of multiple illocutionary acts, which are directive + expressive, commissive + expressive, and representative + expressive acts. Furthermore, the translation process demonstrates a tendency toward representative acts, indicating that the Indonesian captions adopt a more informative and descriptive communication style. The presence of emojis as non-lexical indicators further reinforces the expressive function of several captions. These findings suggest that Buttonscurves strategically employs emotional expressions to strengthen interaction with readers and enhance the persuasive appeal of its promotional messages.

Second, the findings show that pragmatic equivalence is largely maintained in the translation of Buttonscurves' Instagram captions. A total of 84% of the data maintain pragmatic equivalence, while 16% experience changes of implicature. The high percentage of pragmatic equivalence indicates that the translations successfully preserve the communicative intention and implied meaning of the source texts. Although several changes of implicature occur due to shifts in communicative intention and audience engagement strategies, the translated captions generally enable target readers to derive similar inferences to those intended in the source texts.

Third, the findings reveal that the persuasive effect of the captions is largely preserved after translation. The study shows that 64% of the data maintain the

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

persuasive effect, 25% strengthen it, and 11% weaken it. These results indicate that the translations effectively support the promotional objectives of the original captions. In many cases, persuasive effects are strengthened through the use of more natural, engaging, and culturally appropriate expressions for Indonesian audiences. Conversely, weakened persuasive effects mainly occur when directive elements, emotional appeals, or calls-to-action are reduced or omitted in translation.

Overall, the findings demonstrate that the translation of Buttonsscarves' Instagram captions is effective in preserving communicative intention and persuasive communication. Although certain shifts in illocutionary acts and implicatures occur, most translations successfully maintain or even enhance the persuasive appeal of the original captions. Therefore, the translation process functions not only as a transfer of meaning but also as a strategic adaptation that supports audience engagement and promotional effectiveness across source and target texts.

5.2 Suggestions

Based on the findings of this study, several suggestions are proposed for future researchers, translators, and marketing practitioners.

For future researchers, it is recommended to investigate pragmatic equivalence and persuasive translation in other forms of digital marketing communication, such as advertisements, websites, TikTok content, or other social media platforms. Future studies may also employ larger datasets, different pragmatic frameworks, or alternative models of persuasive communication to provide broader insights into how translation influences audience engagement and communicative effectiveness.

For translators, particularly those working in marketing and promotional content, it is important to consider not only linguistic accuracy but also pragmatic meaning and persuasive effect. Preserving communicative intention, implied meaning, and audience engagement can help ensure that translated promotional messages remain effective for target audiences. Translators should also pay attention to potential shifts in illocutionary acts and implicatures, as these may influence how readers interpret and respond to the message.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

For brands and content creators, translation should be viewed as a process of strategic adaptation rather than a mere transfer of words. By considering cultural preferences, audience expectations, and persuasive communication strategies, translated content can remain engaging, persuasive, and relevant to target audiences while maintaining the intended message of the original content.





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

REFERENCES

- Adibah, A. (2021). *Analisis kualitas terjemahan tindak tutur ekspresif yang merepresentasikan kesedihan dalam novel Annisa*. D4 thesis, Politeknik Negeri Jakarta.
- Aditya, B. N. (2014). *A pragmatic analysis of presupposition in Genndy Tartakovsky's Hotel Transylvania* (Undergraduate thesis, Yogyakarta State University).
- Amirudin, A., & Triyono, S. (2018). Expositive acts on Instagram: Knowing what people intend to write on their captions through pragmatics perspective. *International Journal of Applied Linguistics & English Literature*
- Astutik, A., Dewanto, D., & Erwanto, L. (2026). Comparative study of sociopreneurship language strategies on @aldwinnv's Instagram and TikTok: A pragmatics approach. *Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics*, 12(1), 118–128.
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- Baker, M. (1992). *In other words: A coursebook on translation*. Routledge.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). *Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership*. *Journal of Business Research*, 117, 510–519.
- Catford, J. C. (1965). *A linguistic theory of translation*. Oxford University Press.
- Christina Maya Iriana Sari, Dwi Aji Prajoko, & Arielia Yustisiana. (2024). Discourse Analysis of Persuasive Language Techniques for Eco-Friendly Products in Instagram Captions. *Proceeding of the International Conference on Global Education and Learning*, 1(2), 185–192.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Jogiyanto, H. M. (2014). *Metodologi penelitian bisnis: Salah kaprah dan pengalaman-pengalaman* (6th ed.). BPFE.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Lathifah, S., & Mujiyanto, J. (2021). Formal shifts use on achieving pragmatic equivalence in English–Indonesian translation of *Kung Fu Panda*. *English Education Journal*, 11(4), 465–472.

Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press.

Mauludy, M. Y. (2021). *Analisis kualitas terjemahan tindak tutur ekspresif pada novel klasik Pride and Prejudice karya Jane Austen*. D4 Thesis. Politeknik Negeri Jakarta.

Nida, E. A., & Taber, C. R. (1974). *The theory and practice of translation*. Brill.

Newmark, P. (1998). *A textbook of translation*. Prentice Hall.

Novianti, A., & Soerjowardhana, A. (2020). *Translation techniques of illocutionary acts in Jack Canfield and Mark Victor Hansen novel's Chicken Soup for the Mother of Preschooler's Soul*. *Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 16(1), 23–28.

Nurlatifasari, N. (2025). *Semantic translation errors in English captions of Indonesian F&B Instagram accounts: A qualitative analysis of persuasive language*.

Pratiwi, D. (2017). *Pragmatic equivalence in the translation of speech acts in movie subtitles*. [Undergraduate thesis].

Qudsiyah, A. (2021). *Analisis teknik penerjemahan dan kualitas terjemahan tindak ilokusi dalam film The Pursuit of Happyness*. D4 thesis, Politeknik Negeri Jakarta.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Rahmawati, S. A. (2023). *Translation technique and its readability of directive speech acts in the live-action film "Aladdin" 2019*. D4 Thesis. Politeknik Negeri Jakarta
- Ratnasari, E. D., & Edel, E. E. (2017). The illocutionary acts in the novel "And the Mountains Echoed" by Khaled Hosseini. *Jurnal Kata*, 1(1), 15-23.
- Ritonga, K. (2025). *Strategi pemanfaatan media Instagram sebagai media promosi melalui caption persuasif*. Mukasi Journal.
- Santosa, Riyadi. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Kebahasaan*. Surakarta: UNS Press.
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Sihombing, P. S. R., Silalahi, D. E., Saragih, D. I., & Herman. (2021). *An analysis of illocutionary act in Incredibles 2 movie*. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 4 (2).
- Simamora, N. C., Siregar, A., & Kudadiri, A. (2024). Tindak tutur ilokusi pada caption akun Instagram @jokowi. *Basastra: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 12(1), 53–67. <https://doi.org/10.20961/basastra.v12i1.83076>
- Skrylnyk, S. V. (2024). Pragmatic shifts in simultaneous interpreting. *Problemy semantyky, prahmatyky ta kohnityvnoi linhvistyky*, (48), 253–264.
- Violita, V., & Cholsy, H. (2022). Speech act equivalence in subtitle translation.
- Wardana, B. T., & Budianto, S. (2025). *Maxim of conversation and implicature analysis in podcast Selena Gomez on: How to stop insecurity & truly love yourself to the core*. Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu, 3(3), 46–53.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Wahyuni, A. N., Sukarni, S., & Ngafif, A. (2025). *An analysis of persuasive language found in skincare Instagram captions*. WEJ, 9(2).

Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford University Press.

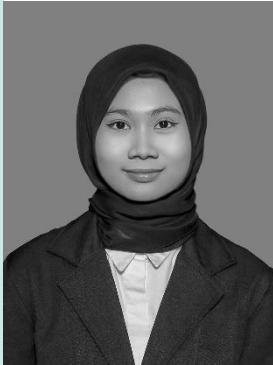




Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

CURRICULUM VITAE



Asyifa Dzikra Faradibah Muzakkir was born in Jakarta on 1 August 2004. She is currently an undergraduate student in Business Administration, specializing in English for Business and Professional Communication at Politeknik Negeri Jakarta from 2022 to 2026. Her academic focus lies in translation studies, with particular interest in the application of pragmatics and sociolinguistics in analyzing meaning and communication. She has a strong interest in translation, communication, research, and creative content development. Throughout her academic journey, she has actively enhanced her academic and professional competencies. She has gained practical experience through internships in government institutions. At the Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Energi dan Sumber Daya Mineral (BPSDM ESDM), she was involved in translating policy-related documents on human resource development for energy transition, including a policy agenda on achieving net zero emissions, as well as assisting in the preparation of bilingual materials. Prior to this, she interned at SKK Migas, where she translated the “General Guidelines for Upstream Oil and Gas Business Licensing.” In addition to her professional experience, she has participated in several academic and organizational activities, including serving as a Project Leader in a Project-Based Learning program and contributing to the Public Relations events. She possesses skills in Indonesian–English translation, and content writing and editing.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

APPENDICES

N O	Source Text	Types of Illocutionary Acts					Target Text					Types of Illocutionary Acts					Pragmatic Equivalence & Persuasive Effect
		Representative	Directive	Commissive	Expressive	Declaration						Representative	Directive	Commissive	Expressive	Declaration	
1	Complete your look with our latest collection.		X				Melengkapi tampilan dengan koleksi terbaru kami.					X					Pragmatic equivalence is maintained because the target text preserves the communicative intention of the source text. Therefore, the persuasive effect remains unchanged.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2	We're so excited to introduce this collection.					X	Koleksi ini kami hadirkan untuk Anda.		X			A change of implicature occurs because the excitement expressed in the source text is omitted in the target text. As a result, the persuasive effect becomes slightly weaker.
3	Get ready for Ramadan with our collection!		X				Koleksi Ramadan telah hadir.	X				A change of implicature occurs because the invitation in the source text is translated into a product announcement. Consequently, the persuasive effect becomes less direct.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4	This isn't just something you wear. It's something you carry with you.	X					Ini bukan hanya sesuatu yang kamu kenakan, tapi cerita yang kamu rasakan di dalamnya.	X					A change of implicature occurs, The TT narrows the implied meaning by interpreting the product as a story to be felt rather than something to be carried. However, the emotional and narrative appeal becomes stronger, enhancing audience interest and engagement.
5	Walking here doesn't just feel historic. It feels timeless.	X					Berjalan di sini bukan cuma terasa bersejarah. Rasanya seperti menyentuh sesuatu yang melampaui waktu.	X					Pragmatic equivalence is maintained because the TT preserves the communicative intention of the ST. Therefore, the persuasive effect remains unchanged.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6	Who are you twinning with this season?		X					Siapa yang mau kamu ajak kembaran nanti?		X			Pragmatic equivalence is maintained because the TT preserves the communicative intention of the ST. Therefore, the persuasive effect remains unchanged.
7	Stay with us		X					Tetap ikut perjalanan kita ya		X			Pragmatic equivalence is maintained because the target text preserves the communicative intention of the source text. Therefore, the persuasive effect remains unchanged.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8	Which Moroccan Series color would you take?		X			Warna Moroccan Series mana yang akan kalian pilih?		X			Pragmatic equivalence is maintained because the target text preserves the communicative intention of the source text. Therefore, the persuasive effect remains unchanged.
9	It feels like the true heart of Morocco			X		Rasanya seperti jantungnya Maroko			X		Pragmatic equivalence is maintained because the target text preserves the communicative intention of the source text. Therefore, the persuasive effect remains unchanged.
10	Everything feels warmer, deeper, almost cinematic			X		Rasanya lebih hangat dan dramatis			X		Pragmatic equivalence is maintained because the intended message is preserved. The persuasive effect remains unchanged.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

11	There's such a calm energy here				X		Suasananya terasa tenang				X	Pragmatic equivalence is maintained because the intended message is preserved. The persuasive effect remains unchanged.
12	Designed to feel soft and comfortable	X					Dirancang untuk terasa lembut dan nyaman	X				Pragmatic equivalence is maintained because the intended message is preserved. The persuasive effect remains unchanged.
13	And as promised, we wanted to end this journey by showing you what luxury here truly feels like.			X			Dan seperti yang kita janjikan, kita mau menutup perjalanan ini dengan merasakan seperti apa rasanya luxury di sini.			X		Pragmatic equivalence is maintained because the intended message is preserved. The persuasive effect remains unchanged.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

14	Which one feels more like you? The city or the desert?	X				Lebih cocok hiruk pikuk kota atau tenangnya gurun?	X			Pragmatic equivalence is maintained because the intended message is preserved. The persuasive effect remains unchanged.
15	Why do you think this material was chosen? 🧐	X		X		Menurut kalian kenapa mereka pilih material itu? 🧐	X		X	Pragmatic equivalence is maintained as the question and curiosity are preserved. The persuasive effect remains unchanged.
16	Which color would you take on your journey?	X				Warna mana yang akan kalian bawa dalam perjalanan kalian?	X			Pragmatic equivalence is maintained as the invitation to choose a color is preserved. The persuasive effect remains unchanged.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak mengutipkan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

17	Look closer and you'll see the story		X					Coba lihat lebih dekat, di situlah ceritanya		X				Pragmatic equivalence is maintained as the invitation to observe the product remains intact. The persuasive effect remains unchanged.
18	Morocco is more than what you see at first glance	X						Morocco ternyata nggak cuma yang terlihat di foto	X					Pragmatic equivalence is maintained as both texts emphasize that Morocco offers more than its initial appearance. The persuasive effect remains unchanged.
19	It's like a living art form that continues to evolve.				X			Bukan cuma indah, tapi terasa hidup				X		Pragmatic equivalence is maintained as the positive evaluation is preserved. The persuasive effect remains unchanged.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak mengutipkan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

20	Does anyone know which city actually is?		X				Ada yang tahu sebenarnya ini kota apa?		X			Pragmatic equivalence is maintained as the question and audience engagement are preserved. The persuasive effect remains unchanged.
21	Tell us what we should explore next?		X				Kalian ingin kita eksplor apa lagi di sini?		X			Pragmatic equivalence is maintained as the invitation for audience participation is retained. The persuasive effect remains unchanged.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

22	Which one is your favorite?		X						Kalau kamu, lebih suka yang mana, nih?		X				Pragmatic equivalence is maintained. The addition of <i>nih</i> creates a more conversational tone, slightly strengthening audience engagement and interest.
23	The repetition is detailed, intricate, yet harmonious	X							Detailnya cantik, berulang, tapi tetap terasa harmonis				X		Pragmatic equivalence is maintained. The addition of <i>cantik</i> reinforces the positive evaluation, slightly strengthening audience interest and desire.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

24	Which Moroccan Series color is your favorite?		X				Mana warna Moroccan Series favorit kalian?		X			Pragmatic equivalence is maintained. The question continues to encourage audience participation, maintaining audience interest and engagement.
25	Which color would you take on your journey?		X				Warna mana yang akan kalian bawa dalam perjalanan kalian?		X			Pragmatic equivalence is maintained. The invitation to choose a color is preserved, maintaining audience engagement and interest.
26	It's like stepping into another era				X		Rasanya seperti masuk ke masa lain				X	Pragmatic equivalence is maintained. The emotional impression is preserved, maintaining audience interest and emotional appeal.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

27	A complete set for meaningful moments	X						Set lengkap untuk momen bermakna	X					Pragmatic equivalence is maintained as the intended message is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest for the product
28	Stay tuned. ❤️		X					Tunggu cerita lengkapnya ya!		X				Pragmatic equivalence is maintained. The addition of <i>ya</i> and the exclamation mark creates a friendlier and more engaging tone, strengthening audience engagement and anticipation.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

29	Calm, polished, almost like time slowed down					X	Lebih hening dan terasa melambat				X	Pragmatic equivalence is maintained as the emotional impression is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest and emotional appeal.
30	The colors alone are a spectacle					X	Warnanya saja sudah memanjakan mata				X	Pragmatic equivalence is maintained. The more vivid expression <i>memanjakan mata</i> slightly strengthens audience interest and desire.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

31	Stay tuned with us		X					Setelah ini waktunya eksplor rasa di Morocco	X				Change of implicature occurs as the invitation to stay engaged is replaced with information about the next exploration. The call- to-action becomes less direct, slightly weakening audience engagement.
32	Being here makes us see Egypt in a different way.	X						Berada langsung di sini bikin cara kita liat Mesir berbeda.	X				Pragmatic equivalence is maintained as the personal impression is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak mengutipkan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

33	Designed to accompany every prayer	X					Dirancang menemani setiap momen ibadah	X				Pragmatic equivalence is maintained as the intended benefit of the product is preserved. The persuasive effect, maintaining audience desire.
34	The story may be closing, but the memories stay			X			Perjalanan kita selesai, tapi kenangannya tinggal				X	Pragmatic equivalence is maintained as the emotional message is preserved. The persuasive effect maintaining audience emotional engagement
35	What color does the desert slowly turn into?	X					Gurunnya perlahan berubah jadi warna apa?	X				Pragmatic equivalence is maintained as the question and curiosity are preserved. The persuasive effect audience interest.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

36	Made to create meaningful gifting moments	X					Dibuat untuk menciptakan momen hadiah yang bermakna	X				Pragmatic equivalence is maintained as the intended benefit of the product is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience desire
37	Did you get it right?	X					Kalian berhasil nebak dengan benar?	X				Pragmatic equivalence is maintained as the audience engagement is preserved. The persuasive effect remains maintaining audience interest.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

38	It feels timeless and striking					X		Terasa timeless sekaligus memikat					X	Pragmatic equivalence is maintained. The word <i>memikat</i> reinforces the positive evaluation, slightly strengthening audience interest and desire.
39	Curious to see what it's actually like inside?			X				Penasaran sebenarnya seperti apa di dalamnya?		X				Pragmatic equivalence is maintained as the curiosity-inducing question is preserved. The persuasive effect maintaining audience interest.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

40	Created to feel timeless	X						Dibuat agar terasa timeless	X					Pragmatic equivalence is maintained as the intended product value is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience desire.
41	Can you guess where they're heading next?	X						Ada yang bisa tebak kita akan ke mana selanjutnya?	X					Pragmatic equivalence is maintained as the invitation to guess is preserved. The persuasive effect maintaining audience interest and engagement.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak mengugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

42	Tell us what we should explore next?		X				Kalian ingin kita eksplor apa lagi di sini?		X			Pragmatic equivalence is maintained as audience participation is preserved. The persuasive effect maintaining audience engagement.
43	It's going to be special			X			Ini bakal terasa spesial			X		Pragmatic equivalence is maintained as the positive expectation is preserved. The persuasive effect unchanged, maintaining audience interest
44	Whatever color you choose, the story stays the same.			X			Apa pun warna yang kalian pilih, ceritanya tetap sama.			X		Pragmatic equivalence is maintained as the intended message is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

45	We promised to take you to a land of striking contrast.			X			Kita berjanji untuk membawa kalian ke tempat yang penuh kontras			X		Pragmatic equivalence is maintained. the persuasive effect is maintained.
46	Fall in love with every detail			X			Dirancang dengan detail presisi untuk memastikan keanggunan			X		A change of implicature occurs, the emotional invitation in the ST is replaced by a descriptive statement in TT. The TT reduces the emotional appeal and audience involvement by replacing the invitation with product description.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

47	It felt like the right way to end this chapter					X	Rasanya pas jadi penutup cerita					X	Pragmatic equivalence is maintained as the emotional reflection is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience emotional engagement.
48	Discover the beauty of Egypt through every detail		X				Terinspirasi dari keindahan Mesir	X					A change of implicature occurs as the invitation to discover is replaced with a descriptive statement. The call-to-action becomes less direct, slightly weakening audience engagement and interest.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

49	We promised to be back for another adventure			X		Kita janji kembali untuk perjalanan lainnya			X		Pragmatic equivalence is maintained. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience attention.
50	Zellige tiles form intricate geometric patterns	X				Zellige membentuk pola geometris yang rumit	X				Pragmatic equivalence is maintained as the informational content is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest.
51	Mashrabiya allows airflow and privacy	X				Mashrabiya membantu sirkulasi udara dan menjaga privasi	X				Pragmatic equivalence is maintained as the intended information is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

52	It feels like stepping into a private palace					X	Rasanya seperti masuk ke istana pribadi				X	Pragmatic equivalence is maintained as the emotional impression is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest and emotional appeal.
53	The scarf comes in stunning colors	X					Scarf ini hadir dalam berbagai warna menawan	X				Pragmatic equivalence is maintained as the positive evaluation is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience desire.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

54	The Moroccan spice market is colorful								Pasar rempah Morocco itu seperti menampilkan jiwa kuliner negara ini.						A change of implicature occurs, the ST emphasizes the visual attractiveness of the Moroccan spice market through the word “colorful,” whereas the TT highlights its cultural and culinary significance. As a result, the persuasive effect shifts from creating visual appeal to fostering cultural appreciation and curiosity about Moroccan cuisine.
		X								X					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

55	carries the soul of Morocco					X		membawa jiwa Morocco				X	Pragmatic equivalence is maintained as the metaphorical meaning is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest and cultural appeal.
56	A must-have for your Raya look					X		Wajib punya buat look Raya-mu		X			Pragmatic equivalence is maintained as the recommendation is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience desire and purchase intention.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

57	You're not just shopping, you're tasting someone's heritage.					X	Jadi yang kalian beli bukan cuma bumbu, tapi juga warisan cerita.	X					A change of implicature occurs as <i>heritage</i> is translated into <i>warisan cerita</i> . The persuasive appeal shifts from cultural appreciation to storytelling, while audience interest is maintained.
58	We took a short drive					X	Kita melipir sebentar	X					Pragmatic equivalence is maintained. The conversational expression <i>melipir sebentar</i> creates a friendlier tone, slightly strengthening audience engagement.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak mengutipkan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

59	Don't miss the Mashrabiya		X				Ada juga mashrabiya	X				A change of implicature occurs because the directive force in the ST is omitted in the TT. As a result, the persuasive effect becomes weaker.
60	Stay with us		X				Kalian ingin kita eksplor apa lagi?	X				A change of implicature occurs because the communicative intention shifts from encouraging continued engagement to inviting audience participation. Consequently, the persuasive effect is altered.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

61	History isn't just something we admire	X					Sejarah bukan cuma untuk dikagumi	X				Pragmatic equivalence is maintained as the intended message is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest.
62	tell us which architectural detail caught your eye the most	X					coba kasih tau detail arsitektur mana yang paling bikin kalian terpukau	X				Pragmatic equivalence is maintained. The phrase <i>bikin kalian terpukau</i> adds stronger emotional appeal, slightly strengthening audience engagement and interest.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak mengutipkan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

63	We promised you another chapter			X		Seperti yang udah kita janjikan, perjalanan ini belum selesai ❤️			X	X	Pragmatic equivalence is maintained. The addition of ❤️ reinforces emotional connection, slightly strengthening audience engagement.
64	The more we learned, the more we realized something beautiful				X	Semakin kita belajar, semakin terasa indahnya				X	Pragmatic equivalence is maintained as the positive evaluation is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining emotional appeal.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

65	We can't wait to show you why		X		X		Dan kita gak sabar untuk kasih tau alasannya ke kalian		X		X	Pragmatic equivalence is maintained as the excitement and invitation are preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest and engagement.
66	Excited to share what's coming next				X		Masih banyak yang ingin kami ceritakan	X				A change of implicature occurs as the expression of excitement is replaced with a statement about future content. The emotional appeal becomes less explicit, slightly weakening audience anticipation.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

67	Take a closer look at the softer shades		X					Lihat lebih dekat warna-warna yang lebih lembut	X					Pragmatic equivalence is maintained as the invitation to observe the product is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest and engagement.
68	History isn't just something we admire				X			Sejarah bukan cuma untuk dikagumi				X		Pragmatic equivalence is maintained as the intended message is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

69	Before we tell you exactly, let us show you		X				Sebelum kita kasih tau jawabannya, coba tebak dulu		X			A change of implicature occurs as the invitation to observe is translated into an invitation to guess. The communicative intention shifts from showing information to encouraging audience participation, slightly strengthening audience engagement and curiosity.
70	Cairo, day one		X				Hari pertama di Kairo		X			Pragmatic equivalence is maintained as the informational message is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

71	The more we learned, the more we realized something beautiful					X		Semakin kita belajar, semakin indah		X					Pragmatic equivalence is maintained. However, the omission of <i>something</i> slightly reduces the emotional emphasis, while the persuasive effect remains unchanged.
72	From bold, striking colors to softer, understand ones, there's a color for every mood and every moment.					X		Dari warna-warna yang bold dan mencuri perhatian sampai pilihan yang lebih soft dan tenang, ada warna untuk setiap mood dan setiap momenmu.		X					Pragmatic equivalence is maintained. The phrase <i>mencuri perhatian</i> reinforces the appeal of the colors, slightly strengthening audience interest and desire.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

73	Can you imagine the stories these walls have seen? 🧐		X		X		Kebayang gak? Udah berapa banyak cerita yang pernah terjadi di balik dinding-dinding ini? 🧐		X		X	Pragmatic equivalence is maintained as the invitation to imagine and the sense of curiosity are preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest and engagement.
74	Wear it for iftar, tarawih, or Raya gatherings and see how it instantly makes your outfit feel more special,		X				Dipakai untuk acara buka puasa bersama, tarawih, atau silaturahmi saat Raya, scarf ini memberi sentuhan yang membaut outfit terlihat rapi dan anggun.	X				A change of implicature occurs because the direct invitation to use the product is rendered as a descriptive statement. Therefore, the persuasive effect becomes less direct.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

75	Some are deep and statement-making, others feel softer and more subtle.	X					Ada yang bold, ada juga yang lebih lembut dan tenang.	X				Pragmatic equivalence is maintained. The use of the word “ <i>bold</i> ” makes the contrast between the color options more explicit and relatable to TT. As a result, the persuasive effect remains unchanged.
76	Egypt is full of stories and so is this series.	X					Mesir penuh dengan cerita dan scarf ini juga menyimpannya.	X				A change of implicature occurs, the ST presents the series as being full of stories, whereas the TT portrays the scarf as preserving those stories. Although the overall message remains related to storytelling, the implied meaning is altered.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

77	Introducing our Raya Hampers ✨		X			X		Raya Hampers telah hadir ✨		X			X		A change of implicature occurs because the act of introducing a new product is translated into an announcement of availability. As a result, the persuasive effect is slightly weakened.
----	--------------------------------	--	---	--	--	---	--	----------------------------	--	---	--	--	---	--	--



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

78	Each hampers includes a Raya scarf, a matching prayer robe, a coordinated prayer mat, and envelopes.	X						Di dalamnya terdapat scarf Raya, prayer robe, sajadah, serta amplop dengan motif yang selaras.	X					Pragmatic equivalence is maintained because the TT preserves the communicative intention. Furthermore, the phrase “dengan motif yang selaras” highlights the harmony among the items, slightly reinforcing the product’s aesthetic appeal. As a result, the persuasive effect is slightly strengthened.
----	--	---	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	---



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

79	And now, it's finally here.					X					X	Pragmatic equivalence is maintained because the target text preserves the communicative intention. However, the exclamation mark creates a more enthusiastic and promotional tone. As a result, the persuasive effect is slightly strengthened by drawing greater audience attention to the product launch.
----	-----------------------------	--	--	--	--	---	--	--	--	--	---	---



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

80	Egypt series is now available to shop on our Website, App, and in every line.	X					Egypt series sudah bisa kamu dapatkan melalui Website, App, dan juga di seluruh store Buttonsarves	X					Pragmatic equivalence is maintained because both texts inform readers about product availability and encourage purchase. Therefore, the persuasive effect remains unchanged.
81	Ramadan brings out the most beautiful moments in you.				X		Ramadan selalu menghadirkan versi terbaik dari dirimu.				X		Pragmatic equivalence is maintained because the TT preserves the positive message conveyed in the ST. The phrase “ <i>versi terbaik dari dirimu</i> ” creates a more personal and engaging tone, strengthening the persuasive effect.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak mengugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

82	Graceful, timeless, and made to accompany you through every prayer this Ramadan. ✨	X				Anggun, timeless, dan siap menemanimu di setiap momen Ramadan ini.	X				Pragmatic equivalence is maintained. However, the omission of the emoji slightly reduces the expressive tone of TT.
83	A beautiful way to honour prayer, connection, and celebration.	X		X		Pilihan hadiah yang menyempurnakan momen ibadah, kebersamaan, dan perayaan di hari penuh arti. ✨	X			X	Pragmatic equivalence is maintained because the TT preserves the communicative intention of presenting the product. Furthermore, the addition of the emoji and the phrase <i>hari penuh arti</i> creates a more appealing and festive tone. As a result, the persuasive effect is slightly strengthened by enhancing the product's emotional and aesthetic appeal.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

84	The scarf features a lotus detail as reminiscent of our Egypt Series	X						Detail lotus pada scarf terinspirasi dari Egypt Series	X					Pragmatic equivalence is maintained as the intended reference to the Egypt Series is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest.
85	Egypt Series in Peacock and Sinai	X						Ini dia Egypt Series in Peacock dan Sinai	X					Pragmatic equivalence is maintained. The phrase <i>ini dia</i> creates a more engaging introduction, slightly strengthening audience attention.
86	The pattern is filled with meaningful detail	X						Detail motif yang penuh arti dan makna	X					Pragmatic equivalence is maintained. The phrase <i>penuh arti dan makna</i> adds emphasis, slightly strengthening audience interest and desire.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

87	Which color would you pick	X						Kalau kamu, pilih warna yang mana?	X					Pragmatic equivalence is maintained. The conversational phrase <i>kalau kamu</i> creates a friendlier tone, slightly strengthening audience engagement and interest.
88	Ramadan is just around the corner.	X						Ramadan sudah semakin dekat.	X					Pragmatic equivalence is maintained as the intended message is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience attention.
89	This Egypt series is a reflection of everything we witnessed, felt, and carried home	X						Egypt Series lahir dari apa yang kita lihat dan rasakan di sana	X					Pragmatic equivalence is maintained. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest and emotional appeal.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

90	It's a statement piece that carries culture, elegance, and character.	X						Ini adalah statement piece yang membawa keanggunan dan karakter dalam setiap sisinya.	X					A change of implicature occurs as the cultural element is omitted in the target text. The persuasive appeal shifts from cultural value to aesthetic value, slightly weakening audience interest.
91	You've known all the facts about the Blue Lotus of Egypt, right?	X						Kalian udah tau kan semua fakta tentang Blue Lotus?	X					Pragmatic equivalence is maintained as the audience engagement is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

92	That Beautiful flower also appears in this Egypt Series scarf 	X					Bunga cantik ini juga ada di motif scarf Egypt Series, lho!	X				Pragmatic equivalence is maintained. The addition of <i>lho</i> creates a friendlier and more engaging tone, slightly strengthening audience interest and engagement.
93	We're exploring a destination where history isn't distant, it's part of everyday life.	X					Kita akan mengeksplor sebuah tempat dimana sejarah bukan cuma cerita lama, tapi benar-benar hidup dalam keseharian.	X				Pragmatic equivalence is maintained. The phrase <i>benar-benar hidup dalam keseharian</i> reinforces the message, slightly strengthening audience interest.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

94	A journey unlike any other					X					X	Pragmatic equivalence is maintained as the positive evaluation is preserved. The persuasive effect remains unchanged, maintaining audience interest and emotional appeal.
95	Now we're finally talking about the flavours of Morocco.	X								X		Pragmatic equivalence is maintained because the TT preserves the idea of the ST. Therefore, the persuasive effect remains unchanged.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak mengutipkan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

96	The intricate details bring a sense of harmony and elegance	X					Detailnya yang indah menghadirkan kesan harmonis dan elegan	X					Pragmatic equivalence is maintained. The addition of <i>indah</i> reinforces the positive evaluation, slightly strengthening audience desire.
97	The Moroccan Series move with you.	X					Moroccan Series menemani setiap langkah	X					Pragmatic equivalence is maintained; Therefore, the persuasive effect remains unchanged.
98	Moments of prayer feel even more serene with the Moroccan Prayer Robe.	X					Momen ibadah terasa lebih tenang dengan Moroccan Prayer Robe.	X					Pragmatic equivalence is maintained; Therefore, the persuasive effect remains unchanged.
99	It comes in a range of stunning colors to choose from.	X					Hadir dalam berbagai pilihan warna yang memukau.	X					Pragmatic equivalence is maintained; Therefore, the persuasive effect remains unchanged.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan...
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

10 0	One last stop before we say goodbye to this beautiful place.	X					Sebelum menutup perjalanan ini, kita sempat mampir ke satu tempat terakhir.	X					Pragmatic equivalence is maintained. However, the omission of <i>beautiful</i> slightly reduces the emotional appeal, slightly weakening audience interest.
---------	--	---	--	--	--	--	---	---	--	--	--	--	---

