



© 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



**TRANSLATION SHIFT, ACCURACY AND ACCEPTABILITY
OF ILLOCUTIONARY ACTS IN CAPTIONS OF @MERCHE.ID**

BACHELOR'S THESIS

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Taltha Amelia
2208411009

**ENGLISH FOR BUSINESS AND PROFESSIONAL
COMMUNICATION STUDY PROGRAM
BUSINESS ADMINISTRATION
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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PRONOUNCEMENT

I, the undersigned:

Student Name : Taltha Amelia
Student ID : 2208411009
Study Program : English for Business and Professional Communication
(BISPRO)
Thesis Title : Translation Shift, Accuracy and Acceptability of Illocutionary Acts
in Captions of @merche.id

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, 7 July 2026
The declarant



Taltha Amelia
2208411009



Hak Cipta :

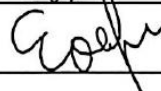
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 : Taltha Amelia
Student ID : 2208411009
Study Program : English for Business and Professional Communication
(BISPRO)
Thesis Title : Translation Shift, Accuracy and Acceptability of Illocutionary Acts
in Caption of @merche.id

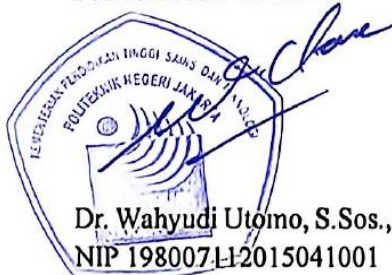
It has been examined by the Board of Thesis Examiners on 17 June 2026 and decided
"PASSED"

Board of Thesis Examiners		Signature
Head of Examiner & Examiner 1	: Septina Indrayani, S.Pd., M.TESOL	
Examiner 2	: Prof. Dr. Dra. Ina Sukaesih, Dipl. TESOL	
Examiner 3	: Eky Erlanda Edel, S.Pd., M.Pd.	

Under the supervision of Board of Thesis Supervisors

Board of Thesis Supervisors		Signature
Supervisor	: Septina Indrayani, S.Pd., M.TESOL	

Legalized by:
Head of Department
Business Administration



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

Depok, 07 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 be to Allah SWT, for the endless blessings and grace that enabled the researcher to complete this thesis entitled "Translation Shift, Accuracy, Acceptability of Illocutionary Acts in Captions of @merche.id". This thesis is prepared as part of the requirements for earning an Applied Bachelor's degree in the English for Business and Professional Communication Study Program. The researcher realizes that it would be incredibly difficult to complete this thesis without the invaluable support and guidance from various parties. Therefore, the researcher would like to express sincere gratitude to:

1. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si., as the Head of Business Administration Department at Politeknik Negeri Jakarta;
2. Farizka Humolungo, S.Pd., M.A., as the Head of English for Business and Professional Communication (BISPRO) Study Program;
3. Septina Indrayani, S.Pd., M. TESOL., as the Advisor's, for her invaluable guidance, continuous support, constructive suggestions, and insightful feedback throughout the research process, which greatly contributed to the completion and improvement of this thesis;
4. Prof. Dr. Dra. Ina Sukaesih, Dipl. TESOL., M.M., M.Hum., for serving as the examiner of this research and for her valuable comments, constructive suggestions, and insightful feedback, which greatly contributed to the improvement and completion of this thesis;
5. Eky Erlanda Edel, S.Pd., M.Pd., for serving as one of the raters in this research and for her invaluable guidance, encouragement, and continuous support as the Academic Advisor of BISPRO Class A, Batch 2022;
6. Dr. Dra. Lenny Brida, Dipl. TESOL., M.Psi., M.Hum., for serving as one of the raters in this research and for her valuable time, expertise, and insightful evaluation in assessing the translation quality of the data;
7. The researcher's parents, Akhyar and Marneli, for their endless love, prayers, sacrifices, patience, and unwavering moral and emotional support. Their constant encouragement has been the greatest source of strength throughout the completion of this thesis.



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. The researcher's sister, Rahmi Putri Juliyar, for her love, encouragement, understanding, and continuous support during the process of completing this thesis.
9. All classmates in Bispro 8A who have studied and walked through the ups and downs together throughout these four years and always given information sharing during this study.
10. My dearest friends, especially Putri Fauziah, Pradna Aulia and Meisha Larasati, thank you for staying by my side through the hard times, sharing your valuable thoughts and feedback, and simply making this whole thesis journey more enjoyable.
11. Henny and Balqis, the researcher's seniors from the BISPRO Class of 2021, for their generous support, valuable advice, insightful suggestions and encouragement throughout the process of writing this thesis.
12. Lastly, the researcher would like to express sincere gratitude to the student from Universitas Mercu Buana with ID Student 41822010106, thank you for always being there, offering endless support, and keeping me motivated every single day throughout this writing process.

The researcher hopes that this thesis will be a useful contribution to the field of translation studies and may serve as a reference and source of inspiration for future researchers.

Depok, 10 July 2026

Taltha Amelia



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 mengumunkan 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 : Taltha Amelia
Student ID : 2208411009
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:

**TRANSLATION SHIFT, ACCURACY AND ACCEPTABILITY OF
ILLOCUTIONARY ACTS IN CAPTIONS OF @MERCHE.ID**

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
Declared by :

(Taltha Amelia)

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

Taltha Amelia. English for Business and Professional Communication Study Program. Translation shift, accuracy and acceptability of illocutionary acts in captions of @merche.id

This study examines Instagram's automatic translation of English-language captions from the local fashion brand @merche.id, focusing on the types of illocutionary acts, the translation shifts that occur during the translation process, and the resulting quality in terms of accuracy and acceptability. A descriptive qualitative approach was employed, drawing on Searle's (1976) taxonomy of illocutionary acts, Catford's (1965) translation shift theory, and Nababan et al.'s (2012) translation quality assessment model. The data consisted of 115 sentences drawn from 40 Instagram captions published between December 2025 and March 2026, along with their automatic Indonesian translations generated by the platform. A Focus Group Discussion involving qualified bilingual raters was conducted to assess translation quality. The findings revealed that Directive acts were the most dominant illocutionary type, reflecting the persuasive orientation of marketing captions. In terms of translation shifts, Structure Shift was the most frequent type across all illocutionary act categories, with Double Translation Shift as the most common pattern. Regarding translation quality, the average accuracy score was 2.55 and the average acceptability score was 2.52, both placing the translations at the borderline between less accurate and accurate categories. The findings demonstrate that Structure Shift is the most translation-neutral type, while Level Shift consistently produces the most damaging quality outcomes, particularly when applied to idiomatic and brand-specific expressions. The type of illocutionary act involved further moderates the impact of each shift on translation quality.

Keywords: illocutionary acts, translation shift, translation accuracy, translation acceptability, Instagram automatic translation @merche.id account.



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

Taltha Amelia. Program Studi Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional. Translation shift, accuracy and acceptability of illocutionary acts in captions of @merche.id

Penelitian ini mengkaji terjemahan otomatis Instagram terhadap caption berbahasa Inggris dari merek fashion lokal @merche.id, dengan fokus pada jenis tindak ilokusi, pergeseran terjemahan yang terjadi dalam proses penerjemahan, serta kualitas terjemahan dari aspek keakuratan dan keberterimaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menerapkan taksonomi tindak ilokusi Searle (1976), teori pergeseran terjemahan Catford (1965), dan model penilaian kualitas terjemahan Nababan et al. (2012). Data penelitian terdiri atas 115 kalimat yang diambil dari 40 caption Instagram yang diterbitkan antara Desember 2025 hingga Maret 2026 beserta terjemahan otomatis berbahasa Indonesia yang dihasilkan oleh platform tersebut. Focus Group Discussion bersama rater bilingual yang berkualifikasi dilakukan untuk menilai kualitas terjemahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindak Direktif merupakan jenis ilokusi yang paling dominan, mencerminkan orientasi persuasif dari caption pemasaran. Dari aspek pergeseran terjemahan, Structure Shift merupakan jenis yang paling banyak ditemukan di seluruh kategori tindak ilokusi, dengan Double Translation Shift sebagai pola yang paling umum. Dari aspek kualitas terjemahan, skor rata-rata keakuratan adalah 2,55 dan skor rata-rata keberterimaan adalah 2,52, keduanya menempatkan terjemahan pada batas antara kategori kurang akurat dan akurat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Structure Shift merupakan jenis pergeseran yang paling netral terhadap kualitas terjemahan, sedangkan Level Shift secara konsisten menghasilkan dampak paling merugikan, terutama ketika diterapkan pada ekspresi idiomatis dan terminologi khusus merek. Jenis tindak ilokusi yang terlibat turut memoderasi dampak setiap pergeseran terhadap kualitas terjemahan.

Kata kunci: tindak tutur ilokusi, pergeseran terjemahan, keakuratan terjemahan, keberterimaan terjemahan, terjemahan otomatis Instagram akun @merche.id.



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

TABLE OF CONTENTS

COVER	i
PRONOUNCEMENT	ii
LEGITIMATION	iii
PREFACE	iv
CONSENT OF THESIS PUBLICATION FOR ACADEMIC INTEREST	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
TABLE OF CONTENTS	ix
LIST OF TABLES	xii
LIST OF FIGURES	xiv
CHAPTER I INTRODUCTION.....	1
1.1 Background of the Study	1
1.2 Statement of the Problems	5
1.3 Objectives of the Study	5
1.4 Limitation of the Study	5
1.5 Significances of the Study	6
CHAPTER II LITERATURE REVIEW	7
2.1 Theoretical Review	7
2.1.1 Pragmatics	7
2.1.2 Illocutionary Acts	8
2.1.3 Translation	14
2.1.4 Translation Shift	14
2.1.5 Translation of Quality Assessment	22



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

2.1.6 Instagram	26
2.2 Relevant Studies	27
2.3 Theoretical Framework.....	30
CHAPTER III RESEARCH METHOD	32
3.1 Research Design	32
3.2 Data.....	33
3.3 Data Source.....	33
3.4 Sampling Technique	34
3.5 Data Collection Technique	35
3.5.1 Content Analysis	35
3.5.2 Focus Group Discussion (FGD).....	35
3.6 Data Validity.....	36
3.6.1 Triangulation of Data Source	36
3.6.2 Methodological Triangulation.....	37
3.7 Data Analysis Techniques	37
3.7.1 Domain Analysis	37
3.7.2 Taxonomic Analysis.....	38
3.7.3 Componential Analysis	39
3.7.4 Cultural Theme Analysis.....	41
CHAPTER IV RESULT AND DISCUSSION	42
4.1 Type of Illocutionary Acts.....	42
4.1.1 Results of Illocutionary Acts.....	42
4.2 Translation Shifts.....	49
4.2.1 Results of Translation Shifts	49
4.3 Translation Quality: Accuracy.....	58



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.3.1 Results of Accuracy.....	58
4.4 Translation Quality: Acceptability	62
4.4.1 Results of Acceptability	62
4.5 Discussion of Illocutionary Acts, Translation Shift, Accuracy and Acceptability.....	66
CHAPTER V CLOSING.....	76
5.1 Conclusion.....	76
5.2 Suggestion.....	77
BIBLIOGRAPHY	79
CURRICULUM VITAE.....	83
APPENDIX.....	84

**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 TABLES

Table 2. 1 Characteristics of Assertive Speech Acts.....	9
Table 2. 2 Characteristics of Directive Speech Acts.....	10
Table 2. 3 Characteristics of Commissive Speech Acts.....	11
Table 2. 4 Characteristics of Expressive Speech Acts	12
Table 2. 5 Characteristics of Declarative Speech Acts	13
Table 2. 6 Classification of Level Shift	16
Table 2. 7 Classification of Structure Shift.....	18
Table 2. 8 Classification of Class Shift.....	19
Table 2. 9 Classification of Unit Shift	20
Table 2. 10 Classification of Intra-system Shift	21
Table 2. 11 The Rating Scale of Translation Accuracy	24
Table 2. 12 The Rating Scale of Translation Acceptability	25
Table 2. 13 The Rating Scale of Translation Readability	25
Figure 2. 1 Personal Doc: Theoretical Framework.....	31
Table 3. 1 Data Inclusion and Exclusion Criteria	34
Table 3. 2 Worksheet of Domain Analysis	38
Table 3. 3 Worksheet of Taxonomic Analysis.....	39
Table 3. 4 Worksheet of Componential Analysis	40
Table 4. 1 Frequency of Illocutionary Acts	42
Table 4. 2 Examples of Assertive Acts	43
Table 4. 3 Examples of Directive Acts	44
Table 4. 4 Examples of Expressive Acts.....	45
Table 4. 5 Examples of Commissive Acts	46
Table 4. 6 Examples of Declarative Acts.....	47
Table 4. 7 Frequency of Translation Shift Types.....	49
Table 4. 8 Frequency of Double Translation Shift.....	50
Table 4. 9 Frequency of Single Translation Shift	56
Table 4. 10 Distribution of Accuracy Scores	59
Table 4. 11 Examples of Accurate Translations (Score 3).....	59
Table 4. 12 Examples of Less Accurate Translations (Score 2)	60



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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Table 4. 13 Examples of Inaccurate Translations (Score 1)	61
Table 4. 14 Distribution of Acceptability Scores.....	62
Table 4. 15 Examples of Acceptable Translations (Score 3)	63
Table 4. 16 Examples of Less Acceptable Translations (Score 2).....	64
Table 4. 17 Examples of Unacceptable Translations (Score 1)	65
Table 4. 18 Componential Analysis of Illocutionary Acts, Translation Shifts, and Translation Quality.....	66





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 Personal Doc: Theoritical Framework.....	31
--	----





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

Language in digital communication serves not only to convey information but also to perform communicative functions. On social media platforms such as Instagram, captions accompany visual content to attract attention, deliver messages, and establish interaction between brands and their audiences. According to Cook (2001), advertising language is strategically designed to influence how people think and respond, while Kress and van Leeuwen (2006) argue that written language plays a central role in constructing meaning within multimodal communication. For example, a caption such as *"Don't miss out, grab yours now!"* does not merely provide information about a product but also urges the audience to take immediate action, demonstrating how language functions persuasively within a multimodal context. Therefore, Instagram captions should be viewed as purposeful communicative texts rather than merely complementary descriptions of visual content.

In contrast to conventional written texts, Instagram captions are intentionally constructed to achieve particular communicative purposes, such as introducing products, encouraging purchases, inviting audiences to participate in promotional campaigns, expressing appreciation to customers, or announcing special events. These communicative purposes can be explained through Searle's (1976) theory of illocutionary acts, which proposes that every utterance performs a social action beyond its literal meaning. As Instagram continues to grow as one of the world's leading digital marketing platforms, the communicative function of captions has become increasingly important. DataReportal reported that Instagram had more than two billion monthly active users worldwide, while Indonesia accounted for over 106 million users, making it one of the platform's largest markets (Kemp, 2024a; Kemp, 2024b). Consequently, captions have become an essential medium through which brands communicate with potential consumers.



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

One Indonesian fashion brand that actively employs this strategy is @merche.id, which consistently publishes its Instagram captions in English despite targeting predominantly Indonesian consumers. While this language choice reflects a modern and global brand identity, many followers rely on Instagram's automatic translation feature to understand the captions. Consequently, the effectiveness of communication depends not only on the original English caption but also on whether its intended communicative function is successfully conveyed in the Indonesian translation. This issue becomes evident when the caption "*Drop mercifrommerché if you ready for celebrate with us because we have something for you!*" is automatically translated as "*Tinggalkan mercifrommerché jika Anda siap untuk merayakan bersama kami karena kami memiliki sesuatu untuk Anda!*" In this context, the expression *drop mercifrommerché* is intended to encourage users to comment or type the campaign name as part of a promotional activity. However, the automatic translation renders *drop* literally as *tinggalkan* ("leave"), resulting in a message that instructs users to abandon the campaign rather than participate in it. Consequently, the translated caption no longer conveys the same illocutionary function as the source text, indicating that the intended message is not successfully transferred to the target audience.

Translation involves not only transferring linguistic forms from one language to another but also preserving the communicative purpose of the source text. Hatim and Mason (1997) emphasize that successful translation should maintain both the meaning and the communicative function of the source text for the target audience. As illustrated in the caption example discussed above, the inaccurate translation can be explained by integrating the three theoretical perspectives employed in this study. From a pragmatic perspective, Searle (1976) argues that every utterance performs an illocutionary act, meaning that language is used not only to express meaning but also to accomplish a communicative purpose. In the example above, the original caption functions as a directive illocutionary act because it encourages readers to participate in the campaign. However, when the caption is translated, changes occur in how certain words and expressions are interpreted and rendered in the target

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

language. In this case, the word drop, which in the original context means to post or type something in the comment section, is translated literally as tinggalkan ("leave"), which carries a different meaning in Indonesian. As a result, the translated sentence conveys an unintended message that contradicts the original intention. This example demonstrates that translation may alter not only the linguistic form of an utterance but also its intended communicative function when contextual meaning is not successfully transferred. Since the primary concern is whether the communicative function is successfully maintained after translation, it is necessary to evaluate the quality of the translated captions. According to Nababan et al. (2012), translation quality can be assessed through accuracy and acceptability, which indicate whether the intended meaning is successfully transferred and naturally expressed in the target language. By integrating these three perspectives, this study investigates how translation shifts influence the realization of illocutionary acts and how these linguistic changes ultimately affect the quality of Instagram's automatic translation.

Previous studies have extensively discussed the quality of machine translation and the translation of social media texts. Ningrum (2022) reported that Instagram's automatic translation frequently produced inaccurate translations, particularly when translating idiomatic expressions. In terms of illocutionary function, Dewi (2021) found that captions on an Instagram online shopping account were dominated by directive and expressive illocutionary acts, which were used to influence the audience to take a desired action, further confirming the persuasive nature of Instagram captions in marketing contexts. Similarly, Mustofa, Hasyim, and Priambodo (2025) found that literal translation dominated Instagram's translation output, resulting in translations with low acceptability. Meanwhile, Swarniti (2022) demonstrated that communicative translation strategies could improve acceptability, and Fazriani (2026) confirmed that literal translation remained the dominant approach in translating informal and persuasive Instagram captions. Collectively, these studies indicate that automatic translation still encounters considerable challenges in producing high-quality translations for digital marketing 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

Despite these valuable findings, several issues remain insufficiently explored. Most previous studies have primarily evaluated translation quality without investigating the linguistic changes that cause variations in translation quality. Consequently, they explain whether a translation is accurate or acceptable but provide limited explanation of why such quality outcomes occur. Furthermore, studies examining illocutionary acts generally focus on identifying communicative functions without relating them to the translation process, whereas studies on translation shifts rarely investigate how linguistic changes influence the realization of communicative functions. As a result, the relationship among illocutionary acts, translation shifts, and translation quality has not yet been comprehensively examined.

Based on these research gaps, this study integrates Searle's (1976) theory of illocutionary acts, Catford's (1965) theory of translation shifts, and Nababan et al.'s (2012) translation quality assessment model. Searle's theory is employed to identify the communicative functions performed by the captions, Catford's framework is used to explain the linguistic shifts occurring during the translation process, and Nababan et al.'s model is applied to evaluate whether those shifts influence translation quality in terms of accuracy and acceptability. By combining these three perspectives, this study seeks to explain not only whether the communicative function of Instagram captions is preserved in automatic translation, but also how linguistic changes contribute to the quality of the translated text. Therefore, this study is expected to provide a more comprehensive understanding of the relationship between translation shifts, illocutionary acts, and translation quality in Instagram's automatic translation of @merche.id captions.

The analysis focuses on forty English-language captions published on the official Instagram account of @merche.id between December 2025 and March 2026. This period includes several major promotional campaigns, such as year-end marketing events, the launch of the *mercifrommerché* campaign, new product releases, store openings, and the brand's ninth anniversary, all of which contain communicative utterances intended to engage consumers. Employing a descriptive qualitative approach, this study investigates the types of illocutionary acts performed in 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

captions, the translation shifts occurring in their automatic Indonesian translations, and the extent to which those shifts influence translation quality in terms of accuracy and acceptability.

1.2 Statement of the Problems

Based on the background above, the research problems are formulated as follows:

1. What types of illocutionary acts are found in the captions based on Searle's (1976) classification?
2. What types of translation shifts occur in Instagram's automatic translation of @merche.id captions based on J. C. Catford's (1965)?
3. How is the translation quality evaluated in terms of accuracy and acceptability based on Nababan et al. (2012)?

1.3 Objectives of the Study

The objectives of this study are:

1. To classify the types of illocutionary acts found in the captions.
2. To analyze the types of translation shifts occurring in Instagram's automatic translation.
3. To analyze the translation quality based on the aspects of accuracy and acceptability

1.4 Limitation of the Study

To ensure the focus of the study, several limitations are applied:

1. This study focuses on 40 Instagram captions from @merche.id published between December 2025 and March 2026.
2. The data consist of English captions as the source language and their Indonesian translations generated by Instagram's automatic translation feature.
3. The unit of analysis in this study is limited to the sentence level within the captions, as sentences constitute complete units of communication. Furthermore, the sentences used contain illocutionary acts, meaning that only utterances with communicative intent are included.



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. The analysis of translation shift is based on the theory proposed by J. C. Catford's (1965).
5. The evaluation of translation quality is based on Nababan et al. (2012), focusing on accuracy and acceptability.
6. This study focuses on translation output and does not examine the internal mechanism of the automatic translation system.

1.5 Significances of the Study

The significances of this research are categorized as follows:

1. Theoretical Significance

This study provides a deeper insight into the relationship between translation shift, communicative function, and translation quality within the framework of translation studies. It provides a deeper understanding of how translation shift influences not only linguistic form but also communicative function and translation quality. Furthermore, this study enriches research in translation pragmatics, particularly in the context of automatic translation in digital media.

2. Practical Significance

This study provides practical insights for digital marketers, translators, and social media users. For brand owners, the findings can be used to evaluate how automatic translation affects the effectiveness of marketing messages. For users, this study increases awareness of the limitations of automatic translation and encourages more critical interpretation of translated 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

CHAPTER V CLOSING

5.1 Conclusion

This study shows that the captions of @merche.id mainly function as persuasive communication rather than only providing product information. The dominance of directive utterances indicates that the brand consistently encourages its audience to take specific actions, such as exploring products, joining campaigns, or making purchases. This finding suggests that persuasion is the main communicative purpose of the captions.

The findings also indicate that automatic translation often adjusts the grammatical form of the source text to match Indonesian language structures. These adjustments occur because English and Indonesian have different grammatical systems, especially in phrase construction. In many cases, more than one adjustment is needed in a single translation, which shows that automatic translation frequently modifies several language elements at once to produce a grammatically appropriate target text.

In terms of translation quality, the automatic translation generally succeeds in conveying the main message of the original captions and produces translations that are understandable and acceptable in Indonesian. However, the translation becomes less effective when the captions contain idiomatic expressions, brand-specific terms, or informal social media language. In such cases, the intended meaning, emotional tone, and persuasive effect are often reduced, resulting in translations that sound less natural or less precise.

The relationship between illocutionary acts, translation shifts, and translation quality demonstrates that translation quality cannot be determined solely by the occurrence of translation shifts. Rather, it depends on whether the shift preserves the intended message and the illocutionary force of the source text. Structural shifts generally maintain translation quality because they primarily accommodate grammatical differences between English and Indonesian without altering 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

communicative function. In contrast, translations involving idiomatic expressions, brand-specific terms, or context-dependent expressions are more likely to experience reductions in accuracy and acceptability when the intended communicative function is not successfully conveyed in the target language.

This study indicates that Instagram's automatic translation can produce grammatically acceptable translations for relatively simple marketing captions. However, it still has limitations in maintaining persuasive intention, emotional appeal, and brand identity, especially in captions that use contextual, idiomatic, or culturally specific language. Therefore, although automatic translation can support communication across languages, it cannot always maintain the communicative effectiveness needed in digital marketing content.

5.2 Suggestion

Based on the findings of this study, several suggestions are proposed for future researchers, brand owners and digital marketers, social media copywriters, and translators.

Future researchers are encouraged to expand the scope of this study by examining a larger dataset, involving various brands or industries, and comparing different automatic translation platforms. Further studies may also include additional aspects of translation quality to provide a more comprehensive understanding of how automatic translation performs in digital marketing contexts.

For brand owners and digital marketers, the findings suggest that automatic translation should be used with careful consideration, particularly for promotional captions containing idiomatic expressions, campaign-specific terms, or informal language. Conducting a manual review before publishing multilingual marketing content may help ensure that the intended message, persuasive purpose, and brand identity are maintained across languages.

For social media copywriters, it is recommended to consider how captions may be interpreted through automatic translation when targeting multilingual audiences.



© 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

Writing captions with clearer contextual information and avoiding highly ambiguous expressions can help preserve the intended meaning and persuasive effect without reducing the brand's distinctive voice.

For translators and language practitioners, this study highlights the importance of paying attention to the communicative purpose of marketing captions rather than focusing solely on literal meaning. Preserving the intended message, emotional appeal, and persuasive function is essential to produce translations that remain effective and natural for the target audience.





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

BIBLIOGRAPHY

- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- Adipta, H., & Amilia, I. K. (2022). Translation shifts in The Social Dilemma movie subtitle. *IJEAL (International Journal of English and Applied Linguistics)*, 2(3), 369–378.
- Adriati, R., Nur, F. D., & Rolianti, M. (2023). An analysis of translation shift in English-Indonesian translation of Eragon movie. *Journal of English Language and Literature*, 8(2), 251–260. <https://doi.org/10.37110/jell.v8i2.191>
- Aresta, R., Nababan, M. R., & Djatmika. (2018). The influence of translation techniques on the accuracy and acceptability of translated utterances that flout the maxim of quality. *Humaniora*, 30(2), 176–191. <https://doi.org/10.22146/jh.v30i2.33645>
- Catford, J. C. (1965). *A linguistic theory of translation*. Oxford University Press.
- Cook, G. (2001). *The discourse of advertising* (2nd ed.). Routledge.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan, Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Crystal, D. (2006). *Language and the internet* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Dewi, C. W. (2021). An analysis of illocutionary and perlocutionary speech acts of an Instagram online shopping account. *PROJECT (Professional Journal of English Education)*, 4(3), 353–359.
- Fazriani, L. (2026). Translation Techniques Used In Translating Fiersa Besari's Instagram Captions. *Argopuro: Jurnal Multidisiplin Ilmu Bahasa*. 12(2), 1-10. <https://cibangsa.com/index.php/argopurojournal/article/view/7450>
- George Yule. (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

Henny, H., Humolungo, F., & Abdillah, T. E. (2025). Analysis of acceptability aspect and translation techniques of illocutionary force on the Traveloka website. *Proceedings of International Seminar of Bispro*, 3, 181–188.

Kemp, S. (2024a). *Digital 2024: Global Overview Report*. DataReportal. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

Kemp, S. (2024b). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.

Kristanto, N., & Wijayanto, A. (2017). ILLOCUTIONARY ACTS IN KUNG FU PANDA MOVIE SUBTITLE: THEIR TRANSLATION METHODS AND QUALITY.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications. [1]

Mas, F. C., & Anis, M. Y. (2024). The effect of applying Arabic translation techniques on the translation quality assessment of Al Jazeera captions on TikTok social media. *Arabiyatuna: Jurnal Bahasa Arab*, 8(2), 509–536. <https://doi.org/10.29240/jba.v8i2.10703>

Maula, N. (2020). *Category shift translation in Toy Story 4 subtitles from English into Indonesian* [Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang].

Molina, L., & Albir, A. H. (2002). Translation techniques revisited: A dynamic and functionalist approach. *Meta*, 47(4), 498–512.

Munday, J. (2016). *Introducing translation studies: Theories and applications* (4th ed.). Routledge.

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

Mustofa, A. Z., Hasyim, N., & Priambodo, S. (2025). Analysis Of Translation Methods And Quality Of Illocutionary Acts In Instagram's Automatic Translations Of @Folkative Captions. *LinguAmerta*, 2(1), 18–25. <https://doi.org/10.32722/jla.v2i1.7833>

Nababan, M. R., Nuraeni, A., & Sumardiono. (2012). Pengembangan model penilaian kualitas terjemahan. *Kajian Linguistik dan Sastra*, 24(1), 39–57.

Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. Prentice Hall.

Nida, E. A., & Taber, C. R. (1969). *The theory and practice of translation*. Brill.

Ningrum, D. (2022). Comparing Google Translate and Instagram English Translations of Captions. *Journal of English Language and Literature Teaching*, 6(1), 88–101. <https://doi.org/10.53682/jellt.v7i2.4865>

O'Hagan, M., & Mangiron, C. (2013). *Game localization: Translating for the global digital entertainment industry*. John Benjamins.

Pratiwi, A., Mubarak, Z., Maulani, A., & Suparno, D. (2025). The effect of translation techniques on the quality assessment of TikTok captions @IqraaMedia. *Aphorisme: Journal of Linguistics, Literature, and Education*, 6(2), 120–135.

Purnami, A. A. A. (2025). Assertive acts in digital communication of BTS Instagram captions. *Elysian Journal of English Studies*, 5(1), 10–18.

Putri, N. S. (2017). Tingkat keakuratan dan keberterimaan terjemahan kalimat yang mengakomodasi tindak tutur komisif pada novel Insurgent. *Widyaparwa*, 45(2), 151–164. <https://doi.org/10.26499/wdprw.v45i2.218>

Putri, Z. A., & Sari, R. P. (2024). The illocutionary acts and translation techniques in *Orion and the Dark*. *International Journal of Computer in Humanities*, 4(1), 34–43.

RSIS International. (2024). Illocutionary speech acts in President Jokowi's Instagram captions. *International Journal of Research and Scientific Innovation*, 11(3),



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

83–103. <https://rsisinternational.org/journals/ijrsi/digital-library/volume-11-issue-3/83-103.pdf>

Santosa, R. (2021). *Dasar-Dasar Metode Penelitian Kualitatif Kebahasaan*. UNS Press.

Sari, D. A. (2022). *Illocutionary acts analysis on Instagram caption in verified account* (thesis). Institut Agama Islam Negeri Kediri.

Searle, J. R. (1976). A classification of illocutionary acts. *Language in Society*, 5(1), 1–23. <https://doi.org/10.1017/S0047404500006837>

Serinastity, G., Mubarak, M. Z., Saehudin, A., Suparno, D., & Fathalah, F. M. (2025). Measuring the technique and quality of Instagram caption auto-translation to improve @alarabiya account translation results. *Al-Ta'rib: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa Arab UIN Palangka Raya*, 13(2), 351–370. <https://doi.org/10.23971/altarib.v13i2.10410>

Simamora, Naomi & Siregar, Asrul & Kudadiri, Amhar. (2024). TINDAK TUTUR ILOKUSI PADA CAPTION AKUN INSTAGRAM @JOKOWI. *Basastra: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*. 12. 53. [10.20961/basastra.v12i1.83076](https://doi.org/10.20961/basastra.v12i1.83076).

Smith, B. (2011). Searle's new construction of social reality. *Analysis*, 71(4), 706–711. <https://doi.org/10.1093/analys/anr085>

Spradley, J. P. (1980). *Participant observation*. Holt, Rinehart and Winston.

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Susilo, M. O. (2026). Illocutionary acts in the Instagram captions of Taylor Swift's Eras Tour promotions. *Kata Kita*, 14(1), 91–96.

Swarniti, N. W. (2022). Translation Of Wise Words Found In Instagram Captions. *Proceedings: Linguistics, Literature, Culture and Arts International Seminar (LITERATES)*, 39–47.

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



Taltha Amelia

Jakarta, Indonesia

talthaamel@gmail.com

Taltha Amelia is a student in the English for Business and Professional Communication program within the Business Administration Department at Politeknik Negeri Jakarta.

Taltha interned at BPJS Ketenagakerjaan Head Office across the Finance Division and the Service Policy and Program Division, where Taltha managed meeting schedules and correspondence, handled physical and digital document archiving, conducted inventory checks, compiled employee KPI data, and assisted in translating business documents from English into Indonesian. In her final internship during the seventh semester, Taltha worked at Astra Credit Companies, Pondok Cabe Branch, as a Customer Retention Canvassing intern, contacting prospective customers, offering products, and recapitulating customer contact data to support the follow-up process. Beyond her professional experience, Taltha actively contributed to organizational activities, serving as a Staff member of the Advocacy Department at the Student Executive Board and the Research and Socio-Political Strategy Division at the Business Administration Student Association.

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

APPENDIX

No	Source Language	Target Language	Illocutionary Acts by Searle (1976)	Translation Shift by J. C. Catford (1965)					Translation Quality by Nababan et. al (2012)	
				Level Shift	Structure Shift	Class Shift	Unit Shift	Intra-system Shift	Accuracy	Acceptability
D. 1	<i>Merci from merché is finally back!!!</i>	Terima kasih dari merché akhirnya kembali!	Assertive	☐	☒	☐	☐	☐	1	1
D. 2	<i>mercifrommerché has always been about saying thank you to everyone who works hard, takes a pause, and appreciates life's little joys</i>	mercifrommerché selalu tentang mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang bekerja keras, mengambil jeda, dan menghargai kegembiraan kecil dalam hidup	Assertive	☒	☒	☐	☐	☐	3	2
D. 3	<i>Drop mercifrommerché if you ready for celebrate with us because we have something for you!</i>	Tinggalkan mercifrommerché jika Anda siap untuk merayakan bersama kami karena kami memiliki sesuatu untuk Anda!	Directive	☐	☒	☐	☐	☐	1	1
D. 4	<i>Keep your eyes open starting December 5, 2025!</i>	Tetap waspada mulai 5 Desember 2025!	Directive	☐	☒	☐	☐	☐	1	1
D. 5	<i>Thank you for every special moment, and bring home happiness and style with mercifrommerché</i>	Terima kasih atas setiap momen spesial, dan bawa pulang kebahagiaan dan gaya dengan mercifrommerché	Expressive	☐	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 6	<i>Look at Jade Shoulder Bag colors! Makes you fall in love, right?</i>	Lihatlah warna Tas Bahu Jade! Bikin jatuh cinta kan?	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 7	<i>This bag comes in color options that make you look more chic</i>	Tas ini hadir dalam pilihan warna yang membuat kamu terlihat lebih chic	Assertive	☐	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 8	<i>Make your holiday even more special and full of surprises from @merche.id x @tiketcom</i>	Buat liburan Anda semakin spesial dan penuh kejutan dari @merche.id x @tiketcom	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 9	<i>Ready to spend the holiday season with a chic vibe?</i>	Siap menghabiskan musim liburan dengan nuansa yang chic?	Directive	☐	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 10	<i>Get your favorite @merche.id bag and the Special Gift we've prepared just for you!</i>	Dapatkan tas @merche.id favoritmu dan Hadiah Khusus yang kami siapkan khusus untukmu!	Directive	☒	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 11	<i>You're part of the merché, that's lovely and full of joy</i>	Kamu adalah bagian dari merchandise, yang indah dan penuh kebahagiaan	Expressive	☐	☒	☐	☐	☐	1	1

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

D. 12	<i>mercifrommerché</i> is here for this holiday season	<i>mercifrommerché</i> ada di sini untuk musim liburan ini	Assertive	☐	☒	☐	☐	☐	2	2
D. 13	Bundling packages and promos that are super special makes you even more excited!	Paket bundling dan promo yang super spesial bikin kamu makin bersemangat!	Declarative	☐	☒	☐	☐	☒	2	3
D. 14	Let's make your days more special and full of surprises	Mari buat hari-hari Anda lebih istimewa dan penuh kejutan	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 15	The Jade Shoulder Bag in Black is the go-to chic bag that makes you look effortlessly elegant	Tas Jade Shoulder Bag dalam warna hitam adalah tas chic yang paling populer yang membuat Anda terlihat elegan dengan mudah	Assertive	☐	☒	☐	☐	☐	2	2
D. 16	Treat yourself to the finer things in life and experience the art of slow joy	Berikan hadiah pada diri sendiri dengan hal-hal yang lebih baik dalam hidup dan rasakan seni kebahagiaan yang lambat	Directive	☐	☒	☐	☐	☐	1	1
D. 17	Jade shoulder bag in red has a special place in <i>mercifrommerché</i>	Tas bahu Jade berwarna merah memiliki tempat khusus di <i>mercifrommerché</i>	Assertive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 18	This red is so chic, simple yet captivating	Merah ini sangat modis, sederhana namun memikat	Assertive	☐	☒	☒	☐	☐	1	1
D. 19	The combination of a white bag with a timeless design creates a stunningly chic and elegant ensemble	Kombinasi tas putih dengan desain abadi menciptakan ensemble yang sangat chic dan elegan	Assertive	☐	☒	☐	☐	☐	2	2
D. 20	A sleek blush bag adds a playful yet elegant touch	Tas blush yang ramping menambahkan sentuhan yang menyenangkan namun elegan	Assertive	☐	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 21	Who can't fall in love with this mini bag charm?	Siapa yang tidak bisa jatuh cinta dengan charm mini tas ini?	Directive	☐	☒	☐	☐	☐	2	2
D. 22	This Jade Shoulder Bag in Navy adds a sleek and elegant look to any holiday look	Tas bahu Jade ini dalam warna Navy menambahkan tampilan yang ramping dan elegan pada setiap tampilan liburan	Assertive	☐	☒	☐	☐	☐	2	2
D. 23	Are you ready for a holiday in style with jade?	Apakah Anda siap untuk liburan dengan gaya dengan jade?	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	2	2

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

D. 24	Zowi Bag charms are the cutest finishing touch of your bag because your bag deserve an accessories	Pesona Zowi Bag adalah sentuhan akhir yang paling lucu dari tas Anda karena tas Anda layak mendapatkan aksesoris	Assertive	☐	☒	☒	☐	☐	2	2
D. 25	So, who wil you be choosing?	Jadi, siapa yang akan kau pilih?	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 26	Who likes to go to the store because you're an offline store person?	Siapa yang suka pergi ke toko karena Anda adalah orang offline?	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	1	1
D. 27	Lovely to see you all in merché Offline Store at FX Sudirman Mall, Lippo Cikarang Mall, and Karawang Central Plaza	Senang melihat kalian semua di merché Offline Store di FX Sudirman Mall, Lippo Cikarang Mall, dan Karawang Central Plaza	Expressive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 28	So obsessed with merché special packaging, and yes, this cutie is available at merché Online and Offline Store	Sangat terobsesi dengan kemasan spesial merché special packaging, dan ya, lucu ini tersedia di merché Online dan Offline Store	Expressive	☐	☒	☒	☐	☐	2	2
D. 29	Who wants it?	Siapa yang mau?	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 30	Mark your calendar!	Tandai kalendermu!	Directive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3
D. 31	When you visit the merché Offline Store, you can find a variety of promos and gifts	Ketika Anda mengunjungi Toko Merché Offline, Anda dapat menemukan berbagai promosi dan hadiah	Assertive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 32	Would anyone want that?	Apakah ada yang menginginkannya?	Directive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 33	Here's a first look at merché New Experience Store	Berikut adalah sekilas tentang merché New Experience Store	Assertive	☐	☒	☒	☐	☐	2	2
D. 34	Which corner catches your eye first?	Sudut mana yang paling menarik perhatianmu?	Directive	☒	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 35	It's a literally a most love merché bag you should know!	Ini benar-benar tas merché yang paling disukai, kamu harus tahu!	Assertive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 36	You're invited to join us in celebrating the Grand Opening merché Store at Karawang Central Plaza this Saturday	Anda diundang untuk bergabung dengan kami dalam merayakan Grand Opening merché Store di Karawang Central Plaza pada hari Sabtu ini	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3



© 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

D. 37	Psssttt! Don't miss out on exclusive promo with our Guest Star @arafahrianti and @haldarnta	Psssttt! Jangan lewatkan promo eksklusif dengan Guest Star kami @arafahrianti dan @haldarnta	Directive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 38	This is what we have been up to step into the new merché	Ini adalah apa yang telah kami lakukan untuk melangkah ke merché baru	Assertive	☐	☒	☒	☐	☐	2	2
D. 39	Woud love to hear your thoughts on it	Wah, senang sekali mendengar pemikiran Anda tentang hal itu	Expressive	☐	☐	☒	☐	☒	2	2
D. 40	Nothing beats the joy of a fun day at Grand Store Relaunch @merche_karawang	Tidak ada yang mengalahkan kegembiraan hari yang menyenangkan di Grand Store Relaunch @merche_karawang	Expressive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 41	Thanks to your enthusiastic support, merchébebe	Terima kasih atas dukungan antusias Anda, merchébebe	Expressive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 42	merché top picks 2025 has begun!	Pilihan terbaik merché 2025 telah dimulai!	Declarative	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 43	You know, these bags are perfect for every moment	Kamu tahu, tas-tas ini sangat cocok untuk setiap momen	Assertive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 44	How about you?	Bagaimana dengan kamu?	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 45	Let's start with your bag	Mari kita mulai dengan tas kamu	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 46	A lot actually happened this year, milestone year for sure with you merchébebe	Banyak yang benar-benar terjadi tahun ini, tahun tonggak pastinya bersamamu merchébebe	Assertive	☐	☒	☒	☐	☐	1	1
D. 47	Thank you for being with us all the way in 2025, we couldn't have done it without you	Terima kasih telah bersama kami sepanjang jalan di tahun 2025, kami tidak bisa melakukannya tanpa Anda	Expressive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 48	Need some good news for 2026?	Butuh kabar baik untuk 2026?	Directive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 49	Don't worry!	Jangan khawatir!	Directive	☐	☐	☐	☐	☒	3	3
D. 50	It's time to mark your calendar because many holidays in 2026 are already set for you	Saatnya menandai kalender Anda karena banyak liburan di 2026 sudah ditetapkan untuk Anda	Directive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3
D. 51	2025 is coming to an end	2025 akan segera berakhir	Assertive	☒	☒	☐	☐	☐	3	3

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

D. 52	Thank you, merchébebe, because 2025 was so amazing, and now we're looking forward to starting the new year with you!	Terima kasih, merchébebe, karena 2025 begitu menakjubkan, dan sekarang kami menantikan untuk memulai tahun baru bersama Anda!	Expressive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3
D. 53	Something is about to begin	Sesuatu akan segera dimulai	Assertive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 54	Curious about what merché is about to do?	Penasaran tentang apa yang akan dilakukan merché?	Directive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 55	We're looking for 9 merchébebes who represent all of you!	Kami mencari 9 merchébebes yang mewakili kalian semua!	Commissive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 56	Hey! That 9 merchébebes of there! Say Hello!	Hei! 9 merchébebes itu! Katakan Halo!	Directive	☐	☒	☐	☒	☐	2	2
D. 57	Why did merché choose 9 instead of 10, the number often seen as perfect? Because the last one is You	Mengapa merché memilih 9 bukan 10, angka yang sering dianggap sempurna? Karna yang terakhir adalah Kamu	Assertive	☒	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 58	There are stories waiting to be told and you might find yours in them	Ada cerita yang menunggu untuk diceritakan dan kau mungkin menemukan milikmu di dalamnya	Assertive	☐	☒	☒	☐	☐	3	2
D. 59	This was an almost perfect story that was and will be perfect if you are in it	Ini adalah cerita yang hampir sempurna yang pernah dan akan sempurna jika Anda berada di dalamnya	Assertive	☒	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 60	You gave us something to tell	Kau memberi kami sesuatu untuk diceritakan	Assertive	☒	☐	☐	☐	☐	3	3
D. 61	Welcome to merché almost perfect story	Selamat datang di merché cerita yang hampir sempurna.	Expressive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 62	Every bag has a story behind it	Setiap tas memiliki cerita di baliknya	Assertive	☐	☐	☐	☐	☒	3	3
D. 63	A bag is a reflection of the way we live and hold our belongings in our routines	Sebuah tas adalah cerminan dari cara kita hidup dan memegang barang-barang kita dalam rutinitas kita	Assertive	☐	☐	☐	☒	☒	2	2
D. 64	What is your unique story with your merché bag?	Apa cerita unikmu dengan tas merché-mu?	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 65	When you choose your bag, you're not just buying a bag; you're carrying a story	Ketika Anda memilih tas Anda, Anda tidak hanya membeli tas; Anda membawa sebuah cerita	Assertive	☒	☒	☐	☐	☐	3	3

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

D. 66	Let's make your bag as unique as you who carries it	Yuk buat tasmu unik seperti kamu yang membawanya	Directive	☐	☒	☒	☐	☐	3	2
D. 67	Step into the world of colors, Now you all need to see the merché bag colors	Melangkah ke dunia warna, Sekarang kalian semua perlu melihat warna tas merché	Directive	☐	☒	☐	☒	☐	3	2
D. 68	Which of these colors would you rather rock?	Mana dari warna-warna ini yang lebih Anda sukai?	Directive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 69	Testing how waterproof the merché bag is, Let's see!	Menguji seberapa tahan air tas merché, Mari kita lihat!	Assertive	☐	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 70	And, don't forget to keep your belongings safe and dry, especially on rainy days	Dan, jangan lupa untuk menjaga barang-barang Anda tetap aman dan kering, terutama saat hari hujan	Directive	☐	☐	☒	☐	☒	3	3
D. 71	Is your bag looking dirty? We've got your back!	Tas Anda terlihat kotor? Kami siap membantu!	Commissive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 72	Here's how to clean your merché bag	Berikut cara membersihkan tas merché Anda	Assertive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3
D. 73	Hearing this means a lot to us, Because you're not just carrying a bag, you're carrying our story	Mendengar ini sangat berarti bagi kami, Karena kamu tidak hanya membawa tas, kamu membawa cerita kami	Expressive	☒	☒	☐	☐	☐	3	2
D. 74	Anw, how about you?	Anw, bagaimana dengan Anda?	Directive	☐	☒	☐	☐	☐	2	2
D. 75	What's the tea on merché bag materials?	Apa yang terjadi pada bahan tas merché?	Assertive	☒	☐	☐	☐	☐	2	2
D. 76	From PU Nylon, Ultralight Nylon to Crinkle Coated Surface, we got you	Dari PU Nylon, Ultralight Nylon hingga Crinkle Coated Surface, kami siap membantu	Commissive	☐	☐	☒	☒	☐	2	2
D. 77	Which one is your favorite?	Yang mana favorit mu?	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 78	Save this organizing tips	Simpan tips penyusunan ini	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	2	2
D. 79	If you're looking a bag for work or daily activities, spacious, these bags will be perfect for you	Jika Anda mencari tas untuk bekerja atau kegiatan sehari-hari, tas yang luas ini akan sangat cocok untuk Anda	Assertive	☐	☒	☐	☒	☐	2	3

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

D. 80	Which one is your favorite or do you have any merché bag recommendation?	Tas mana yang menjadi favorit Anda atau ada rekomendasi tas merché?	Directive	☐	☒	☒	☐	☐	2	3
D. 81	Are you considering the essential items you should bring on a daily commute?	Apakah Anda mempertimbangkan item-item penting yang harus dibawa untuk perjalanan harian?	Directive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3
D. 82	These essential items got you back as a corporate girly	Item-item penting ini membantu Anda kembali sebagai wanita korporat yang feminin	Assertive	☐	☒	☒	☐	☐	2	2
D. 83	Add some colors to your daily dose of bags	Tambahkan beberapa warna ke dosisi tas harian Anda	Directive	☐	☒	☐	☐	☒	1	1
D. 84	And let us know which color matches for you!	Dan beri tahu kami warna mana yang cocok untuk Anda!	Directive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3
D. 85	Do you need a daily bag to fit your laptop?	Apakah Anda membutuhkan tas harian untuk laptop Anda?	Directive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3
D. 86	Check this post and see which bags fit and are good for you	Periksa postingan ini dan lihat tas-tas apa yang cocok dan bagus untuk Anda	Directive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3
D. 87	There is a size guide based on your height that can help you	Ada panduan ukuran berdasarkan tinggi Anda yang dapat membantu Anda	Assertive	☐	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 88	Which one fits you?	Yang mana yang cocok untuk Anda?	Directive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3
D. 89	Are you looking for the best choice of work bags? Here it is!	Apakah Anda mencari tas kerja terbaik? Ini dia!	Directive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3
D. 90	Let's pack your work essentials in style	Mari kita kemas kebutuhan kerja Anda dengan gaya	Directive	☐	☒	☒	☐	☐	2	2
D. 91	It's almost showtime	Hampir waktunya pertunjukan	Assertive	☐	☒	☐	☒	☐	3	2
D. 92	The pitch deck is ready, are you prepared to approve what's coming next?	Pitch deck sudah siap, apakah Anda siap untuk menyetujui apa yang akan datang selanjutnya?	Directive	☒	☒	☐	☐	☐	2	2
D. 93	Have you ever heard about this quote???	Pernahkah Anda mendengar tentang kutipan ini???	Directive	☐	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 94	merché always try our best to find the right bag for you	merché selalu mencoba yang terbaik untuk menemukan tas yang tepat untuk Anda	Commissive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3

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

D. 95	Anw... have you found it yet?	Kau... Udah nemu belum?	Directive	☒	☐	☐	☐	☐	2	2
D. 96	This collection will drop on February 25	Koleksi ini akan dirilis pada 25 Februari	Commissive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 97	Inspired by Ketupat - a timeless symbol of Lebaran warmth.	Terinspirasi dari Ketupat - lambang kehangatan lebaran yang abadi.	Assertive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 98	Its symmetrical lines and forms create a beauty that feels calm and harmonious.	Garis dan bentuknya yang simetri menciptakan keindahan yang terasa tenang dan harmonis.	Assertive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 99	It features a special adjustable strap that can go from shoulder to sling bag	Ia memiliki tali kancing khusus yang dapat diganti-ganti dari tas bahu ke tas sling	Assertive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3
D. 100	You must be falling in love with this bag	Anda pasti jatuh cinta dengan tas ini	Assertive	☒	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 101	Gia's bag is here if you need a bag that makes a statement	Tas Gia ada di sini jika Anda membutuhkan tas yang membuat pernyataan	Assertive	☐	☒	☐	☐	☒	1	1
D. 102	I mean, look at the bag! A sleek design, perfect for elevating your Raya	Maksudku, lihat tasnya! Desain yang elegan, sempurna untuk meningkatkan hari raya Anda	Directive	☐	☒	☐	☒	☐	3	3
D. 103	Is your go bag ready???	Apakah tas andalanmu sudah siap???	Directive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 104	merché got you covered!	Merché membuatmu tertutup!	Commissive	☒	☐	☐	☐	☐	1	1
D. 105	These bags is your perfect companion for everyday activities	Tas-tas ini adalah teman sempurna Anda untuk aktivitas sehari-hari	Assertive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 106	Tell us your picks in the comment section!	Beri tahu kami pilihan Anda di bagian komentar!	Directive	☐	☒	☒	☐	☐	3	3
D. 107	Do you know whose bag it is?	Kamu tahu tas siapa ini?	Directive	☐	☒	☐	☐	☐	3	3
D. 108	Yup! The Eve Mini Bucket Bag is back, in a mini version	Ya! Eve Mini bucket Bag kembali hadir, dalam versi mini	Assertive	☐	☒	☐	☐	☒	3	3
D. 109	Let's elevate your Raya with this beautiful Lucy Lasercut Mini Bag	Ayo naikkan hari raya Anda dengan Tas Mini Lucy Lasercut yang cantik ini	Directive	☐	☒	☒	☐	☐	2	2
D. 110	Love the laser cut detailing, so pretty!	Suka dengan perincian potongan laser, sangat cantik!	Expressive	☐	☒	☒	☐	☐	2	1
D. 111	With the same signature, but a different silhouette, it features a special adjustable handle	Dengan tanda tangan yang sama, tetapi siluet yang berbeda, fitur pegangan yang dapat	Assertive	☐	☒	☐	☒	☐	2	2

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

		disesuaikan khusus								
D. 112	This is not just a bag, this is a bag that makes you look more stunning	Ini bukan sekedar tas, ini adalah tas yang membuat kamu terlihat lebih memukau	Assertive	☐	☐	☐	☒	☒	3	3
D. 113	So, here's a functional detail you should know about this bag	Jadi, inilah detail fungsional yang harus Anda ketahui tentang tas ini	Assertive	☐	☒	☐	☒	☐	2	2
D. 114	Look at the bag, timeless and easy to match with your Raya outfit	Lihat tasnya, timeless dan gampang dicocokin dengan baju raya kamu	Directive	☐	☐	☒	☐	☒	3	3
D. 115	In honor of our 9th Anniversary, we're kicking off a special gifts and starting from Today until April 4	Untuk menghormati ulang tahun ke-9 kami, kami memulai hadiah spesial dan mulai dari Hari ini hingga 4 April	Declarative	☐	☒	☒	☐	☐	2	2