

LAPORAN SKRIPSI

**Young People Perception of English Language in the
Instagram Caption for Business**



Oei, Felicia Dewi Purnomo

16.J2.0027

ENGLISH STUDY PROGRAM

FACULTY OF LANGUAGE AND ARTS

SOEGIJAPRANATA CATHOLIC UNIVERSITY

SEMARANG

2021

LAPORAN SKRIPSI

**Young People Perception of English Language in the
Instagram Caption for Business**

**A Thesis Presented as a Partial Fulfillment for the Requirements for the
Degree of *Sarjana Sastra* in the English Study Program**



ENGLISH STUDY PROGRAM

FACULTY OF LANGUAGE AND ARTS

SOEGIJAPRANATA CATHOLIC UNIVERSITY

SEMARANG

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Oei, Felicia Dewi Purnomo

NIM : 16.J2.0027

Progdi / Konsentrasi : Englishpreneurship

Fakultas : Bahasa dan Seni

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul **YOUNG PEOPLE PERCEPTION OF ENGLISH LANGUAGE IN THE INSTAGRAM CAPTION FOR BUSINESS** tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 22 Desember 2020

Yang menyatakan,



Oei, Felicia Dewi Purnomo

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir : Young People Perception of English Language in the Instagram
Caption for Business

Diajukan oleh : Oei Felicia Dewi Purnomo

NIM : 16.J2.0027

Tanggal disetujui : 22 Desember 2020

Telah setuju oleh

Pembimbing 1 : Angelika Riyandari S.S., M.A.,Ph.D

Pembimbing 2 : Emilia Ninik Aydawati S.P., M.Hum.

Penguji 1 : Yimmy Iskandar

Penguji 2 : Emilia Ninik Aydawati S.P., M.Hum.

Penguji 3 : Angelika Riyandari S.S., M.A.,Ph.D

Ketua Program Studi : Emilia Ninik Aydawati S.P., M.Hum.

Dekan : B Retang Wohangara S.S., M.Hum.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.
sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.J2.0027

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Oei, Felicia Dewi Purnomo

Program Studi : Englishpreneurship

Fakultas : Bahasa dan Seni

Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“YOUNG PEOPLE PERCEPTION OF ENGLISH LANGUAGE IN THE INSTAGRAM CAPTION FOR BUSINESS”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 22 Desember 2020

Yang menyatakan



Oei, Felicia Dewi Purnomo

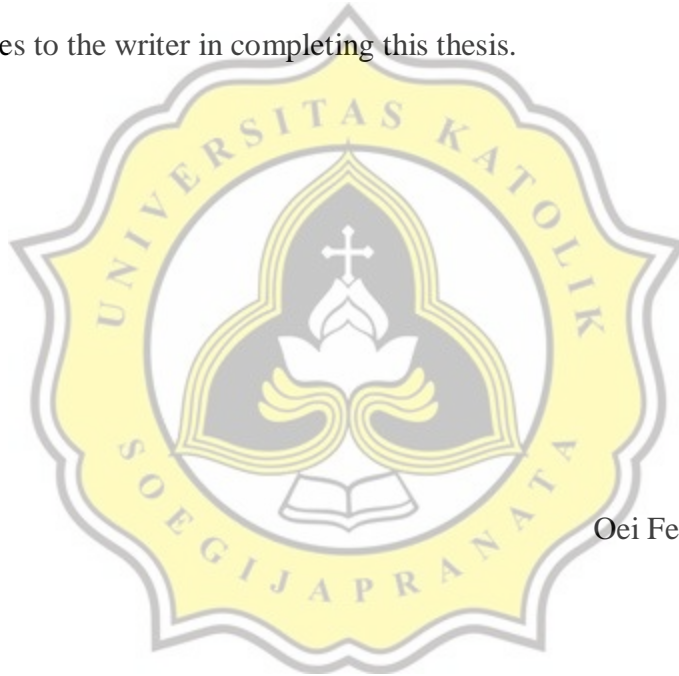
ACKNOWLEDGEMENT

First of all, I praise and thank God for His blessing and mercy that I was able to complete this thesis "Young People Perception of English Language in the *Instagram* Caption for Business". I do this thesis to qualify for a Bachelor of Englishpreneurship at the Faculty of Language and Art, Soegijapranata Catholic University.

The writer would like to express special gratitude to the following people:

1. My sincere gratitude to Angelika Riyandari, Ph. D, as my major sponsor who always gives me support, advices, and suggestions in completing this thesis. Thank you for the time and the guidance.
2. Emilia Ninik Aydawati., S. P, M.Hum as my co-sponsor who helped the writer in perfecting the thesis, especially on grammar. Thank you for your time, guidance and patience.
3. Yimmy Iskandar, ST., MBA as my examiner, thank you for your advices and your guidance.
4. All the lecturers and staff of the Faculty of Language and Arts, Soegijapranata Catholic University thank you for the wonderful memories that will never be forgotten.
5. Parents, family, and relatives who always pray and give support to the writer in completing this thesis.
6. Johanes Kevin who always gives support and motivation to the writer in completing this thesis, thank you so much!

7. My best friends, Anastasia Sabrina Sompie Gunawan, Kenny Christian Suwandi and Novaza Anugrah, who have fought together to reach Bachelor's degree.
8. A big thanks to SFDV (Shania Angela, Devi Puspitasari, and Aloysia Vinnie) who always motivate me to finish this thesis.
9. A big thanks to Rosiana, Maya, Ronal, Aaron and Sasha who always give advices to the writer in completing this thesis.



Felicia

Oei Felicia Dewi Purnomo

TABLE OF CONTENTS

PAGE OF TITLE	ii
PAGE OF APPROVAL	iii
ACKNOWLEDGEMENT	vi
TABLE OF CONTENTS	viii
ABSTRACT	xii
ABSTRAK	xiii
CHAPTER 1	1
INTRODUCTION	1
1.1 BACKGROUND.....	1
1.2 Field of the Study.....	4
1.3 Scope of the Study.....	4
1.4 Research Questions.....	4
1.5 Objectives of the Study.....	4
1.6 Significance of the Study.....	4
1.7 Definition of Term.....	4
CHAPTER 2	6
REVIEW OF LITERATURE	6

2.1 The Use of English Language in <i>Instagram</i> Caption.....	6
2.2 Marketing.....	9
2.2.1 Definiton of Marketing.....	9
2.2.2 Types of Marketing.....	9
2.2.3 Marketing in English.....	11
2.3 Perception.....	12
CHAPTER 3	14
METHOD OF DATA COLLECTION AND ANALYSIS	14
3.1 Research Design.....	14
3.2 Method of Data Collection.....	14
3.2.1 Participants.....	14
3.2.2 Instrument.....	15
3.2.3 Procedure.....	15
3.3 Method of Data Analysis.....	18
CHAPTER 4	19
DATA ANALYSIS	19
4.1 Young People Perception of the English Language in the <i>Instagram</i> Caption.....	19
4.2 General Discussion.....	33

CHAPTER 5	35
CONCLUSION	35
SUGGESTION	35
REFERENCES	37
APPENDIX	42



LIST OF TABLE

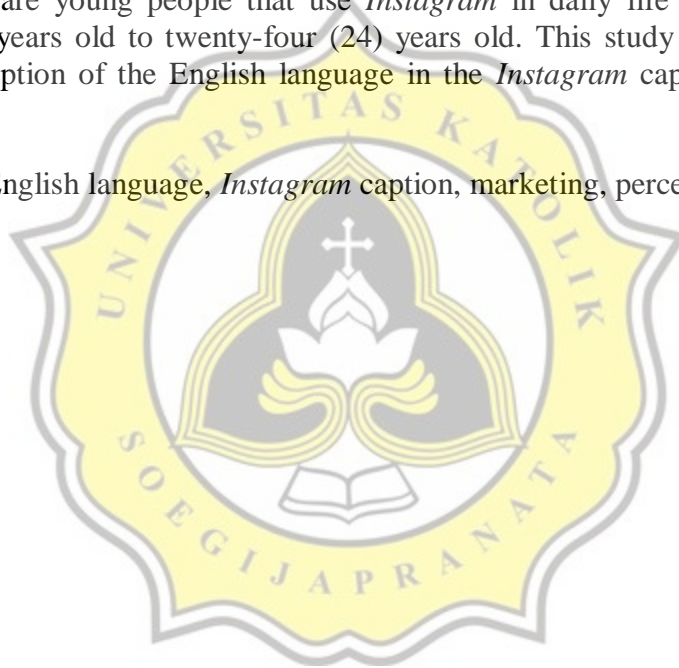
Table 3. 1 <i>R-value of the data</i>	16
Table 3. 2 <i>Reliability Statistics</i>	17
Table 4. 1 <i>Age of the Respondents</i>	19
Table 4. 2 <i>Education Level of the Respondents</i>	19



ABSTRACT

In this era, Instagram has many users; even its users reach more than 100 million people worldwide. The benefits of Instagram, apart from connecting with friends or just sharing photos, is to promote products. When promoting products on *Instagram*, captions are needed, especially captions in English, to reach out to international customers. This study aims to analyze young people perceptions of English used on *an Instagram* caption for business. The type of research was quantitative research, and the sampling technique was purposive sampling, where the researcher specified the sample by determining specific characteristics expected by the researcher. This research was conducted by distributing questionnaires to 93 respondents. The respondents are young people that use *Instagram* in daily life with the age range eleven (11) years old to twenty-four (24) years old. This study showed that young people perception of the English language in the *Instagram* caption for business is positive.

Keywords: English language, *Instagram* caption, marketing, perception



ABSTRAK

Di era sekarang, *Instagram* memiliki sangat banyak pengguna, bahkan mencapai lebih dari 100 juta orang di dunia. Manfaat *Instagram*, selain untuk menghubungkan dengan teman atau sekedar membagikan foto, *Instagram* juga banyak digunakan untuk mempromosikan produk dalam berbisnis. Saat mempromosikan produk di *Instagram* dibutuhkan caption, namun untuk menjangkau pelanggan lebih luas bahkan sampai luar negeri caption dengan bahasa Inggris sangat dibutuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Persepsi Anak Muda Terhadap Bahasa Inggris di *Instagram* Caption Untuk Bisnis. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan sampling yaitu menggunakan purposive sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan angket ke 93 responden. Responden yang digunakan merupakan anak muda yang menggunakan *Instagram* pada kehidupan sehari-hari dengan rentang usia sebelas (11) tahun sampai dua puluh empat (24) tahun. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa persepsi anak muda terhadap penggunaan bahasa Inggris di *Instagram* caption untuk bisnis adalah positif.

Kata Kunci : Bahasa Inggris, *Instagram* caption, pemasaran, persepsi

