

**KOSAKATA *ONLINE SHOP* DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DAN
KONTRIBUSI DALAM PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA**



TESIS

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar magister
pendidikan pada program studi Pendidikan Bahasa dan sastra indonesia
Universitas Muhammadiyah Makassar*

Oleh

Rahmawati

105041101322

PROGRAM PASCASARJANA

MAGISTER PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

2025

TESIS

KOSAKATA *ONLINE SHOP* DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DAN KONTRIBUSI DALAM PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA

Yang Disusun dan Diajukan oleh

RAHMAWATI

Nomor Induk Mahasiswa: 105041101322

Telah Dipertahankan di Depan Panitia Ujian Tesis
pada Tanggal 23 Mei 2025

Menyetujui
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Andi Sukri Syamsuri, M.Hum

Dr. Muhammad Akhir, S.Pd., M.Pd

Mengetahui,

Direktur Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Makassar,



Prof. Dr. H. Irwan Akib, M.Pd.
NBM : 613 949

Ketua Prodi Magister Pendidikan
Bahasa dan Sastra Indonesia



Prof. Dr. Dra. Munirah, M.Pd.
NBM : 951 756

HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Tesis : Kosakata *Online Shop* di Media Sosial *Instagram* dan
Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia

Nama Mahasiswa : Rahmawati

NIM : 105041101322

Program Studi : Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Telah diuji dan dipertahankan di depan panitia Penguji Tesis pada Tanggal
23 Mei 2025 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu
syarat untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra
Indonesia Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Makassar,
dengan beberapa perbaikan.

Makassar, Mei 2025

Tim Penguji

Dr. Baharullah, M.Pd
(Pimpinan)

Prof. Dr. H. Andi Sukri Syamsuri, M.Hum
(Pembimbing I)

Dr. Muhammad Akhir, S.Pd., M.Pd
(Pembimbing II)

Dr. Haslinda, S.Pd., M.Pd
(Penguji)

Dr. Siti Suwadah Rimang, M. Hum.
(Penguji)





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
PROGRAM PASCASARJANA
PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA

Jalan Ibrahim Alankhli No. 299 Makassar
Telp : 0411 496 975-5117089
Fax : 0411 496 188



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tesis : Kosakata *Online Shop* di Media Sosial *Instagram* dan
Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia
Nama : Rahmawati
NIM : 105041101322
Program Studi : Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Setelah diperiksa dan diteliti, tesis ini telah memenuhi persyaratan dan layak
untuk dipublikasikan dan dicetak.

Menyetujui,
Komisi Pembimbing

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. H. Andi Sukri Syamsuri, M.Hum. Dr. Muhammad Akhir, S.Pd., M.Pd.

Direktur Program Pascasarjana
Unismuh Makassar

Prof. Dr. H. Irwan Akib, M. Pd.
NBM. 613 949

Ketua Program Studi Pendidikan
Bahasa dan Sastra Indonesia

Prof. Dr. Dra. Munirah, M. Pd.
NBM. 951 756

ABSTRAK

Rahmawati, 2025 *Kosakata Online Shop di Media Sosial Instagram dan Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia*, Prodi Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Makassar. Pembimbing I Andi Sukri Syamsuri dan pembimbing II Muhammad Akhir.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kosakata yang digunakan dalam aktivitas *online shop* di media sosial *Instagram* serta menelaah kontribusinya terhadap pembelajaran bahasa Indonesia. Melalui pendekatan kualitatif-deskriptif, data dikumpulkan dari unggahan, deskripsi produk di beberapa akun *online shop* populer. Hasil analisis menunjukkan bahwa kosakata yang digunakan mencerminkan campuran antara bahasa Indonesia tidak baku, serapan asing (terutama bahasa Inggris), singkatan, dan istilah populer (slang) yang berkembang dalam komunitas daring. Pengumpulan data-data bersumber dari 5 (lima) *Online Shop* yaitu @omorfoo_shop, @bunoshopp28, @sentel.kaos, @akavi.id, dan @citracosmetic_id.

Kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia terletak pada potensi pemanfaatan konteks autentik dari media sosial sebagai bahan ajar, terutama dalam pembelajaran ragam bahasa, perkembangan kosakata, dan sikap berbahasa.

Kata kunci: kosakata, *online shop*, media sosial, kontribusi pembelajaran bahasa Indonesia

ABSTRACT

Rahmawati, 2025. Vocabulary Used in Online Shops on Instagram and Its Contribution to Indonesian Language Learning, Master Program in Indonesian Language and Literature Education. Supervised by Andi Sukri Syamsuri and Muhammad Akhir.

This study aimed to analyze the vocabulary used in online shop activities on the social media platform Instagram and to examine its contribution to Indonesian language learning. Using a descriptive-qualitative approach, data were collected from posts and product descriptions on several popular online shop accounts. The analysis revealed that the vocabulary used reflects a mixture of non-standard Indonesian, foreign borrowings (mainly English), abbreviations, and popular slang terms that have evolved within the online community. Data were collected from five (5) online shops: @omorfoo_shop, @bunoshopp28, @sentel.kaos, @akavi.id, and @citracosmetic_id.

The contribution to Indonesian language learning lies in the potential use of authentic contexts from social media as teaching materials, especially in the areas of language variety, vocabulary development, and language attitude.

Keywords: *vocabulary, online shop, social media, contribution to Indonesian language learning*



MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

"Aku berjalan bukan untuk sampai, tapi untuk mengingat bahwa tanah yang kupijak pernah basah oleh air mata dan kini mengering karena langkahku."

PERSEMBAHAN

Aku persembahkan karya ini kepada diriku sendiri, Yang telah menapaki setiap jejak sunyi, Melewati badai dan gemuruh keraguan, Namun tetap berdiri, meski lelah merayap, Dengan mimpi yang tak pernah padam, Seperti bintang yang tak lelah berkilau di malam tak berujung.

Kepada kedua orang tuaku, Kepada tangan yang mengangkatku sejak aku tak tahu apa-apa, Yang mengajari aku bahwa cinta adalah keberanian, Dan pengorbanan adalah kesetiaan yang tiada batas. Mereka adalah akar yang menancap dalam bumi, Sumber kekuatan yang tak pernah terlihat, Namun tanpa mereka, aku tak akan pernah tumbuh.

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil alamin Puji syukur penyusun panjatkan atas kehadiran Allah Swt., yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan tesis ini. Salam dan Salawat tak lupa penyusun curahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad saw, yang telah membawa umatnya dari alam kegelapan menuju terang benderang. Dengan izin dan kehendak Allah swt, tesis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Pascasarjana (S2) Jurusan Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Muhammadiyah Makassar tesis ini berjudul: “Analisis Kosakata *Online Shop* di Media Sosial *Instagram* Dan Kontribusi Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia”, yang telah di selesaikan dengan waktu yang direncanakan. Penyusunan tesis ini terselesaikan dengan adanya kerjasama, bantuan, arahan, bimbingan, do’a dan dukungan dari berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung.

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini, keberhasilan bukan semata-mata diraih oleh penyusun. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penyusun menyampaikan ucapan terima kasih kepada Prof. Dr. H. Andi Sukri Syamsuri, M.Hum. dan Dr. Muhammad Akhir, M.Pd. pembimbing I dan II yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang segenap hati meluangkan waktu dan pikirannya untuk

mengarahkan dan membimbing penulisan dalam menyempurnakan berbagai kekurangan dan kekhilafan dalam penyusunan tesis ini.

Terutama kepada kedua orang tua penyusun yaitu Ayahanda Moncong, dan Ibunda Layu yang paling berjasa atas apa yang sampai saat ini saya capai, telah mendidik saya, membesarkan saya dengan penuh kasih sayang, menyekolahkan saya sampai pada tingkat ini dan terus memberikan doanya. Karena itu, pada kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih atas sumbangsih pemikiran, waktu, dan tenaga serta bantuan moral dan materi .Kakak dan adik saya serta keluarga yang saya cintai terima kasih atas segala doa dan dukungannya berkat doa dan dukungan kalian penyusun dapat menyelesaikan tesis ini.

Penyusun mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Dr.Ir.H.Abd. Rakhim Nanda, ST., MT., IPU. Prof. Dr. Irwan Akib, M.Pd., Direktur Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Makassar, dan Prof. Dr. Dra. Munirah, M.Pd. Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, atas berbagai upaya penyediaan fasilitas perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Makassar, khususnya pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Makassar.

Sahabatku Ceceng Perawati, S.Pd. M.Pd yang sudah bersama melewati hari-hari bersama penyusun, terima kasih juga kepada Rosmita, S.Pd. dan Reski Amelia S.Pd. atas semuanya canda tawa yang

memberikan penyusun semangat baru saat mulai jenuh, inspirasi dalam menyelesaikan proposal tesis.

Teman-teman seperjuangan Magiter Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, terima kasih atas doa yang diberikan kebersamaan dan dukungannya dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penyusun berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Penyusun juga menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak kelemahan, sehingga penyusun tidak lupa mengharapkan saran dan kritik terhadap skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca. Aamiin

Wassalamu'alakum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 21 April 2025

Penulis

Rahmawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	<i>ii</i>
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN.....	vi
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR.....	8
A. Kajian Teori dan Konsep.....	8
1. Pengertian Kosakata.....	8
2. Jenis-jenis Kosakata.....	13
3. Media Sosial.....	17

4. <i>Instagram</i>	21
5. <i>Online Shop</i>	23
6. Kontribusi Kosakata dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia	25
B. Penelitian Relevan.....	28
C. Kerangka Pikir.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Data dan Sumber Data.....	35
C. Teknik Pengumpulan Data.....	35
D. Teknik Analisis Data.....	36
E. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian.....	39
1. Kosakata Dasar.....	40
2. Kosakata Umum.....	61
3. Kosakata Khusus.....	72
4. Kosakata Baru.....	81
B. Pembahasan.....	88

BAB V PENUTUP.....	94
A. Simpulan.....	94
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bahasa merupakan alat dan sarana dalam berkomunikasi di kehidupan sehari-hari. Bahasa digunakan sebagai alat komunikasi dalam membentuk masyarakat. Bahasa dalam lingkup masyarakat akan selalu mengalami pergerakan dan perubahan. Bahasa pun akan mengikuti pergerakan dan perubahan budaya dalam sebuah masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, pemakaian bahasa di kalangan remaja juga mengalami perkembangan. Hal ini memicu munculnya bahasa gaul. Grafura pada blognya memaparkan bahwa bahasa gaul memicu munculnya kecenderungan untuk memakai bahasa prokem atau slang yang memiliki kesan santai dan tidak kaku. Ketidakbakuan tersebut tercermin dalam kosakata, struktur kalimat, dan intonasi.

Bahasa adalah alat komunikasi yang digunakan manusia dengan sesama anggota masyarakat lain pemakai bahasa itu. Bahasa berisi gagasan, ide, pikiran, keinginan, atau perasaan yang ada pada diri si pembicara. Agar apa yang dipikirkan, diinginkan, atau dirasakan dapat diterima oleh pembicara atau orang yang diajak bicara, hendaklah bahasa yang digunakan dapat mendukung maksud atau pikiran dan perasaan pembicara dengan jelas. Oleh

karena itu, belajar bahasa mengandalkan berpikir, fungsi otak akan bekerja sebagaimana belajar. Bahasa merupakan dasar fundamental berpikir. Bahasa juga dapat memperluas pikiran. Otak mempunyai kapasitas untuk menampung rangsangan-rangsangan yang masuk. Melalui bahasa manusia dapat mengekspresikan pikiran dan perasaannya baik secara lisan maupun tertulis. Keraf (2009: 16) mengatakan "Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerjasama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri"

Beberapa alasan mendasar mengapa peningkatan kosakata penting dimasukkan di dalam pembelajaran bahasa. Pertama ialah bahwa perkembangan dan peningkatan kosakata setiap orang berlangsung secara terus menerus. Kedua, pengetahuan seseorang tentang makna sebuah kata berkaitan dengan kosakata yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga, kata juga bisa mempunyai hubungan dengan kata-kata lainnya. Keempat, pengetahuan tentang kosakata juga berkaitan erat dengan pengajaran struktur kalimat.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kata kosakata diberi makna perbendaharaan kata. Kosakata dasar adalah kata-kata yang tidak berubah atau sedikit sekali kemungkinannya dipungut dari bahasa lain.

Media yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Instagram*. Media sosial seperti *Instagram*, merupakan media komunikasi yang sedang eksis di tengah-tengah masyarakat. *Instagram*, merupakan salah satu media sosial yang menjadi favorit masyarakat untuk mengekspresikan dirinya (Syahida 2019) Indonesia adalah Negara ke-4 terbesar yang menggunakan *Instagram* setelah Negara Amerika, Brazil dan India, dengan jumlah total 56 juta berdasarkan artikel liputan6.com. *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang sering digunakan masyarakat dalam berkomunikasi, seperti memberikan informasi atau menyampaikan pendapat serta mengekspresikan yang ingin disampaikan.

Pemilihan media yang tepat maka pesan yang akan disampaikan dapat dipahami oleh khalayak sasaran dengan jelas karena pemilihan media sangat penting untuk menarik konsumen. Pembahasan kali ini akan menganalisis media sosial yang terdapat pada aplikasi yang terpasang di gawai, yakni *online shop Instagram*.

Pada era modern ini teknologi berkembang sangat pesat. Komunikasi yang awalnya hanya dipandang satu arah, kini mulai berkembang sehingga menghasilkan berbagai bentuk seperti komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi yang disampaikan melalui media massa, baik media audio visual maupun media cetak.

Media Sosial adalah sebuah media daring (online) yang para penggunanya dapat berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, wiki, forum dan dunia virtual. Berbagai macam aktifitas bisa diunggah dan diakses melalui media sosial, salah satunya *instagram*. Media sosial *instagram* juga bisa disebut media *sharing*, yang membuat penggunanya dapat berbagi foto dan video pendek berdurasi satu menit. Media sosial ini memiliki banyak manfaat, dimana siapapun dapat berinteraksi dengan orang lain, baik orang yang sudah dikenal maupun belum dikenal. Adanya *Instagram* tidak disia-siakan oleh beberapa pengguna aktifnya, tidak hanya meng-upload foto semata, bahkan *instagram* sudah menjadi suatu cara seseorang untuk mempromosikan dan menjual produk atau barang kepada pengguna *instagram* lainnya yang biasa disebut sebagai *Online Shop*.

Pada era sekarang, bisnis *Online shop* semakin diminati berbagai kalangan karena banyak kemudahan yang diperoleh melalui bisnis via *online*. Diantaranya yaitu akses penggunaan yang begitu mudah, modal yang diperlukan tidak terlalu besar, tidak perlu keluar rumah dan sebagainya. Selain itu, Perkembangan bisnis *online* di Indonesia berkembang sangat pesat. Bisnis *online* atau yang biasa di sebut *e-commerce* semakin banyak di Indonesia. Hal ini disebabkan perkembangan internet dan adanya perubahan perilaku konsumen. Perubahan perilaku masyarakat dalam e-

commerce merupakan tantangan tersendiri bagi perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Ragam fasilitas yang disajikan membuat para pengguna merasa dimanjakan dengan kemudahan tersebut.

Pada era globalisasi teknologi semakin maju membuat orang semakin mudah untuk mengakses informasi dari berbagai Negara. Tidak jarang mereka juga tertarik dengan produk yang ditawarkan melalui *online shop* ataupun karena terjadinya pengaruh dari teman yang ada di lingkungannya atau pengaruh promosi diskon pada *online shop*. Keinginan konsumen dalam memiliki atau menikmati sesuatu yang diinginkan secara terus menerus akan mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif. Apalagi saat ini membeli produk yang diinginkan sangat mudah ditemukan dengan menggunakan media sosial *instagram*.

Maka dari itu, peneliti mengambil kesimpulan untuk memunculkan topik mengenai analisis kosakata *online shop* di media sosial terhadap akun *instagram* dengan judul sebagai berikut **analisis kosakata *online shop* di media sosial *instagram* dan kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian tesis ini adalah bagaimana

kosakata *online shop* di media sosial *Instagram* dan kontribusi pembelajaran bahasa Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah di atas, tujuan penelitian tesis ini adalah untuk mendeskripsikan kosakata *online shop* di media sosial *Instagram* dan kontribusi pembelajaran bahasa Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat baik secara langsung maupun tidak langsung, baik bagi kepentingan praktis pengajaran bahasa Indonesia.

1. Manfaat Teoretis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan menambah wawasan pengetahuan dalam bidang kosakata khususnya dalam pembelajaran bahasa Indonesia.
- b. Sebagai pijakan referensi pada penelitian yang hendak mengadakan penelitian kosakata

- c. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan untuk kepentingan pembinaan dan pengembangan bahasa Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Menambah pengetahuan dan pengalaman baru sehingga dapat memperluas dan menambah wawasan bagi penulis.
- b. Diharapkan dapat memperoleh pengalaman dan pengetahuan bagi peminat bahasa Indonesia, khususnya kosa kata.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi mengenai wawasan tentang analisis kosakata di media sosial bagi peneliti selanjutnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori dan Konsep

1. Pengertian Kosakata

Menguasai kosakata bukan hanya mengetahui arti kata secara terpisah dan lepas, tetapi harus mengerti arti kata tersebut apabila sudah ada dalam kalimat maupun konteks yang lebih luas. Bahkan mampu menerapkan kata-kata tersebut dalam kalimat secara tepat baik secara lisan maupun tertulis.

Djiwandono (1996:43) mengatakan bahwa penguasaan kosakata dapat dibedakan dalam penguasaan yang aktif-produktif dan penguasaan yang pasif-reseptif. Lebih jauh lagi ia menjelaskan bahwa kosakata yang merupakan bagian dari penguasaan aktif-produktif sering dikenal sebagai kosakata aktif, yaitu kosakata yang dapat digunakan seorang pemakai bahasa secara wajar, dan tanpa banyak kesulitan dalam mengungkapkan dirinya. Sebaliknya kosakata yang merupakan bagian dari pasif-reseptif (kosakata-pasif), seorang pemakai bahasa orang lain, tanpa mampu menggunakannya sendiri secara wajar dalam ungkapan-ungkapannya.

Sementara Halim, Burhan, dan Al Rasyid (1988:71) menyatakan bahwa penguasaan kosakata dibagi menjadi dua, yaitu penguasaan kosakata ekspresif dan reseptif. Penguasaan kosakata ekspresif digunakan untuk keperluan berbicara dan menulis, sedangkan penguasaan kosakata reseptif digunakan untuk keperluan menyimak dan membaca.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penguasaan kosakata ada dua yaitu secara reseptif (pasif) dan produktif/ekspresif (aktif). Penguasaan kosakata reseptif digunakan untuk komunikasi yang bersifat menerima seperti menyimak dan membaca. Penguasaan kosakata produktif digunakan untuk komunikasi yang bersifat mengeluarkan atau menyampaikan ide kepada orang lain seperti berbicara dan menulis. Menguasai suatu bahasa berarti dapat memahami kosakata, memahami ejaan dengan baik, memahami makna kosakata tersebut, dan menggunakannya dalam kalimat. Dalam mengartikan kata-kata, seseorang harus memperhatikan makna yang tersurat dan tersirat.

Keraf (1984:53) menyatakan bahwa kata merupakan satuan terkecil yang mengandung ide, yang diperoleh apabila susunan atau sebuah kalimat dibagi atas bagian-bagiannya. Hal senada juga disampaikan oleh Kridalaksana

(1984:89) bahwa kata adalah satuan terkecil yang dapat diujarkan sebagai bentuk yang bebas. Sedangkan menurut Purwodarminto (1987:21) kata adalah suatu kesatuan bunyi bahasa yang mengandung suatu pengertian. Sehubungan dengan pengertian kata, Alwi (2001:513) menyatakan bahwa kata adalah unsur bahasa yang diucapkan atau dituliskan yang merupakan perwujudan kesatuan perasaan dan pikiran yang dapat digunakan dalam berbahasa. Pendapat lain datang dari Alwasilah (1993:120) menyatakan bahwa kata adalah satu kesatuan yang terpisah dan tak dapat diuraikan lagi.

Kosakata sangat dibutuhkan seseorang dalam berbahasa dalam Yunisah, (2007: 11), mengemukakan bahwa penguasaan kosakata merupakan ukuran pemahaman seseorang terhadap kosakata suatu bahasa dan kemampuannya menggunakan kosakata tersebut baik secara lisan maupun tertulis. Penguasaan kosakata merupakan bagian dari penguasaan bahasa, sebab jika seseorang menguasai bahasa berarti orang tersebut menguasai kosakata. Soedjito (1992: 24) memaparkan bahwa kosakata merupakan: (1) semua kata yang terdapat dalam satu bahasa; (2) kekayaan kata yang dimiliki oleh seorang pembicara; (3) kata yang dipakai dalam satu bidang

ilmu pengetahuan; dan (4) daftar kata yang disusun seperti kamus disertai penjelasan secara singkat dan praktis.

Untuk lebih memahami pengertian kosakata, maka penulis mengutip salah satu tulisan Kridalaksana (2001: 89) yang menyatakan bahwa kosakata adalah: (1) komponen bahasa yang memuat secara informasi tentang makna dan pemakaian kata dalam bahasa; (2) kekayaan kata yang dimiliki seorang pembicara, penulis atau suatu bahasa; dan (3) daftar kata yang disusun seperti kamus, tetapi dengan penjelasan yang singkat dan praktis. Dari berbagai pendapat diatas disimpulkan bahwa semakin seseorang menguasai bahasa maka orang tersebut menguasai kosakata, karena suatu bahasa membentuk kalimat yang mengutarakan isi pikiran baik lisan maupun tertulis.

Dari beberapa pendapat dapat disimpulkan bahwa penguasaan kosakata adalah kemampuan seseorang menggunakan kata –kata yang dimiliki baik secara lisan maupun tertulis. Tarigan dalam Triami (2016: 27) mengatakan bahwa penguasaan kosakata secara umum dapat dikelompokkan menjadi sebagai berikut:

- a. Penguasaan kosakata represif atau proses decoding, artinya proses memahami apa yang dituturkan orang lain.

Represif disini menjelaskan sebagai penguasaan yang bersifat pasif atau pemahamannya hanya bersifat pemikiran.

- b. Penguasaan Produktif, atau proses mengkomunikasikan ide pikiran, dan perasaan melalui bentuk kebahasaan atau dengan kata lain memahami kosakata melalui penerapannya dalam suatu konteks kalimat sehingga makna dikandung oleh kosakata tersebut menjadi jelas.
- c. Penguasaan penulisan dimana saat seseorang mampu memahami penguasaan kosakata dan menerapkannya daa rangkaian kalimat, langkah selanjutnya adalah orang tersebut dapat menuliskannya.

2. Jenis-jenis kosakata

Menurut Tarigan, Dj. (1994) jenis kosakata dapat dikategorikan sebagai berikut ini.

a. Kosakata dasar

Kosakata dasar (basic vocabulary) adalah kata-kata yang tidak mudah berubah atau sedikit sekali kemungkinannya dipungut dari bahasa lain. Di bawah ini pada tabel 2.1 yang termasuk ke dalam kosakata dasar yaitu:

Tabel 2.1 Kosakata dasar

Kosakata dasar	Contoh
Kekerabatan	Kepala, nenek, kakek, paman, bib, mertua, dan sebagainya
Nama-nama bagian tubuh	Kepala, rambut, lidah, dan sebagainya.
Kata ganti (diri, petunjuk)	Saya, kamu, dia, kami, kita, mereka, ini, itu, sana, sini, dan sebagainya
Kata bilangan	Satu, sepuluh, seratus, sejuta, dan sebagainya
kata kerja	Makanan, minuman, tidur, pergi, dan sebagainya
kata keadaan	Suka, duka, lapar, haus, dan sebagainya
kata benda	Tanah, udara, air, bintang, matahari, dan sebagainya

b. Kosakata aktif dan kosakata pasif

Kosakata aktif ialah kosakata yang sering dipakai dalam berbicara atau menulis, sedangkan kosakata pasif ialah kosakata yang jarang bahkan tidak pernah dipakai, tetapi biasanya digunakan dalam istilah puitisasi. Kata kerja aktif biasanya berawalan me,ber,atau tanpa awalan sedangkan kata kerja pasif biasanya berawalan di atau ter. Sebagai contoh dapat tergambar dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2. 1 Kosa kata aktif dan pasif

Kosakata aktif	Kosakata pasif
Menyanyi, menulis, mencintai, berdua, berkata, makan, pergi, tidur, dating	Ditinjau dilamar, dimakan, ditembak, tertawa, tersiksa, terkenal

c. Bentuk kosakata baru

Kosakata baru ini muncul disebabkan adanya sumber dalam dan sumber luar bahasa. Sumber dalam diartikan sebagai kosakata swadaya bahasa Indonesia sendiri, sedangkan sumber luar merupakan sumber yang berasal dari kata-kata bahasa lain. Kosakata sumber luar ini

meliputi pungutan dari bahasa daerah ataupun juga bahasa asing.

d. Kosakata umum dan khusus

Kosakata umum adalah kosakata yang sudah meluas ruang lingkup pemakaiannya dan dapat menaungi berbagai hal, sedangkan kosakata khusus adalah kata tertentu, sempit, dan terbatas dalam pemakaiannya.

e. Makna denotasi dan konotasi

Kridalaksana (dalam Tarigan, 1994:531) memberi definisi mengenai makna denotasi yaitu kata atau kelompok kata yang didasarkan pada penunjukkan yang lugas pada sesuatu di luar bahasa atau yang didasarkan atas konvensi tertentu, sifatnya objektif. Makna denotasi ini biasa disebut juga dengan makna sebenarnya; makna yang mengacu pada suatu referen tanpa ada makna embel-embel lain; bukan juga makna kiasan atau perumpamaan. Makna denotasi ini tidak menimbulkan interpretasi dari pendengar atau pembaca.

Makna konotasi adalah makna yang timbul dari pendengar atau pembaca dalam menstimuli atau meresponnya. Dalam merespon ini terkandung emosional dan evaluatif yang mengakibatkan munculnya nilai rasa terhadap penggunaan atau pemakaian bahasa atau kata-

kata tersebut. Dalam pembagiannya, makna konotasi ini terbagi menjadi konotasi positif dan konotasi negatif. Konotasi positif yaitu konotasi yang mengandung nilai ras tinggi, baik, halus, sopan dan sebagainya. Misalnya: suami isteri, jenazah, nenek dan sebagainya. Sedangkan yang dimaksud konotasi negatif adalah konotasi yang mengandung nilai rasa rendah, jelek, kasar, kotor, porno, dan sebagainya. Misal: laki bini, buruh, mayat, bunting, udik, dan sebagainya.

f. Kata tugas

Dalam Alwi (1999:287) mengatakan bahwa kata tugas dapat bermakna apabila dirangkaikan dengan kata lain. Kata tugas ini hanya memiliki arti gramatikal seperti ke, karena, dan, dari, dan sebagainya.

g. Kata benda (nomina)

Kata benda atau nomina dapat diklasifikasikan ke dalam tiga segi, yaitu dari segi semantis, sintaksis, dan segi bentuk. Secara semantis kata benda adalah kata yang mengacu pada manusia, binatang, benda, dan konsep atau pengertian. Secara sintaksis biasanya diikuti oleh kata sifat dan dapat diikuti kata 'bukan'. Sedangkan dari segi bentuk morfologinya, kata benda terdiri atas nomina bentuk dasar dan nomina turunan.

3. Media Sosial

Media Sosial adalah sebuah media daring (online) yang para penggunanya dapat berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, *wiki*, *forum* dan dunia *virtual*. Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.

Media Sosial, seperti televisi, radio dan surat kabar merupakan media informasi populer sebelum tahun 2000-an. Tetapi kini popularitasnya terdegredasi oleh media informasi berbasis internet.

Kaplain dan Haenlein mengklasifikasikan media sosial menjadi enam jenis, diantaranya:

a. Proyek kolaboras

Website mengijinkan user-nya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun me-remove konten-konten yang ada di *website* tersebut. Contohnya *wikipedia*.

b. *Blog* dan *microblog*

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di *blog* seperti bercerita ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya *twitter*.

c. Konten

Para user dari pengguna *website* saling *share* konten-konten media, baik seperti video, *e-book*, gambar, dan lain-lain. Contohnya *youtube*.

d. *Situs jejaring social*

Aplikasi yang mengizinkan *user* untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Contohnya *facebook*.

e. *Virtual game world*

Dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana *user* bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya *game online*.

f. *Virtual social world*

Dunia *virtual* yang dimana penggunaanya merasa hidup di dunia *virtual*, sama seperti *virtual game world*, berinteraksi dengan yang lain. Namun, *virtual social world* lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan. Contohnya *second life*.

Media sosial memberikan pengaruh yang luar biasa terhadap kehidupan manusia. Dampak tersebut ada yang positif dan negatif, diantaranya adalah:

a. Dampak positif dari media sosial

- 1) Memudahkan interaksi dengan banyak orang
- 2) Memperluas pergaulan
- 3) Jarak dan waktu bukan lagi masalah
- 4) Lebih mudah dalam mengekspresikan diri
- 5) Penyebaran informasi lebih cepat
- 6) Biaya lebih murah

b. Dampak negatif dari media social

- 1) Menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya
- 2) Interaksi secara tatap muka cenderung menurun
- 3) Membuat orang-orang menjadi kecanduan internet
- 4) Rentan terhadap pengaruh buruk orang lain
- 5) Masalah privasi
- 6) Menimbulkan konflik

Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat seperti perubahan dalam hubungan sosial (social relationships) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (equilibrium) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan pada lembaga kemasyarakatan dalam suatu masyarakat. Perubahan sosial yang cenderung positif yaitu adanya kemudahan dalam memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi. Sedangkan perubahan sosial yang cenderung negatif yaitu

munculnya kelompok-kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma-norma yang ada.

Media sosial sebagai bagian dari *new media* telah memberikan pemahaman baru bahwa kekuasaan bekerja di seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam ruang *virtual*. Kemunculan internet dianggap sebagai awal dari revolusi industri di bidang sosial media yang memunculkan istilah *new media*. Dalam kurun waktu 4 tahun, internet telah menarik hampir 96% penduduk dunia untuk tergabung dalam *social networking*. *New media* muncul dari inovasi-inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di era sekarang. Bila di era lama, seseorang menggunakan satu benda untuk satu fungsi, misal koran untuk dibaca, televisi untuk dilihat, radio untuk didengar, maka di era baru, yakni era *new media*, dalam satu tempat kita dapat melakukan banyak hal sekaligus. Kata media berasal dari bahasa latin yang memiliki arti sebagai perantara sebuah informasi dengan penerima informasi. Berarti *New Media* secara bahasa dapat berarti “perantara baru”.

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Sedangkan

kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Durkheim dalam Fuchs, 2014). Sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah media daring yang digunakan satu sama lain yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, dan menciptakan forum dan dunia virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

4. **Instagram**

Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Aplikasi ini dirilis pada Oktober 2010. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara *instan*, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja *telegram* sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan menggunakan jaringan *internet*, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan

cepat. Oleh karena itu, *instagram* berasal dari *instan-telegram*.

Instagram adalah layanan aplikasi berbagi foto yang pertama kali dapat diunduh di *App Store* pada *Apple*, dan hanya pengguna iOS yang dapat menggunakan awalnya. *Instagram* memfasilitasi penggunaanya untuk mengambil foto, mengedit foto, dan menyebarkan foto yang di unggah ke sosial media lainnya. Selain itu, *Instagram* merupakan media sosial yang dipakai untuk menampilkan foto atau video yang dimanfaatkan sebagai *online shop* atau biasa disebut “olshop”. Kini telah banyak akun-akun *instagram* yang dipakai untuk berjualan. Barang-barang yang dijual di *instagram* sangat beragam. Di Indonesia, *instagram* menjadi ladang bagi para online shop yang dimulai pada tahun 2012. Bahkan, Indonesia memiliki potensi market bisnis yang sangat besar.

Kebanyakan pelaku bisnis lebih suka menggunakan *Instagram* dalam membagikan foto langsung bisa di tautkan dengan *Facebook* dan *Twitter*, sehingga tidak perlu membagikan foto-foto produk satu persatu dari berbagai macam layanan, dengan *Instagram* semua langsung bisa di atasi. Hal ini sangat memudahkan pebisnis dalam mempromosikan produknya karena sangat hemat waktu dan banyak peminatnya.

5. *Online Shop*

Online Shop atau belanja *online via internet* adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet atau layanan jual-beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung. *Online Shop* tidak hanya sekedar media berbelanja *online*, melainkan juga menjadi bagian dari adanya perubahan sosial budaya dalam masyarakat. Melalui *Online Shop*, konsumen dapat melihat barang-barang yang dijual melalui gambar atau foto-foto bahkan video. Taswiyah dan Imron (2021)

Searah dengan berkembangnya bisnis dan meningkatnya kebutuhan masyarakat, *Online Shop* kini semakin mendunia di *Instagram*. Barang-barang yang di jual hampir semua ada di dalamnya. Seperti pakaian, *aksesoris*, tas, buku, sepatu, kosmetik, mainan anak, alat olahraga, makanan ringan, hingga alat elektronik dapat diujakan dalam situs jejaring sosial tersebut. Tidak hanya sampai disitu, saat ini bisnis *online* juga dimanfaatkan oleh kalangan selebriti mancanegara untuk membeli barang impor dari luar negeri. *Online Shop* kini menjadi salah satu bentuk pasar interaktif yang telah menjadi tren di kalangan masyarakat maju. Membeli kebutuhan barang dan jasa melalui *internet*

sudah menjadi rutinitas konsumen saat ini. Meskipun demikian, perilaku konsumen dalam memilih *online shop* di *instagram* berbeda-beda, perbedaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:

- a. Keterlibatan Produk (Product involvement)
- b. Resiko yang dirasakan (Perceived Risk)
- c. Kepercayaan (Trust)
- d. Kepuasan (Satisfaction)
- e. Niat Beli (Purchase Intention)

Product involvement merupakan persepsi sementara pentingnya produk, berdasarkan keinginan konsumen untuk mencapai manfaat spesifik yang diharapkan dari pembelian dan penggunaan produk. Dengan demikian, *Product involvement* dapat memotivasi konsumen untuk menghindari konsekuensi negatif yang terkait dengan pembelian produk.

Perceived Risk dan Trust merupakan hal-hal yang berpengaruh pada niat beli konsumen. Niat beli datang dalam musyawarah ketika seorang pelanggan kemungkinan besar mencoba untuk membeli beberapa produk atau layanan. Selain itu, konsumen akan lebih memilih berbelanja *online* dibandingkan dengan belanja tradisional, karena belanja *online* lebih membawa kenyamanan dan kesenangan tersendiri kepada konsumen yang membuatnya mendapatkan barang

dan jasa dengan harga yang lebih rendah, walaupun tetap membawa berbagai resiko pada konsumen termasuk kualitas produk yang tidak dijamin berpengaruh negatif terhadap niat pembelian konsumen.

Satisfaction adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi pada dasarnya, *satisfaction* merupakan perbedaan antara harapan konsumen dengan hasil aktual yang dirasakan atau biasa dinamakan tingkat kepuasan.

Purchase Itention merupakan situasi dimana konsumen berkeinginan dan berniat untuk kembali melakukan transaksi secara *online*. Selain itu, manfaat dan kesenangan yang dirasakan dari sebuah situs *online* berpengaruh terhadap niat konsumen untuk melakukan pembelian kembali.

6. Kontribusi kosakata dalam pembelajaran bahasa Indonesia

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis data, kosakata *online shop* di media sosial *instagram* dan kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia secara umum dapat disimpulkan bahwa terdapat kontribusi antara *online shop* terhadap pembelajaran bahasa Indonesia. Hal ini terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kosakata berada pada kualifikasi baik 75, 45%.

a. Dasar dalam Keterampilan Berbahasa

Kosakata adalah pondasi dari keterampilan berbahasa: menyimak, berbicara, membaca, dan menulis. Semakin banyak kosakata yang dimiliki siswa, semakin lancar mereka dalam memahami dan menggunakan bahasa Indonesia.

b. Mempercepat Pemahaman Bacaan

Dalam pembelajaran membaca, penguasaan kosakata membuat siswa lebih cepat memahami teks. Mereka tidak perlu sering berhenti untuk mencari arti kata, sehingga meningkatkan kelancaran membaca dan daya kritis.

c. Meningkatkan Kemampuan Menulis

Pengetahuan kosakata yang luas membantu siswa menulis dengan lebih variatif, tepat, dan ekspresif. Mereka bisa memilih kata yang paling sesuai dengan konteks, gaya, dan tujuan penulisan.

d. Menunjang Kemampuan Berbicara dan Menyimak

Dalam berbicara dan menyimak, penguasaan kosakata membuat komunikasi lebih efektif. Siswa bisa memahami percakapan dengan lebih cepat serta mengekspresikan ide mereka dengan lebih tepat dan hidup.

e. Membentuk Pola Pikir dan Nalar

Bahasa membentuk cara berpikir. Kosakata baru memperkaya konsep dan wawasan siswa, sehingga membantu mereka dalam berpikir kritis, analitis, dan kreatif.

f. Mempermudah Pencapaian Tujuan Kurikulum

Dalam kurikulum Bahasa Indonesia (seperti Kurikulum Merdeka), capaian pembelajaran banyak bergantung pada seberapa baik siswa menguasai kosakata, baik dalam teks sastra, teks faktual, maupun teks prosedural.

B. Penelitian Relevan

Penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

Pertama penelitian Nur Aulia Irsyad (2023) mahasiswa Jurusan Pascasarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Muhammadiyah Makassar dengan judul " Variasi Bahasa dalam Media Sosial (Kajian Sociolinguistik)". Hasil penelitian bertujuan menemukan data mengenai penguasaan variasi bahasa di media sosial yang terdapat dalam kemampuan memahami variasi bahasa dalam kajian sociolinguistik seperti yang di rumuskan sebelumnya. (1) variasi bahasa yang digunakan dalam merealisasikan makna pada *caption instagram* berdasarkan bentuk. (2) variasi bahasa yang digunakan dalam merealisasikan makna pada *caption instagram* berdasarkan fungsi. (3) variasi bahasa

yang digunakan dalam merealisasikan makna pada *caption instagram* berdasarkan gender. Pada bagian hasil penelitian, peneliti akan menjelaskan mengenai mendeskripsikan dan memaparkan temuan dari hasil analisis data. Pemaparan hasil penelitian ini berdasarkan permasalahan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

Kedua penelitian Puput Noviawati (2017) mahasiswa jurusan psikologi fakultas ilmu pendidikan universitas negeri malang dengan judul “Mengembangkan Penguasaan Kosakata pada Anak Tunarungu Studi Kasus Menggunakan Media *Swishmax*”. Penelitian ini jenis-jenis kosakata yang dijadikan acuan adalah jenis-jenis kosakata untuk anak tunarungu, yaitu 1) *concrete vocabulary*; 2) *abstract vocabulary*, dan 3) *emotion vocabulary*. Kemampuan berbahasa yang baik dipengaruhi oleh penerimaan kosakata dari lingkungan sekitarnya dan berpengaruh terhadap perkembangan bahasa yang terjadi pada seseorang dari masa kanak-kanak hingga dewasa. Hal ini berbeda dengan permasalahan yang terjadi pada anak tunarungu, yaitu anak tunarungu mengalami disfungsi pada indra pendengaran sehingga kosakata yang didapatkan dari lingkungan sekitarnyaapun tidak sebanyak yang didapatkan oleh orang normal pada umumnya. Hasil penelitian bertujuan menemukan data mengenai Penguasaan Kosakata pada Anak Tunarungu yang terdapat dalam kemampuan

memahami variasi bahasa dalam studi kasus seperti yang di rumuskan sebelumnya. media *swishmax* mampu untuk mengembangkan penguasaan kosakata pada anak tunarungu. Pada bagian hasil penelitian, peneliti akan menjelaskan mengenai mendeskripsikan dan memaparkan temuan dari hasil analisis data. Pemaparan hasil penelitian ini berdasarkan permasalahan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

Ketiga, penelitian M. Hatta (2018) mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Media Sosial, Sumber Keberagaman Alternatif Remaja” Hasil penelitian bertujuan menemukan data mengenai sumber keberagaman di media sosial yang terdapat dalam alternatif remaja seperti yang di rumuskan sebelumnya, (1) seberapa besar manfaat media sosial sebagai sumber keberagaman alternatif bagi siswa untuk memenuhi kebutuhannya mendalami agama islam (2) seberapa pentingkah bagi siswa untuk mengandalkan internet/media sosial sebagai sumber keberagaman (3) bagaimana pengaruh bersosial media terhadap sikap keberagaman siswa. pada bagian hasil penelitian, peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. akan membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka. Pemaparan hasil

penelitian ini berdasarkan penelitian yang telah di rumuskan sebelumnya.

Keempat penelitian Sri Verlin, Muhammad Dravis, Munira Hasjim (2018) mahasiswa Jurusan Program Studi Bahasa Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Hasanuddin dengan judul “Abreviasi dalam Media Sosial *Instagram*” Hasil penelitian bertujuan menemukan data abreviasi dalm media sosial *instagram*. Pada bagian hasil penelitian, peneliti akan abreviasi media sosial *instagram* menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

C. Kerangka Pikir

Teori kosakata, menguasai kosakata bukan hanya mengetahui arti kata secara terpisah dan lepas, tetapi harus mengerti arti kata tersebut apabila sudah ada dalam kalimat maupun konteks yang lebih luas. Bahkan mampu menerapkan kata-kata tersebut dalam kalimat secara tepat baik secara lisan maupun tertulis.

Temuan jenis-jenis kosakata pada *Online Shop* yaitu kosakata dasar, umum, khusus, baru. Penguasaan kosakata produktif digunakan untuk komunikasi yang bersifat mengeluarkan atau menyampaikan ide kepada orang lain seperti berbicara dan menulis. Menguasai suatu bahasa berarti dapat memahami kosakata, memahami ejaan dengan baik, memahami makna

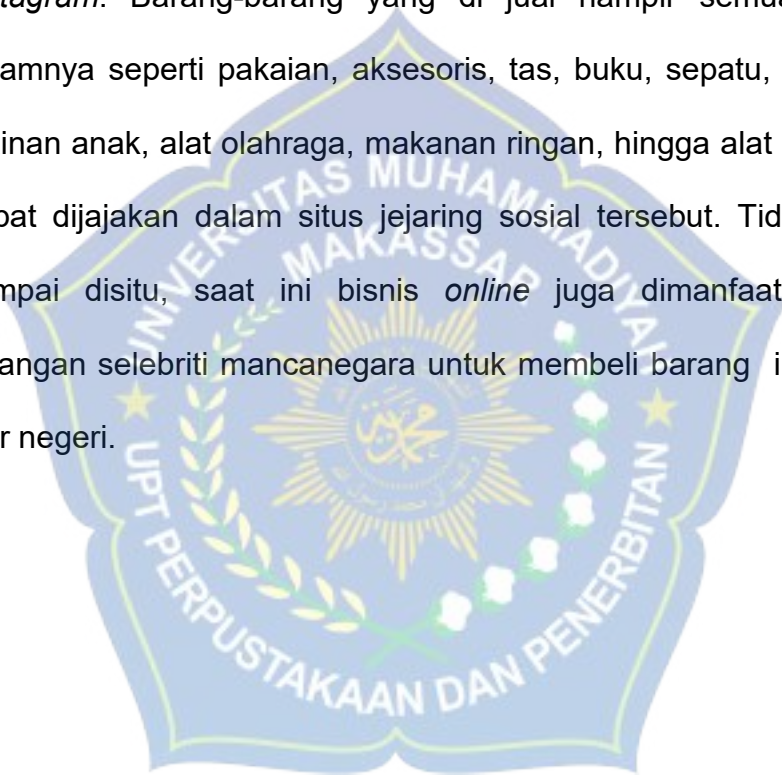
kosakata tersebut, dan menggunakannya dalam kalimat, dalam mengartikan kata-kata dapat dibedakan dalam penguasaan yang aktif-produktif dan penguasaan yang pasif-reseptif. Lebih jauh lagi ia menjelaskan bahwa kosakata yang merupakan bagian dari penguasaan aktif-produktif sering dikenal sebagai kosakata aktif, yaitu kosakata yang dapat digunakan seorang pemakai bahasa secara wajar, dan tanpa banyak kesulitan dalam mengungkapkan dirinya. Sebaliknya kosakata yang merupakan bagian dari pasif-reseptif (kosakata-pasif), seorang pemakai bahasa orang lain, tanpa mampu menggunakannya sendiri secara wajar dalam ungkapan-ungkapan.

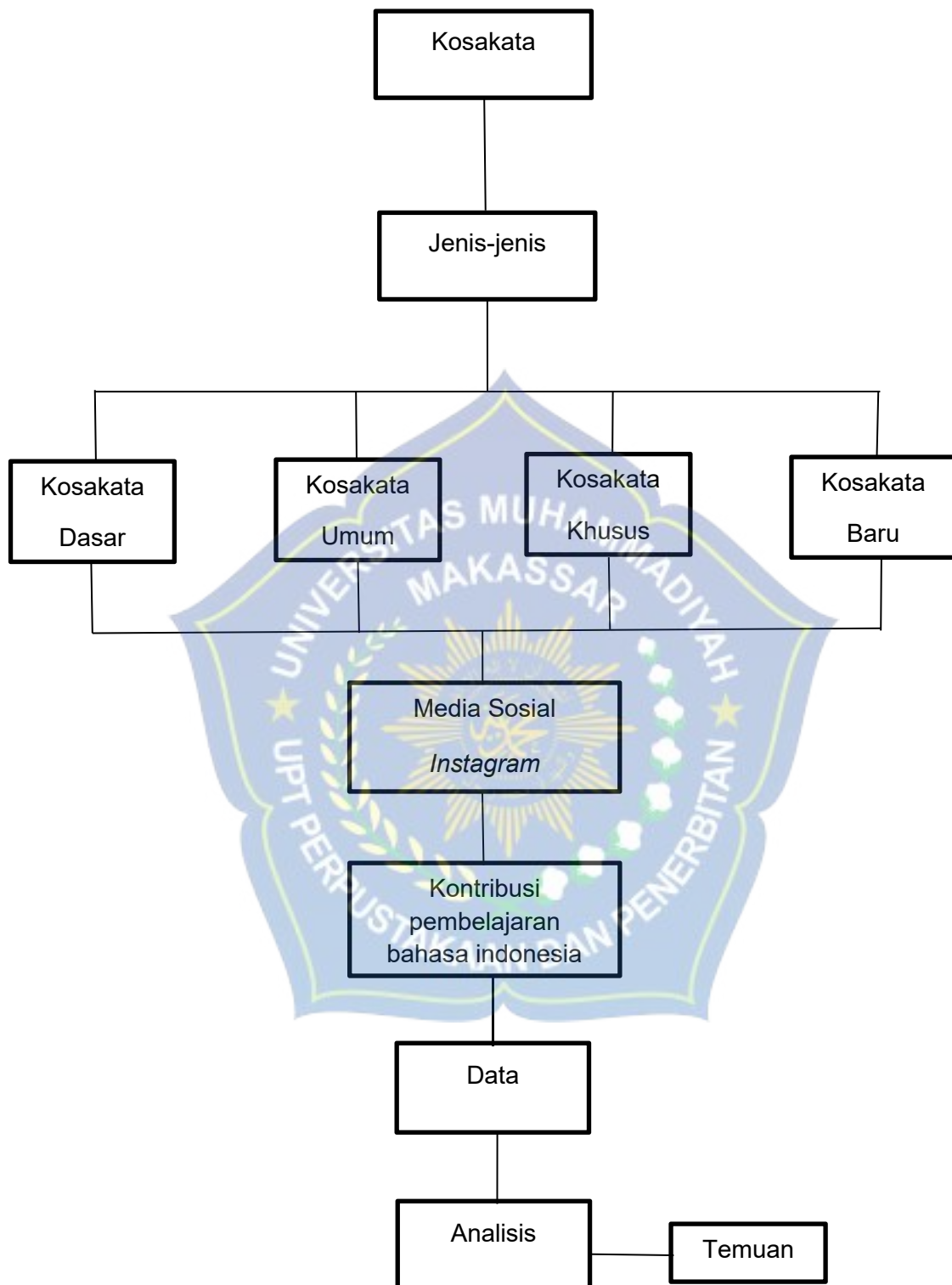
Media Sosial adalah sebuah media daring (online) yang para penggunanya dapat berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, *wiki*, *forum* dan dunia *virtual*. Kaplan dan Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.

Kebanyakan pelaku bisnis lebih suka menggunakan *Instagram* dalam membagikan foto langsung bisa di tautkan dengan *Facebook* dan *Twitter*, sehingga tidak perlu membagikan foto-foto produk satu persatu dari berbagai macam layanan, dengan

Instagram semua langsung bisa di atasi. Hal ini sangat memudahkan pebisnis dalam mempromosikan produknya karena sangat hemat waktu dan banyak peminatnya.

Searah dengan berkembangnya bisnis dan meningkatnya kebutuhan masyarakat, *Online Shop* kini semakin mendunia di *Instagram*. Barang-barang yang di jual hampir semua ada di dalamnya seperti pakaian, aksesoris, tas, buku, sepatu, kosmetik, mainan anak, alat olahraga, makanan ringan, hingga alat elektronik dapat diajakan dalam situs jejaring sosial tersebut. Tidak hanya sampai disitu, saat ini bisnis *online* juga dimanfaatkan oleh kalangan selebriti mancanegara untuk membeli barang impor dari luar negeri.





Gambar 1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Arikunto, (2013:22) sumber data penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti dan benda-benda yang diamati sampai detail-detail agar ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen dan atau bendanya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian dilakukan berdasarkan penelitian yang ada dan memaparkan situasi atau peristiwa. Selain itu penelitian deskriptif menandai pada hasil penelitian yang bersangkutan dengan sikap atau pandangan penelitian terhadap ada dan tidaknya penggunaan kosakata, tahap demi tahap.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif karena penelitian ini bertujuan membuat deskripsi (gambaran, lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai data, sifat-sifat serta hubungan fenomena-fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, data penelitian yang dikumpulkan berupa kosakata. Penelitian mencoba menemukan kosakata pada *online shop* di media sosial *instagram* dikaitkan kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia.

Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat atau kepercayaan orang yang diteliti dan kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka. Penelitian ini bersifat kualitatif terutama dalam mengumpulkan data yang berupa pendeskripsian.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu penelitian

Waktu yang digunakan penelitian untuk penelitian ini dilaksanakan sejak waktu kurang lebih 2 bulan proses pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk tesis dan proses bimbingan berlangsung.

2. Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di media social aplikasi *instagram*.

C. Data dan Sumber Data

1. Data

Data merupakan unsur penting dalam penelitian. Tanpa adanya penelitian tidak mungkin dilakukan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah mencakup kosakata yang ditemukan pada sumber data pada *online shop* di media sosial *instagram* dan kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia.

2. Sumber Data

Menurut Lexy J. Moleong (2007) yang dicatat oleh Suharsimi Arikunto yang berjudul penelitian suatu pendekatan praktik, bahwa sumber data kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisa atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya.

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti dapat mengumpulkan seluruh hasil penelitian data-data bersumber dari *online shop* di media sosial *instagram*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang dibutuhkan dalam penelitian, peneliti menentukan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Teknik observasi (pengamatan)

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan terhadap keadaan atau perilaku obyek sasaran. Selama penelitian berlangsung, peneliti berada di luar subyek peneliti mengamati akun-akun *online shop* di *instagram* tanpa

ikut terjun ke aktivitas lapangan, penulis telah mendapatkan beberapa data dari sumber tertulis seperti pada media sosial *instagram*.

2. Teknik catat

Teknik catat adalah mencatat dan mengamati semua yang diperoleh atau yang dimasukkan sebelumnya. Peneliti mengutip langsung dari sumber data tanpa mengubah dan mencatat yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yaitu menganalisis kosakata *online shop* di media sosial *instagram* dan kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia kemudian memasukkan kedalam data, selanjutnya data tersebut digunakan sebagai data yang diperlukan untuk dianalisis.

3. Teknik dokumentasi

Teknik dokumentasi yang dilakukan adalah rekaman layar atau *screenshot* yaitu tangkapan layar melalui *handphone* untuk merekam tampilan *caption* yang berupa teks atau data-data yang diambil dari *instagram*.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu cara yang menunjang keberhasilan penelitian yang ingin dicapai sehingga bisa dianalisis

oleh peneliti. Analisis dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deksriptif, untuk mengidentifikasi hasil analisis kosakata. Data dikumpulkan dengan metode rekam layar atau *screenshoot* yang memuat caption media sosial bertema *fashion* dan kosmetik yang akan dianalisis beberapa tahapan yaitu dengan mengikuti prosedur analisis data dari Miles dan Huberman (2014) tentang teknik analisis data secara deskriptif kualitatif. Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis data yaitu:

1. Mendeskripsikan data hasil penelitian kemudian memaparkan atau menjelaskan kosakata *online shop* di media sosial *instagram* dan kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia.
2. Menganalisis kalimat yang terkandung dalam kosakata *online shop* di media sosial *instagram* dan kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia.
3. Mengidentifikasi data yaitu mengumupulkan data yang berhubungan dengan analisis kosakata *online shop* di media sosial *instagram* dan kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian pada bab ini yakni mendeskripsikan dan memaparkan temuan dari analisis data. Pengumpulan data-data bersumber dari 5 (lima) *Online Shop* yaitu @omorfoo_shop, @bunoshopp28, @sentalkaos, @akavi.id, dan @citracosmetic_id.

Penelitian menunjukkan bahwa *Instagram* sebagai *platform* media sosial memberikan kontribusi besar dalam pengenalan kosakata baru, terutama yang berkaitan dengan *e-commerce* dan belanja online. Kosakata seperti *free ongkir* (pengiriman gratis), *diskon*, *pre-order*, *brand ambassador*, dan *limited edition* menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia yang sering digunakan oleh para penjual.

Kontribusi pada pembelajaran bahasa Indonesia, hal ini memberikan peluang bagi pelajar untuk mengenal istilah-istilah yang tidak hanya berkaitan dengan bahasa sehari-hari, tetapi juga dengan dunia digital dan bisnis.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti bahwa media sosial, khususnya *Instagram*, berperan penting dalam memperkaya kosakata bahasa Indonesia melalui penggunaan istilah-istilah baru, kreativitas dalam ekspresi bahasa, serta interaksi langsung yang memperkenalkan bahasa dalam konteks nyata. Bagi pelajar

Kosakata dasar *online shop* adalah istilah-istilah yang paling umum digunakan dalam dunia belanja *online* atau *e-commerce*. Kosakata ini berkaitan dengan proses dasar yang terjadi saat seseorang membeli atau menjual barang secara *online*. Ini termasuk istilah yang sering ditemukan pada *platform* belanja, sistem transaksi, dan komunikasi antara penjual dan pembeli. Berikut kosakata dasar dalam *caption Instagram*:



- (1) Akun *Instagram* @ o.s 17 April 2025: dengan *caption* RAMADHAN GIFT THREATS EMINA Ada promo lagi nihh dari emina. *Discount 25% Selected item* (Berlaku di semua cabang 28-31 Maret 2025) Buy 1 get 1 (Berlaku di Omorfo

Gowa 28 Maret 2025 STOK TERBATAS). Tukar Cangkang (Belaku di Omorfo Gowa 29 Maret 2025 20.00-21.0). Rules "Buat konten *tiktok* Berkaitan dengan *promo* Omorfo, link konten krim di DM, nanti konten yang menarik akan di DM untuk diberikan kode Tukar Cangkangnya" Gass langsung ke storee Omorfo Promonya berlaku : 26-31 Maret 2025 Offline Store

Shopee & Tokopedia : o.s

Instagram & Tiktok : o.s

10 Pagi - 11 Malam

OMORFO SHOP YOUR BEAUTY BESTIE FOREVER

Jl. A.P Pettarani 2 No. 20 Makassar Jl. Tun Abd Razak, Samata Gowa Jl. Nusa Tamalanrea Indah

[#tokoskincare](#) [#makassar](#) [#kosmetikviral](#) [#viral](#) [#kosmetikmurah](#) [#murce](#) [#omorfomurce](#) [#makassarinfo](#) [#makassardagang](#) [#infopromo](#) [#infopromomakassar](#) [#diskon](#) [#skincaremurahme](#) [#makeupmurah](#) [#ramadhan](#) [#fyp](#) [#foryou](#)

Data (1) pada kalimat tersebut peneliti menemumukan kosakata baru dari Kosakata "Ramadhan gift threats Emina" dalam konteks *online shop* di *Instagram* bisa seperti ini:

"Ramadhan Gift Threats Emina, cocok banget buat kamu yang lagi cari kado spesial! Hadirkan kebahagiaan di bulan suci dengan produk cantik dari Emina. Yuk, pilih sekarang juga!"

Kontribusinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia adalah memperkenalkan penggunaan istilah dalam konteks bisnis dan budaya populer, khususnya dalam promosi produk selama bulan Ramadhan. Kosakata seperti "Ramadhan gift" dan merek "Emina" menggambarkan bagaimana bahasa Indonesia dapat berkembang sesuai dengan tren belanja musiman dan pengaruh pemasaran. Ini juga menunjukkan bagaimana pembelajar bahasa Indonesia bisa lebih memahami

penggunaan kata-kata yang berkaitan dengan produk dan budaya lokal yang spesifik, serta membantu mereka beradaptasi dengan bahasa yang lebih modern dan populer di media sosial.



(2) Akun *Instagram* @a.i 25 April 2025: dengan *caption* Onyx Skirt pilihan pas buat tampil *stylish* di acara spesial! Dengan desain simpel dan motif eksklusif, rok ini siap bikin penampilanmu makin elegan Tersedia dalam dua warna andalan: Hitam & Putih dan yang paling seru harganya cuma 100 ribuan aja! *Worth it* banget, kan? Daftar Harga

5XL : 114.000

6XL : 119.000

Detail Produk Bahan *Jaquard* Viscosse full motif, Rok cutting mayung, Lingkar pinggang karet rib, Ada saku disebelah kanan, Penutup *resleting* dan pengngait dibagian belakang, Aksesoris klim V dibagian depan.

Data (2) pada *caption Instagram* di atas memiliki kosakata dalam kalimat "harganya cuma 100 ribuan aja! *Worth it* banget, kan?"

memiliki kontribusi dalam bahasa Indonesia yang menunjukkan

cara berkomunikasi yang santai, tidak formal, dan mudah dipahami dalam percakapan sehari-hari. Berikut penjelasannya:

"100 ribuan" merujuk pada angka yang lebih kurang sekitar 100 ribu, menggunakan kata "ribuan" untuk menunjukkan nilai perkiraan.

"Aja" adalah bentuk tidak formal dari kata "saja," yang digunakan untuk menyatakan sesuatu yang tidak terlalu banyak atau tidak terlalu berat.

"Worth it" adalah serapan dari bahasa Inggris yang artinya sebanding dengan usaha, biaya, atau nilai yang dikeluarkan, dalam hal ini mengindikasikan bahwa barang atau hal tersebut sangat berharga dengan harga yang ditawarkan.

"Banget" digunakan untuk memberikan penekanan lebih, artinya sangat atau banget memperkuat kata "worth it."

Kan? adalah bentuk pertanyaan yang digunakan untuk meminta persetujuan atau konfirmasi dari pendengar, mirip dengan "kan?" dalam bahasa Indonesia yang sering diucapkan dalam percakapan sehari-hari.

Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. Caption ini memperkenalkan kosakata percakapan sehari-hari seperti "cuma," "ribuan," dan "worth it banget," yang mencerminkan penggunaan bahasa informal dan campuran Indonesia-Inggris di media sosial. Pembelajar bahasa Indonesia dapat memahami

bagaimana bahasa digunakan untuk menarik perhatian audiens muda dengan gaya santai dan persuasif. Ini juga membantu mereka mengenal gaya berpromosi yang menggunakan kalimat pendek, ekspresif, dan langsung untuk membangun kedekatan dengan pembaca.



(3) Akun *Instagram* @s.k 21 Maret 2025: dengan *caption* Belanja kaos polos di Sentral Kaos? Dijamin puas maksimal! Dari

bahan hingga pelayanan, semuanya kami jaga dengan kualitas premium Kami adalah supplier tangan pertama, jadi harga lebih hemat Bisa nego harga sesuai kebutuhan kamu tanpa ribet! Stok tersedia banyak & selalu update, tinggal order aja Harga terjangkau, tapi rasa kaosnya tetap mahal! Yuk ajak temanmu mengenali kaos yang premium bersama kami di Sentral Kaos (Kaos Premium Grade A Makassar) sekarang HUBUNGI KAMI DISINI:

Whatsapp: 0811-4181-291 atau KLIK LINK DI BIO

Instagram: [@sentral.kaos](https://www.instagram.com/sentral.kaos)

Facebook: sentral-kaos

Alamat: Jl. Pelita Raya No. 7 Makassar

Data (3) pada *caption Instagram* di atas memiliki kosakata dalam kalimat "kualitas premium harga lebih hemat bisa nego" mengandung beberapa elemen yang berkontribusi pada makna yang ingin disampaikan dalam konteks iklan atau promosi produk .

Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Caption ini membantu memperkenalkan kosakata penting dalam dunia jual beli seperti "kualitas premium," "harga hemat," dan "bisa nego" (nego = negosiasi). Pembelajar bahasa Indonesia bisa memahami bagaimana membuat kalimat yang menarik untuk menawarkan produk, sekaligus belajar tentang ungkapan sehari-hari dalam transaksi, seperti "bisa nego" yang memberi kesan fleksibel dalam berjualan. Ini juga melatih keterampilan menyusun kalimat persuasif yang sering digunakan dalam dunia bisnis dan pemasaran online.



- (4) Akun *Instagram* @s.k 3 Maret 2025: dengan *caption* Haloo sahabat SK PROMO SPESIAL* BERBAGI RAMADHAN *DISKON* Rp 2.000/pcs ALL ITEM untuk sahabat SK tanpa minimal pembelian kaos polos. Promo ini berlaku mulai tanggal 3-29 Maret 2025. *S&K Berlaku Info. Order : Wa.me/628114181291 Jln. Pelita Raya No. 7A, Makassar Jangan sampai ke skippp yah..!

Data (2) pada *caption Instagram* di atas memiliki kosakata

"Promo Spesial Berbagi Ramadhan Diskon" memiliki kontribusi:

- Meningkatkan penjualan selama bulan Ramadhan
- Menarik perhatian konsumen dengan promo special
- Meningkatkan kesadaran dan minat konsumen

d) Mendorong konsumen untuk berbelanja lebih banyak

Dengan menggunakan kalimat ini, Anda dapat:

- a) Menawarkan promo yang eksklusif dan menarik
- b) Meningkatkan penjualan dan pendapatan
- c) Membangun kesadaran dan loyalitas konsumen

Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia.

Caption ini memperkenalkan kosakata yang berhubungan dengan momen keagamaan dan promosi, seperti "promo spesial," "berbagi Ramadhan," dan "diskon." Pembelajar bahasa Indonesia dapat memahami bagaimana bahasa promosi dikombinasikan dengan nilai-nilai budaya dan religius, seperti berbagi di bulan Ramadhan. Ini juga memperlihatkan penggunaan kalimat ajakan yang bernuansa positif dan persuasif, serta memperkaya wawasan tentang penggunaan bahasa dalam konteks sosial dan budaya Indonesia.

Kosakata ini sering digunakan dalam kampanye promosi, terutama di media sosial atau iklan, untuk menarik perhatian konsumen selama bulan Ramadhan. Kontribusinya adalah menciptakan rasa relevansi dengan momen spesial tersebut, di mana banyak orang ingin berbagi kebahagiaan, dan pada saat yang sama, mencari tawaran terbaik. Dengan menggunakan kata-kata seperti "promo", "spesial", dan "diskon", pesan tersebut memberikan insentif yang menarik untuk berbelanja,

sekaligus menciptakan kesan bahwa ada nilai lebih dalam membeli produk pada periode tersebut.



- (5) Akun *Instagram* @a.i 25 April 2025: dengan *caption Back In Stock - Jafia Tunik Simple cutting dengan elegant pattern yang manis! Perpaduan warna soft-nya bikin tampilan makin fresh. Dibuat dari cotton sofie yang halus, lembut, dan nyaman banget Harga cuma 120 ribuan aja! Available size LD 120-150 cm. Secantik ini pasti cepet sold out—buruan check out!*

Detail Produk

Bahan katun sofie (no stretch) Tunik cutting a-line Leher berkerah Penutup full kancing (busui friendly) Lengan panjang, pergelangan berkancing

Order by DM Now

Wa. 0857 8477 2276

Shopee. Akavi_69

Tokopedia. Akavi.id

Tiktok'S. Akavi.

Data (5) pada *caption Instagram* di atas memiliki Kosakata "Yuk buruan CO sebelum kehabisan lagi" memiliki kontribusi:

- a) Meningkatkan urgensi pembelian
- b) Mendorong pelanggan checkout lebih cepat
- c) Mengurangi risiko kehabisan stok
- d) Meningkatkan penjualan

Kalimat ini memperlihatkan pengaruh besar bahasa *Inggris* ke dalam komunikasi sehari-hari orang Indonesia, terutama di dunia digital. Kontribusinya adalah memperkaya ragam bahasa gaul dan bahasa pemasaran online. Banyak istilah asing (seperti DM, order, checkout) yang diserap atau dipakai langsung tanpa diterjemahkan, sehingga membentuk gaya bahasa baru yang ringkas dan terasa "trendy." Namun, penggunaan campuran ini juga membuat batas antara bahasa baku dan tidak baku makin cair di lingkungan informal.

Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. Caption ini memperkenalkan kosakata gaul dalam dunia belanja online, seperti "CO" (singkatan dari "checkout") dan "buruan," yang berarti mengajak segera bertindak. Pembelajar bahasa Indonesia dapat memahami bagaimana singkatan dan ungkapan informal digunakan untuk menciptakan kesan mendesak dan menarik perhatian konsumen. Ini juga membantu mereka mengenal gaya

komunikasi cepat, santai, dan persuasif yang sangat khas di media sosial, khususnya dalam promosi *online shop*.



- (6) Akun *Instagram* @a.i 21 April 2025: dengan *caption* “Back in stock, Woola Pajamas oneset dengan bahan rayon yang halus, lembut dan ademnya pake banget karna polosan gini salah satunya bisa dipake buat hangout dipake tidur nyaman dipake buat hangout stylish Daftar Harga
LD 120 : 162.000
LD 130 : 164.000
LD 140 : 166.000
LD 150 : 169.000
Wa. 0857 8477 2276
Shopee. Akavi_69
Tokopedia. Akavi.id
Tiktok'S. Akavi.

Data (6) pada *caption Instagram* di atas memiliki kosakata “*Back in stock*” berarti “kembali tersedia”. Kalimat tersebut memberi tahu pelanggan bahwa produk yang mereka cari sudah tersedia kembali. Kontribusi dalam bahasa Indonesia berarti “sumbangan” atau “peran aktif” seseorang dalam mendukung atau membantu suatu kegiatan, proyek, atau tujuan. Bisa dalam bentuk tenaga, pikiran, uang, atau ide.



(7) Akun *Instagram* @c.i 24 April 2025: dengan *caption* Percaya nggak sih, ada *cushion* yang bonus *skincare* loh? Yup,

kenalin Nuface *Cushion Serum*! Selain formulanya yang juara, hasilnya juga ringan banget di wajah, super nyaman buat dipakai setiap hari! Mudah diratakan, buildable dari medium sampai high coverage, dan pastinya kasih hasil akhir yang *flawless* dan *dewy* loh Fans Fuji pasti udah tahu dong, kalau produk ini bagus itu! Sahabat Citra wajib banget punya! Apalagi harganya super affordable Tunggu apa lagi? Yuk, cobain sekarang juga!

#cushionlokal #makeup #cushionviral #nuface #nufacemakeup #nufaceproducts #flawless #cushionnuface #tokokosmetikmakassar

Data pada *caption Instagram* di atas memiliki kosakata Kalimat ini menggunakan bahasa promosi yang persuasif dan gaul agar terdengar akrab dengan target audiens muda.

Kontribusi penggunaan kosakata tersebut dalam pembelajaran bahasa Indonesia memperkenalkan dinamika bahasa: Kosakata seperti "super" dan "affordable" menunjukkan bagaimana bahasa Indonesia modern dipengaruhi oleh bahasa asing, khususnya bahasa Inggris. Ini memperkaya wawasan siswa tentang serapan dan pergeseran makna. Mengenalkan ragam bahasa informal: Siswa belajar bahwa bahasa dalam media sosial sering kali menggunakan gaya santai dan persuasif, berbeda dari bahasa formal akademik. Meningkatkan kemampuan memahami konteks: Dengan menganalisis kalimat seperti ini, siswa dapat belajar membaca makna implisit, seperti ajakan atau bujukan dalam iklan. Mengasah keterampilan berbahasa kreatif: Siswa dapat termotivasi untuk membuat kalimat promosi sendiri, memperkaya keterampilan menulis persuasif di era digital.



- (8) Akun Instagram @c.i 22 April 2025: dengan *caption* SPECIAL COLLABORATION (MASIH OPEN REGISTRASI SAMPAI 30 APRIL) *Beauties!* Kamu wajib datang ke Wardah Colourverse Makassar x Citra Cosmetic, karena selain bisa tau personal color kamuu, kamu juga bisaa :
Get voucher Wardah 150.000
Get free product + the special paper bag
Mix & match outfit sesuai personal colormu
Ada photo corner
Get free cushion decoration
Find your true color, boost your confidence, and enjoy the full beauty experience!
 Tiket bisa dibeli sekarang hanya 155k via link di bio.
#WardahEvent #WardahColourverseMakassar #Colourverse2025

Data (8) pada *caption Instagram* di atas memiliki kosakata yang digunakan dalam promosi online shop seperti "Get free product +

the special paper bag" dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pembelajaran bahasa Indonesia, terutama dalam konteks e-commerce dan pemasaran digital. Berikut adalah beberapa cara kosakata tersebut berkontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia:

- a) Memperkenalkan Kosakata Baru dalam Dunia *E-Commerce* yaitu Kosakata seperti produk gratis, tas kertas spesial, promo, dan diskon merupakan istilah yang umum digunakan dalam dunia jual beli online. Pembelajar bahasa Indonesia akan belajar banyak kosakata yang sering digunakan di dunia bisnis dan pemasaran digital. Misalnya (Produk gratis) Produk yang diberikan tanpa biaya tambahan, meningkatkan pemahaman tentang tawaran promosi.
- b) Pembelajaran tentang Gaya Bahasa Promosi yaitu Bahasa promosi sering kali menggunakan kalimat persuasif untuk menarik perhatian pembeli. Pembelajar bahasa Indonesia dapat memahami bagaimana penggunaan kata-kata seperti gratis, spesial, dan terbatas bisa mempengaruhi audiens. Hal ini memberikan wawasan tentang teknik komunikasi dan persuasi dalam bahasa Indonesia.



- (9) Akun *Instagram* @c.i 28 Maret 2025: dengan *caption* Siapa bilang cuma perasaan yang bisa sensitif? Wajah juga, loh! Buat Sahabat Citra yang sering ngalamin kemerahan atau susah nemu *skincare* yang cocok, saatnya coba *Sensitive Series* dari Skintific! Formula barunya dirancang khusus buat kulit sensitif, bantu nenangin dan perbaiki skin barrier biar makin sehat. Buruan cobain! Masih ada waktu nih perbaiki skin barrier sebelum lebaran
#skintific #sensitivemoisturegel #skintificid #moisturizerXpert
#kulitsensitif #shootinggel #moisturegel #rekomendasiproduk
#tokoskincare #tokoskincaremakassar #tokoskincaremurah

Data (9) pada *caption Instagram* di atas memiliki kosakata "ruan cobain!" dalam konteks *online shop* di Instagram:

Buruan yaitu segera, cepat-cepat, jangan sampai terlambat.

Cobain yaitu mencoba (bentuk tidak formal dari "coba").

Kontribusi terhadap pembelajaran bahasa Indonesia:

- a) Memperkenalkan ragam bahasa informal yaitu pelajar bahasa Indonesia bisa mengenal bahasa gaul sehari-hari yang banyak digunakan di media sosial dan percakapan santai.
- b) Meningkatkan pemahaman konteks komunikasi kata-kata seperti "buruan" dan "cobain" menunjukkan bagaimana ekspresi bisa berubah makna tergantung konteks (bukan sekadar arti kamus).
- c) Mengembangkan keterampilan pragmatic siswa belajar kapan dan dengan siapa mereka boleh menggunakan gaya bahasa seperti ini (misalnya, cocok untuk teman atau konsumen muda, tapi tidak untuk situasi resmi).
- d) Membuka diskusi tentang budaya komunikasi digital di Indonesia yaitu bagaimana pelaku bisnis menggunakan bahasa untuk membangun kedekatan dengan audiens mereka.



- (10) Akun Instagram @c.i 16 April 2025: dengan caption Eitss nggak usah susah-susah nyarinya, karena khusus bulan ini CitraCosmetic nyediain diskon UP TO 60%! Sahabat Citra bisa dapet *skincare* dan *makeup* impian tanpa bikin kantong kering Kapan lagi kan ada April Promo Terhebat kaya gini, rugi banget kalau nggak ngeborong! So, Cimin tunggu Sahabat Citra di store ya! Ingat, jangan lupa mampir
- #promoapril #APT #diskonbesar #infopromomakassar #skincaremurah #skincareviral #diskonbesar tokoskincaremurah #tokoskincarevirmakassar #tokoskincaremakassar #tokosmetikvirmakassar #tokosmetikvirmakassar

Kosakata seperti "diskon up to 60%" yang sering ditemukan di *online shop* di media sosial seperti Instagram mencerminkan pengaruh globalisasi dan percampuran bahasa dalam komunikasi

sehari-hari di Indonesia. Berikut penjelasannya dan kontribusinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia:

b. Makna dan Struktur Kosakata

Diskon yaitu berasal dari bahasa Inggris discount, namun telah diserap ke dalam bahasa Indonesia.

Up to yaitu frasa bahasa Inggris yang berarti "hingga".

60% yaitu menunjukkan besaran potongan harga.

Kalimat ini secara utuh bisa diartikan "Potongan harga hingga 60%".

c. Kontribusi terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia

Pengayaan Kosakata: Meningkatkan pemahaman pelajar terhadap kata serapan dari bahasa asing yang sering digunakan dalam konteks modern. Kontekstualisasi yaitu memberikan contoh nyata penggunaan bahasa dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam ranah digital dan ekonomi. Kritis Berbahasa yaitu membantu siswa membedakan antara penggunaan bahasa baku dan tidak baku, serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pemakaian bahasa yang sesuai konteks. Perkembangan Bahasa yaitu menjadi bahan diskusi tentang dinamika dan perkembangan bahasa Indonesia di era digital, termasuk soal pemurnian bahasa atau

akomodasi terhadap istilah asing. Kalimat seperti ini bisa dimanfaatkan guru atau pembelajar untuk latihan penerjemahan, identifikasi kata serapan, atau diskusi sosiolinguistik.



- (11) Akun Instagram @c.i 4 April 2025: dengan caption *Stuck* dengan yang lama? Dan nggak ada perubahan? Itu artinya saatnya buat naik level! Layaknya series terbaru dari Hanasui *Next Level Series* Warnanya lebih stunning, kemasannya lebih mewah! So, buat Sahabat Citra yang udah nungguin dari kemarin buruan ke *offline store* sekarang juga! Karena barangnya udah mendarat nih #hanasuinextlevel #hanasuinextlevelseries #hanasuinextlevelblurrytint #hanasuinextlevelbutterbalmint #hanasuinextlevelbouncyblush

ounicyblush #hanasuinextlevelliplastcream #tokokosmetikmakassar #tokokosmetikmurah #tokokecantikan

Kosakata "Buruan ke offline store" di media sosial Instagram

Buruan yaitu cepat-cepat, segera.

Offline store yaitu toko fisik, toko nyata (berbeda dengan toko online). Kalimat "buruan ke offline store" biasanya dipakai akun online shop di Instagram untuk Mengajak pelanggan segera datang ke toko fisik mereka. Kalimat ini gabungan antara bahasa Indonesia informal ("buruan") dan istilah bahasa Inggris ("offline store"), tipikal gaya bahasa promosi di media sosial: santai, akrab, dan campur kode (code-switching).

Kontribusi terhadap pembelajaran bahasa Indonesia Kalimat ini punya beberapa kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia, antara lain:

Memperkenalkan ragam bahasa informal: Banyak pelajar bahasa Indonesia diajarkan bahasa formal. Lewat kosakata seperti "buruan," mereka belajar bahasa sehari-hari yang lebih hidup dan sering dipakai.

Mengenalkan *code-switching*: Penggunaan istilah asing seperti *offline store* memperlihatkan realitas berbahasa di Indonesia modern, di mana banyak kosakata *Inggris* diadopsi, terutama dalam konteks bisnis dan media sosial.

Pemahaman konteks budaya: Frasa ini memperkenalkan cara promosi di Indonesia menggunakan urgensi, keakraban, dan gaya santai.

Pengayaan kosakata marketing: Pelajar bisa mempelajari istilah dan gaya bahasa untuk promosi, yang penting kalau mereka mau terlibat dalam dunia bisnis di Indonesia.

2. Kosakata umum

Kosakata umum dalam konteks *online shop* mencakup istilah-istilah yang digunakan secara luas dan sering dijumpai dalam berbagai aspek berbelanja *online*. Kosakata ini tidak terbatas pada satu area saja, tetapi meliputi berbagai kegiatan yang terjadi dalam ekosistem *e-commerce*, baik dari segi transaksi, promosi, maupun layanan pelanggan.



(12) Akun *Instagram* @ o.s 26 Maret 2025: dengan *caption* Mana nihh yg udh nungguin promo THR??
 MERAPAT yukk sister Cuma dgn 14 RIBU ajaa udh bisa ngeBORONG promonyaa dongg!! 14 RIBU GET 2!!
 Produknya bisa di MIX yaa Yukk jgn sampai kehabisan sister.
 Siapin amunisi sister buat lebaran Promonya berlaku :
 26-31 Maret 2025 *Offline Store*
Shopee & Tokopedia : omorfoishop
Instagram & Tiktok : omorfoo_shop
 10 Pagi - 11 Malam
 OMORFO SHOP YOUR BEAUTY BESTIE FOREVER
 Jl. A.P Pettarani 2 No. 20 Makassar Jl. Tun Abd Razak, Samata Gowa Jl. Nusa Tamalanrea Indah
#tokoskincare #makassar #kosmetikviral #viral #kosmetikmurah #murce #omorfomurce #makassarinfo #makassardagang #infopromo #infopromomakassar #diskon #skincaremurahme riah #makeupmurah #ramadhan #fyp #foryou

Kosakata "produknya bisa di MIX ya yukk" mengandung campuran bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Frase ini sering digunakan dalam percakapan sehari-hari, terutama dalam konteks promosi atau rekomendasi produk, yang berarti "produk ini bisa dicampur, yuk!" Kata *mix* dalam hal ini merujuk pada pencampuran, yang biasanya digunakan dalam konteks makanan atau minuman (misalnya, campuran rasa atau bahan), namun dapat juga digunakan dalam konteks lain yang memerlukan kombinasi.

Kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia:

- a) Pemahaman Kode-Switching (Peralihan Bahasa) yaitu Frase ini memberikan contoh kode-switching, yaitu peralihan antarbahasa (dalam hal ini, bahasa Indonesia dan Inggris) yang sering terjadi dalam komunikasi sehari-hari. Ini adalah fenomena yang banyak dijumpai dalam pembelajaran bahasa,

terutama di kalangan generasi muda. Pembelajaran semacam ini memberi wawasan tentang bagaimana bahasa berkembang seiring dengan penggunaan teknologi dan globalisasi.

- b) Perkembangan Kosakata yaitu Penggunaan kata "mix" dalam kalimat ini menunjukkan pengaruh bahasa asing terhadap bahasa Indonesia, khususnya dalam bahasa gaul atau percakapan santai. Hal ini memperkaya pemahaman siswa tentang variasi dalam penggunaan bahasa dan bagaimana istilah asing bisa diserap dan digunakan dalam percakapan sehari-hari.
- c) Penggunaan dalam Konteks Sosial yaitu Dalam konteks pembelajaran bahasa Indonesia, siswa juga dapat diajarkan bagaimana konteks sosial dan budaya mempengaruhi cara orang berkomunikasi. Frase ini menunjukkan bagaimana bahasa Indonesia, dalam beberapa situasi, dapat bergabung dengan bahasa Inggris dalam lingkungan yang lebih informal atau santai.

Secara keseluruhan, meskipun frase ini tidak sepenuhnya formal, ia membantu siswa memahami bagaimana bahasa berubah dan beradaptasi dengan situasi sosial dan budaya yang berkembang.



- (13) Akun *Instagram* @b.s 4 April 2025: dengan *caption* ada yang mau? Spesial Ramadan!! Flash Sale Serba 50 Ribu Limited Stock, siapa cepat dia dapat (khusus dalam keranjang Keramat) Berlaku Offlinestore Cabang Perintis. 22 Maret 2025 Flash Sale jam 8 Malam jangan ketinggalan!! buruan ke Store Pink Bunoshopp28 Perintis Kemerdekaan Jl. Perintis Kemerdekaan Km.13 Makassar (Sebelum Mcd Daya, samping Pegadaian).

Data pada *caption Instagram* di atas memiliki Kosakata "Flash sale serba 50 ribu limited stock" adalah frasa dalam bahasa Indonesia yang sering digunakan dalam dunia pemasaran atau *e-commerce*. Berikut penjelasan setiap bagian dari kosakata tersebut:

Flash sale Penjualan terbatas dengan potongan harga besar-besaran dalam waktu yang sangat singkat. Biasanya, produk yang dijual adalah barang-barang yang sedang populer atau memiliki stok terbatas. *Limited stock* Menandakan bahwa jumlah barang yang tersedia untuk penjualan sangat terbatas, sehingga mendorong pembeli untuk segera membeli agar tidak kehabisan.

Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. Caption ini memberikan kesempatan untuk mempelajari kosakata terkait promosi seperti "flash sale," "serba," "limited stock," serta penggunaan angka dalam konteks harga produk. Selain itu, pembelajar bisa memahami cara membuat kalimat yang mendesak atau mengajak pembaca untuk segera bertindak, yang sangat umum dalam dunia pemasaran. Penggunaan kata seperti "buruan" dan "jangan sampai kehabisan" juga dapat membantu mempelajari ungkapan sehari-hari yang digunakan dalam situasi promosi dan penawaran terbatas.



- (14) Akun *Instagram* @b.s 5 April 2025: dengan *caption* Siapa nih yang suka ngeluh make up ngecrack ?? Kuncinya ada di skin prep ya! yuk terapain tahap make up yang benar agar jadi tahan lama dan gak *ngecrack*, produknya bisa kamu dapatkan di Storepink Bunoshopp28 dengan harga yang terjangkau dan pastinya lengkap. *Your Beauty Haul* Jl. Abdullah Daeng Sirua No.206 Makassar Jl. Perintis kemerdekaan Km.13 Makassar Jl. Aroepala No.255 Makassar
- [#selfcare](#) [#sharemakeup](#) [#makeup](#) [#fyp](#) [#skincare](#) [#skincaretips](#) [#rekomendasi](#) [#makassarhitz](#) [#skincaremakassar](#) [#cantik](#) [#infomakassar](#)

Data (14) pada *caption Instagram* di atas memiliki Kosakata "Your Beauty Haul" merujuk pada sebuah frasa yang digunakan dalam konteks pembelian produk kecantikan, sering kali di dunia media sosial atau video vlog, di mana seseorang menunjukkan atau membagikan produk-produk kecantikan yang baru mereka beli atau dapatkan. Kata *haul* dalam bahasa Inggris sendiri berarti membawa atau mengumpulkan banyak barang, yang dalam konteks ini merujuk pada kumpulan produk kecantikan yang dibeli dalam satu waktu.

Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. Caption ini memperkenalkan kosakata asing yang sering digunakan dalam bahasa Indonesia, seperti "beauty haul," yang mengacu pada pembelian produk kecantikan dalam jumlah banyak. Pembelajar bahasa Indonesia dapat memahami bagaimana istilah asing ini sering digunakan dalam percakapan sehari-hari, khususnya di media sosial, dan bagaimana mereka dapat disesuaikan dengan bahasa Indonesia. Selain itu, kalimat seperti "penampilanmu semakin flawless" memberikan contoh penggunaan kata-kata positif dan kreatif dalam menggambarkan hasil dari produk yang dijual. Ini membantu pembelajar memahami penggunaan bahasa dalam konteks pemasaran serta ekspresi yang populer di kalangan anak muda.



- (15) Akun *Instagram* @s.k 14 April 2025: dengan *caption* Mark Zuckerberg? Setia banget sama kaos simpel tiap hari Kenapa ya? Karena praktis, nyaman, dan cocok untuk segala cuaca Ada 2 hal penting yang bisa jadi pertimbangan kamu juga: Pilih bahan adem kayak cotton combed 100% katun Bye-bye gerah! Warna & model jangan asal pilih! Sesuaikan dengan kegiatanmu ya~ Kaos premium dari kami? Udah pasti udah banget approved! Yuk ajak temanmu mengenali kaos yang premium bersama kami di Sentral Kaos (Kaos Premium Grade A Makassar) sekarang HUBUNGI KAMI DISINI: Whatsapp: 0811-4181-291 atau KLIK LINK DI BIO *Instagram*: @sentral.kaos *Facebook*: sentral-kaos Alamat: Jl. Pelita Raya No. 7 Makassar #sentralkaos #kaospremiummakassar #kaosmakassar #kaos premium #bahancotton #bajukaos #sablonkaos #polosan #ka ospolos #kaos #bajukaosmks #bajupremiummks #premiumka os #kaosgrosir #kaosmurah #cottoncombed #tshirt #tshirtpre mium

Data pada *caption Instagram* di atas memiliki

Kosakata Praktis berarti mudah digunakan, tidak merepotkan, efisien, dan sederhana. Nyaman berarti memberikan rasa enak, tidak membuat terganggu, aman, atau menyenangkan untuk digunakan/dikenakan.

Kontribusi dalam Bahasa Indonesia Ketiga istilah ini banyak berkontribusi dalam:

- a) Iklan dan promosi produk (misal: pakaian, kendaraan, perlengkapan outdoor, dsb), untuk menunjukkan keunggulan suatu barang.
- b) Bahasa sehari-hari saat orang mendeskripsikan pilihan praktis dan nyaman, terutama untuk barang, pakaian, atau fasilitas.
- c) Gaya bahasa modern yang mendorong pemakaian bahasa efektif dan menarik untuk komunikasi massa.

Penguatan budaya konsumsi orang cenderung mencari produk yang memenuhi kriteria praktis, nyaman, dan bisa dipakai kapan saja. Secara lebih luas, kosakata ini memperkaya ekspresi fungsional dalam bahasa Indonesia modern. Cocok untuk segala cuaca: berarti sesuai atau layak digunakan baik saat panas, hujan, dingin, atau lembap fleksibel dalam berbagai kondisi cuaca.



(16) Akun Instagram @a.i 25 April 2025: dengan *caption Restock alert - Bordir Jeans* Akhirnya balik lagi!!! Yang udah nungguin si gemes ini, waktunya *checkout* yaa *Simple jeans* dengan sentuhan bordir *flower* yang bikin makin lucu, *comfy* dan super fun! Udah bisa langsung diorder sekarang yaa detail produk. Bahan semi jeans (no stretch) *Cutting Baggy* (bagian bawah lebih kecil) Variasi bordir bunga (hanya dibagian depan) Lingkar pinggang full karet (bisa diadjust dengan tali serut) Kantong kanan dan kiri.

Data (16) pada *caption Instagram* di atas memiliki kosakata Data pada *caption Instagram* di atas memiliki kosakata "detail produk" dalam bahasa Indonesia merujuk pada informasi rinci mengenai suatu produk yang mencakup berbagai aspek, seperti fitur, spesifikasi, bahan, ukuran, warna, dan kegunaan produk tersebut.

Biasanya, detail produk digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas kepada konsumen tentang apa yang mereka beli, serta bagaimana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. Caption ini mengenalkan kosakata formal yang penting dalam dunia jual beli online seperti "detail produk," yang berarti informasi lengkap mengenai barang yang dijual. Pembelajar bahasa Indonesia bisa memahami bagaimana istilah ini digunakan untuk memberikan kejelasan kepada calon pembeli. Selain itu, mereka juga belajar tentang penggunaan kalimat ajakan sopan dalam konteks pelayanan konsumen, memperluas kemampuan berbahasa dalam situasi profesional maupun komersial.

3. Kosakata Khusus

Kosakata khusus online shop adalah istilah-istilah yang digunakan secara spesifik dalam kegiatan jual beli daring dan tidak umum dipakai di luar konteks tersebut. Kosakata ini membantu memperjelas proses transaksi antara penjual dan pembeli.



- (17) Akun *instagram* @o.s 26 Maret 2025: *caption* "THR KALIAN UDAH CAIR KAN??? Gasss borong promo Omorfo dong suster, biar pas Lebaran kalian semakin *Glowing* Catet tangganya yaa Promo THR Turun Harga Ramadan 26-31 Maret 2025 Promonya bakalan berbeda setiap harinya loh See you
Shopee & Tokopedia : omorfoSHOP
Instagram & Tiktok : omorfoo_shop
 Omorfo shop your *beauty bestie forever*
 Jl. A.P Pettarani 2 No. 20 Makassar Jl. Tun Abd Razak, Samata Gowa Jl. Nusa Tamalanrea Indah
#tokoskincare #makassar #kosmetikviral #viral #kosmetikmurah #murce #omorfomurce #makassarinfo #makassardagang #infopromo #infopromomakassar #diskon #skincaremurahme #makeupmurah #ramadhan #fyp #foryou

Kosakata "glowing" dalam bahasa Inggris memiliki arti "bersinar" atau "bercahaya" dan sering digunakan untuk menggambarkan

sesuatu yang memancarkan cahaya atau kilau. Dalam bahasa Indonesia, terjemahan yang paling tepat untuk "glowing" adalah "bersinar," "bercahaya," atau "berkilau," tergantung pada konteks kalimat.

Kontribusi "glowing" dalam bahasa Indonesia dapat dilihat dalam pemanfaatannya dalam berbagai bidang, seperti sastra, deskripsi seni, atau bahkan dalam percakapan sehari-hari. Misalnya, dalam deskripsi seorang tokoh dalam cerita, kata "glowing" bisa menggambarkan keadaan fisik atau suasana hati yang penuh semangat dan kebahagiaan, seperti "wajahnya bersinar dengan kebahagiaan."

Selain itu, kata "glowing" juga sering digunakan dalam konteks figuratif untuk menggambarkan seseorang yang sedang bersinar dalam pencapaian atau suasana hati yang positif. Jadi, penggunaan kata ini memperkaya bahasa Indonesia dalam menggambarkan perasaan atau situasi dengan cara yang lebih ekspresif.



- (18) Akun *Instagram* @ o.s 17 April 2025: dengan *caption* *So excited nihh* Siap-siap buat besok yaa *sister* *Promo* akhir bulan yang super *WORTH IT* khusus buat *sister* dongg “Diskon Gajian Omorfo” *pot up to* 100 RIBU, tebus murah 2k, *buy 1 GET 1*, *bundle deals*, *flash sale* 9.900, Jangan sampai kelewatan lohh. Promonya berlaku : 25-30 April 2025 Offline Store
Shopee & Tokopedia : omorfoSHOP
Instagram & Tiktok : omorfoo_shop
 10 Pagi - 10 Malam
 OMORFO SHOP YOUR BEAUTY BESTIE FOREVER Jl. A.P Pettarani 2 No. 20 Makassar Jl. Tun Abd Razak, Samata Gowa Jl. Nusa Tamalanrea Indah

#tokoskincare #makassar #kosmetikviral #viral #kosmetikmurah #murce #omorfomurce #makassarinfo #makassardagang #infopromo #infopromomakassar #diskon #skincaremurahme riah #makeupmurah #ramadhan #fyp #foryou

Data (18) pada *caption Instagram* di atas memiliki Kosakata "*Promo* akhir bulan *buy 1 get 1*" adalah frasa dalam bahasa Indonesia yang menggabungkan kata-kata dalam bahasa Inggris dan Indonesia. Secara harfiah, ini berarti sebuah promosi yang terjadi pada akhir bulan, di mana pembeli mendapatkan satu barang gratis untuk setiap barang yang mereka beli (*buy 1 get 1*). Frasa ini umumnya digunakan untuk menarik perhatian konsumen dalam rangka meningkatkan penjualan di akhir bulan.

Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. Melalui *caption* seperti ini, pengguna media sosial dapat belajar beberapa aspek bahasa Indonesia yang praktis dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti penggunaan kosakata sehari-hari dalam konteks belanja, kata kerja aktif (seperti "*belanja*," "*kelewatan*"), serta istilah promosi yang umum digunakan dalam dunia pemasaran. Ini memberi pemahaman tentang cara menyusun kalimat secara efektif dalam konteks pemasaran dan transaksi bisnis.



(19) Akun *Instagram* @b.s 3 Maret 2025: dengan *caption* SPESIAL RAMADHAN 2025 *Big Sale Up To 40% !!* Produk kecintaan Ayank termasuk gak!?

SAVE THE DATE 3 - 9 Maret 2025 Bulan Ramadhan yukk bersihkan hati dan mempercantik diri With Sale Bunoshopp28 jangan lewatkan Promo Big Sale Ramadhan ini yaa Ayank Your Beauty Haul Berlaku di semua Offlinestore Bunoshopp28.

Jl. Abdullah Daeng Sirua No.206 Makassar Jl. Perintis Kemerdekaan Km.13 Makassar Jl. Aroeapa No.255 Makassar.

Data pada *caption Instagram* di atas memiliki Kosakata "big sale up to 40%" dalam bahasa Indonesia dapat diterjemahkan sebagai "diskon besar hingga 40%". Kontribusi atau makna dari ungkapan

ini adalah memberikan informasi kepada konsumen bahwa ada penawaran dengan diskon yang signifikan, yaitu mencapai 40%, pada produk atau layanan tertentu dalam periode waktu tertentu. Dalam konteks pemasaran, ini merupakan strategi untuk menarik perhatian konsumen, menggoda mereka untuk membeli produk dengan harga yang lebih murah daripada harga normal. Diskon besar sering digunakan untuk meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan baru, serta memberi insentif kepada pelanggan lama untuk berbelanja lebih banyak.

Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Caption* ini memberi kesempatan untuk mempelajari beberapa kosakata dan frasa yang sering digunakan dalam konteks promosi dan penjualan di Indonesia, seperti "big sale," "diskon," dan "stok terbatas." Selain itu, pembelajar bahasa Indonesia dapat mengenal penggunaan angka dalam konteks diskon dan penawaran, serta struktur kalimat yang menggugah minat pembaca untuk melakukan pembelian, yang dapat memperkaya pemahaman bahasa dalam situasi sosial dan komersial.



(20) Akun *Instagram* @b.s 4 April 2025: dengan *caption* Akhir Bulan Bikin Kantong Kering? Eittsssss Tenangggg.....Bunoshopp28 Solusinya... Banyak Promo Menarik Ngga Bikin Dompot Kamu Menangisss Promonya Berlaku 25 April - 30 April 2025 Di All Store Bunoshopp28 Bunoshopp28 Perintis Kemerdekaan Km13 Bunoshopp28 Abdullah Dg Sirua No 206 Bunoshopp28 Aroeppala No 255. #promo #tokokosmetik #tokokosmetikmurah #makassarinfo #makassar

Data pada *caption Instagram* di atas memiliki Kosakata "Promonya berlaku 25 April 2025 di all store" memiliki kontribusi:

a) Menyediakan informasi tentang tanggal promo (25 April 2025).

b) Menentukan lokasi promo (all store).

c) Membangun kesadaran dan minat konsumen untuk memanfaatkan promo.

Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. Caption ini memperkenalkan kosakata dan frasa yang berkaitan dengan waktu dan lokasi, seperti "berlaku," "spesial," dan "all store." Pembelajar dapat memahami penggunaan tanggal dalam konteks promosi serta bagaimana mengungkapkan informasi tentang batas waktu penawaran. Penggunaan kalimat ajakan seperti "jangan lewatkan" dan "ayo" juga dapat meningkatkan keterampilan berbicara dalam bahasa Indonesia dengan cara yang bersifat mengundang atau mendesak pembaca untuk bertindak.



(21) Akun Instagram @s.k 25 Maret 2025: dengan caption Order 1800 pcs dari Tana Toraja? DONE! Salah satu sekolah kece di sana percayakan bajunya ke kami Proses konfeksi +

sablon dikerjakan super teliti oleh tim terbaik kami Dari Makassar untuk Toraja, kami selalu totalitas! Terima kasih untuk kepercayaannya, semoga makin sukses! Next siapa lagi yang mau produksi besar-besaran? DM sekarang ya! Yuk ajak temanmu buat baju seragam bareng kami di alif 77 konfeksi dan sablon, sekarang!!! HUBUNGI KAMI DISINI: *Whatsapp*: 0852 5592-9551 atau KLIK LINK DI BIO *Instagram*: [@alif77konfeksi_sablon](#) Alamat: Jl. Pelita Raya No. 7 A Makassar

[#sablonkaosmurah](#) [#sablonmakassar](#) [#konveksimakassar](#) [#ajumks](#) [#sablonmks](#) [#sablonmurah](#) [#seragamsekolah](#) [#bajubanyak](#) [#makassar](#) [#sulawesiselatan](#) [#konveksiterkenal](#) [#konveksimks](#) [#konveksimakassar](#) [#konveksimurah](#) [#sablonkaos](#) [#bajukomunitas](#) [#event](#) [#bajuseragam](#) [#bajuseragamkeluarga](#)

Data (21) pada *caption Instagram* di atas memiliki Kosakata "next siapa lagi yang mau produksi besar-besaran? DM sekarang ya!" dalam bahasa Indonesia mengandung makna ajakan atau pertanyaan yang meminta orang lain untuk segera menghubungi atau memberikan respons jika mereka tertarik untuk memulai produksi dalam skala besar. "Next" di sini mengacu pada langkah atau pihak berikutnya yang akan berpartisipasi dalam produksi besar-besaran, sementara "DM sekarang ya!" adalah ajakan untuk mengirimkan pesan langsung (direct message) segera.

Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. Caption ini mengenalkan kosakata yang sering digunakan dalam dunia bisnis dan pemasaran, seperti "produksi besar-besaran" yang mengacu pada proses produksi dalam jumlah besar, serta frasa "DM sekarang ya" yang merupakan singkatan dari Direct Message dan mengajak audiens untuk berkomunikasi langsung. Pembelajar

bahasa Indonesia dapat mempelajari cara menggunakan kalimat ajakan yang bersifat informal namun langsung, yang umum ditemukan di media sosial. Selain itu, pembelajar bisa memahami penggunaan kata-kata yang bersifat mendesak dan relevan dalam dunia digital, memperkaya pemahaman mereka tentang komunikasi bisnis di media sosial.

4. Kosakata baru

Kosakata baru *online shop* adalah istilah-istilah yang muncul atau populer seiring berkembangnya aktivitas jual beli secara daring (online). Kosakata ini digunakan untuk mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli dalam transaksi digital.





(22) Akun *Instagram* @ o.s 22 April 2025: dengan *caption* Omorfo Shop Kedatangan Yang Lagi Viral Nihh. TimePhoria udah *READY* di Omorfo Shop lho *Sister*, produk yang lagi diomongin di mana-mana ini siap bikin tampilan kamu makin *glow up* tanpa ribet. Harganya juga okee banget, jangan sampe keduluan orang lain! Info terbaru yang Minfo dapet sih, lagi otw ke toko nihh hari ini, jangan lupa mampir ke Omorfo Shop yachh!!

Shopee & Tokopedia : omorfoshop

Instagram & Tiktok : omorfoo_shop

10 Pagi - 11 Malam

OMORFO SHOP YOUR BEAUTY BESTIE FOREVER

Jl. A.P Pettarani 2 No. 20 Makassar Jl. Tun Abd Razak, Samata

Gowa Jl. Nusa Tamalanrea Indah

#tokoskincare #makassar #kosmetikviral #viral #kosmetikmurah #murce #omorfomurce #makassarinfo #makassardagang #infopromo #infopromomakassar #diskon #skincaremurahme ria #makeupmurah #ramadhan #fyp #foryou

Data (22) pada *caption Instagram* di atas memiliki Kosakata "udah ready di Omorfo" dalam konteks online shop di Instagram bisa seperti ini:

"Udah ready di Omorfo, yuk buruan order sebelum kehabisan! Barang-barang kece dan siap kirim hanya di Omorfo. Cek sekarang!"

Kontribusinya dalam pembelajaran bahasa Indonesia adalah memperkenalkan kosakata yang mencerminkan penggunaan bahasa gaul atau slang dalam komunikasi digital, khususnya di platform seperti Instagram. "Udah ready di Omorfo" menunjukkan bagaimana bahasa Indonesia berkembang dengan penambahan elemen merek atau platform dalam percakapan sehari-hari, serta bagaimana bahasa tersebut semakin terintegrasi dengan budaya e-commerce. Ini memberikan kesempatan bagi pelajar untuk memahami cara-cara informal berkomunikasi yang sering dipakai di media sosial dan dunia bisnis online.



- (23) Akun *Instagram* @a.i 25 April 2025: dengan *caption* *Onyx Skirt* pilihan pas buat tampil *stylish* di acara spesial! Dengan desain simpel dan motif eksklusif, rok ini siap bikin penampilanmu makin elegan Tersedia dalam dua warna andalan: Hitam & Putih Dan yang paling seru harganya cuma 100 ribuan aja! Worth it banget, kan? Daftar Harga
5XL : 114.000
6XL : 119.000
Detail Produk Bahan *Jaquard Viscosse full motif*, Rok *cutting mayung*, Lingkar pinggang karet *rib*, Ada saku disebelah kanan, Penutup resleting dan pengngait dibagian belakang, Aksesoris klim V dibagian depan.

Data (23) pada *caption Instagram* di atas memiliki kosakata dalam kalimat "harganya cuma 100 ribuan aja! Worth it banget, kan?" memiliki kontribusi dalam bahasa Indonesia yang menunjukkan cara berkomunikasi yang santai, tidak formal, dan mudah dipahami dalam percakapan sehari-hari. Berikut penjelasannya:

"100 ribuan" merujuk pada angka yang lebih kurang sekitar 100 ribu, menggunakan kata ribuan untuk menunjukkan nilai perkiraan.

Aja adalah bentuk tidak formal dari kata saja, yang digunakan untuk menyatakan sesuatu yang tidak terlalu banyak atau tidak terlalu berat.

Worth it adalah serapan dari bahasa Inggris yang artinya sebanding dengan usaha, biaya, atau nilai yang dikeluarkan, dalam hal ini mengindikasikan bahwa barang atau hal tersebut sangat berharga dengan harga yang ditawarkan.

Banget digunakan untuk memberikan penekanan lebih, artinya sangat atau banget memperkuat kata *worth it*.

kan? adalah bentuk pertanyaan yang digunakan untuk meminta persetujuan atau konfirmasi dari pendengar, mirip dengan "kan?" dalam bahasa Indonesia yang sering diucapkan dalam percakapan sehari-hari.

Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. Caption ini memperkenalkan kosakata percakapan sehari-hari seperti cuma, ribuan, dan *worth it* banget, yang mencerminkan penggunaan bahasa informal dan campuran Indonesia-Inggris di media sosial. Pembelajar bahasa Indonesia dapat memahami bagaimana bahasa digunakan untuk menarik perhatian audiens muda dengan gaya santai dan persuasif. Ini juga membantu mereka mengenal gaya berpromosi yang menggunakan kalimat pendek, ekspresif, dan langsung untuk membangun kedekatan dengan pembaca.



(24) Akun Instagram @a.i 22 April 2025: dengan caption *Bestiee*, celana superPW ini balik lagi nih! Hauler Joger Cargo bahannya dari linen rami yang adem & nyaman banget! cocok buat ngantor atau santai di rumah. Harga? Masih 100k dong! Ukuran jumbo? ADA!! Yuk buruan CO sebelum kehabisan lagi

IDR

2XL : 99.000

3XL : 101.000

4XL : 103.000

Detail Produk

Bahan dari Linen Rami, Varisi 2 saku dan 2 kantong di kanan-kiri, Pinggang full karet (bumil friendly) Lingkar bawah full karet

Detail Size

Size. 2XL / 3XL / 4XL

Lingkar pinggang . 68-120 / 68-130 / 74-145

Lingkar pinggul . 140 / 150 / 160

Lingkar Paha . 80 / 90 / 100
 Lingkar Kaki . 25-50 / 28-55 / 28-60
 Panjang Celana . 98 / 100 / 100
 Tinggi Pesak . 40 / 43 / 48

Data (24) pada *caption Instagram* di atas memiliki kosakata “yuk buruan CO sebelum kehabisan lagi”.

Yuk Ayo (ajakan santai)

Buruan Cepat / Segera

CO = Checkout (selesaikan pembayaran / transaksi)

Sebelum kehabisan lagi = Supaya tidak kehabisan (stok) untuk kedua kalinya

Kosakata "Yuk buruan CO sebelum kehabisan lagi" memiliki kontribusi yaitu meningkatkan urgensi pembelian, mendorong pelanggan checkout lebih cepat, mengurangi risiko kehabisan stok, Meningkatkan penjualan. Dengan menggunakan kalimat ini, Anda dapat memotivasi pelanggan untuk segera checkout sebelum produk kehabisan.



(25) Akun *Instagram* @c.i 19 April 2025: dengan *caption* Yang alisnya tipis buruan merapat! Ini solusi instan buat kamu! Udah nggak tahu ngalis, plus alis tipis *perfect combo* banget masalahnya! Tapi tenang, produk ini hadir buat atasi itu semua dan buat alis kamu jadi tebal natural Fyi serum ini nggak cuma buat alis loh! Tapi bisa juga buat bulu mata makin lentik dan tebal. Buat Sahabat Citra yang punya masalah seperti di atas buruan dapatkan produk ini, dijamin nggak buat kamu nyesal loh!

#alis #serum #theoriginote #glad2glow #wardah #somethinc #hiddengem #tokoskincare #tokoskincareviral #tokoskincaremurah #tokosmetik #tokosmetikviral

Data (24) pada *caption Instagram* di atas memiliki kosakata buruan merapat secara informal berarti segera datang" atau "segera lihat dan beli. Biasanya digunakan di caption atau story untuk

menciptakan rasa urgensi supaya followers cepat mengunjungi akun atau membeli produk. Kontribusi dalam pembelajaran bahasa:

Memperkenalkan ragam bahasa informal: Kosakata seperti ini membantu pembelajar bahasa (terutama pemula atau penutur asing) memahami bahasa sehari-hari yang lebih kasual dibandingkan bahasa formal.

Mengasah kepekaan konteks yaitu kata merapat dalam konteks formal berbeda makna, tapi di media sosial berarti ikut bergabung atau datang ke acara/akun tertentu.

Meningkatkan pemahaman budaya digital yaitu memahami kosakata seperti buruan merapat membantu pelajar memahami budaya interaksi online di Indonesia, khususnya di platform seperti Instagram.

Mendorong penggunaan ekspresi yaitu pelajar bisa belajar bagaimana membangun kalimat persuasif, santai, dan menarik ala dunia marketing media sosial. Kemudian dianalisis satu persatu sesuai dengan data yang disajikan.

B. Pembahasan

Bagian ini akan membahas temuan data yang telah di deskripsikan pada bagian sebelumnya kosakata online shop dalam

caption instagram yang mengacu pada pertanyaan yang telah di rumuskan pada bagian bab satu.

Hasil penelitian pada bagian kosakata *online shop* di media sosial *instagram* dan kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia. bertujuan untuk menemukan kosakata dan kontribusi dalam pembelajaran bahasa indonesia. Penelitian ini mengkaji kosakata dasar, kosakata umum, kosakata khusus, kosakata baru pada *online shop* di media sosial *instagram*. Pada kosakata di media sosial. Kosakata *online shop* di media sosial *Instagram* merujuk pada istilah-istilah yang digunakan oleh pemilik toko atau penjual dalam mengelola bisnis dan berinteraksi dengan pelanggan melalui *platform Instagram*. Kosakata ini mencakup berbagai konsep dan fitur yang berkaitan dengan pemasaran, transaksi, dan promosi produk atau layanan di *Instagram*.

Kosakata dasar yang paling umum digunakan dalam dunia belanja *online* atau *e-commerce*. Kosakata ini berkaitan dengan proses dasar yang terjadi saat seseorang membeli atau menjual barang secara *online*. Akun *Instagram @ omorfoo_shop* Kosakata dasar.

Kosakata umum tidak terbatas pada satu area saja, tetapi meliputi berbagai kegiatan yang terjadi dalam ekosistem *e-commerce*, baik dari segi transaksi, promosi, maupun layanan pelanggan. Pada *caption instagram @bunoshopp28* menggunakan

kosakata tidak terbatas pada satu area saja.

Kosakata khusus yang digunakan secara spesifik dalam kegiatan jual beli daring dan tidak umum dipakai di luar konteks tersebut. Kosakata ini membantu memperjelas proses transaksi antara penjual dan pembeli. Akun *Instagram* @sentral menggunakan kosakata yang sering dipakai oleh orang-orang yang berdagang melalui media sosial yang tidak digunakan bidang lain untuk mempromosikan sebuah produk.

Kosakata baru yang muncul atau populer seiring berkembangnya aktivitas jual beli secara daring *online*. Kosakata ini digunakan untuk mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli dalam transaksi digital. Akun *Instagram* @akavi.id dan Akun *Instagram* @citracosmetic_id pada *caption* akun tersebut mempermudah komunikasi dan pembeli dalam proses transaksi digital.

Kontribusi *Online Shop* di Media Sosial Instagram dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. Meningkatkan kosakata bahasa Indonesia terkait *online shop*, memperkenalkan istilah-istilah baru dalam konteks *online shop*, meningkatkan kemampuan menggunakan bahasa Indonesia dalam situasi nyata, menyediakan contoh penggunaan bahasa Indonesia dalam konteks autentik, meningkatkan motivasi belajar bahasa Indonesia melalui konteks *online shop* yang menarik dan relevan, meningkatkan kemampuan

berkomunikasi efektif dalam bahasa Indonesia, meningkatkan kemampuan menggunakan bahasa Indonesia dalam komunikasi *online shop*, meningkatkan kemampuan memahami bahasa Indonesia dalam konteks *online shop*, memperkenalkan variasi bahasa dan ekspresi yang digunakan dalam *online shop*, meningkatkan kemampuan menggunakan bahasa Indonesia dalam berbagai situasi dan konteks, meningkatkan kemampuan menulis deskripsi produk yang efektif, meningkatkan kemampuan membuat kalimat promosi yang menarik, meningkatkan kemampuan berinteraksi dengan konsumen dalam bahasa Indonesia, meningkatkan kemampuan memahami kebutuhan dan preferensi konsumen, meningkatkan kemampuan menggunakan bahasa Indonesia dalam strategi pemasaran *online*, meningkatkan kemampuan menganalisis pasar dan target *audiens*, meningkatkan kemampuan membuat konten yang relevan dan menarik meningkatkan kemampuan menggunakan bahasa Indonesia dalam branding dan pemasaran, meningkatkan kemampuan membangun hubungan dengan konsumen, dan meningkatkan kemampuan menggunakan bahasa Indonesia dalam situasi bisnis *online*.

Temuan penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan peneliti yang berjudul "Variasi Bahasa dalam Media sosial (Kajian Sociolinguistik) sama-sama mengkaji tentang *caption instagram* bertemakan pada *fashion* dan kosmetik yang cenderung bertujuan

untuk mempromosikan dengan menggunakan bahasa yang memberikan rujukan dari dirinya untuk mengulas produk yang di promosikan dan memberikan informasi nama tempat harga *brand* dari produk tersebut dengan menggunakan fitur lokasi. Sehingga konsumen dapat menikmati pembelajaran.

Penelitian ini memiliki tujuan yang sama, dalam penelitian yang berjudul “Mengembangkan Penguasaan Kosakata Pada Anak Tunarungu Studi Kasus Menggunakan Media *Swishmax*” penguasaan kosakata digunakan untuk Memahami dan menyampaikan pesan dengan memiliki kosakata yang cukup, seseorang bisa lebih mudah memahami bacaan, percakapan, atau instruksi, serta menyampaikan pikiran atau perasaan secara jelas.

Maka dalam hasil penelitian kemampuan berbahasa yang baik dapat di pengaruhi oleh penerima kosakata dari media sosial dan berpengaruh terhadap perhatian pembaca *caption*, hal ini dapat meyakinkan orang atau mendukung pernyataan yang di sampaikan. Pernyataan yang di buat dalam *caption instagram* tersebut berupa mempromosikan produk, bertujuan untuk menarik emosional seseorang untuk membeli. Pada *caption online shop di instagram* yang membahas *fashion* dan kosmetik produk kecantikan menggunakan kosakata.

Temuan penelitian ini dengan judul “Media Sosial, Sumber Keberagaman Alternatif Remaja” media sosial melalui koneksi internet secara potensial, suka atau tidak, juga telah membawa transformasi fundamental dengan menghadirkan bentuk *ciberreligion*. Namun begitu, masalah kepercayaan dan spiritualitas bukan berarti merupakan topic yang tidak jelas secara online. Di Indonesia jumlah *website*, *situs*, dan *blog* berlabel Islam yang memasok informasi keagamaan mencapai ribuan hingga puluhan ribu, menteri agama Lukman Hakim Saifuddin sempat mengungkapkan keemasannya dalam sebuah seminar “deradikalisasi di media sosial”.

Dalam Media Sosial Instagram” media sosial *instagram* umumnya merupakan bentuk yang diambil dari pengeklalan huruf, suku, huruf dan suku tanpa memperhatikan aturan yang berlaku. Abreviasi tersebut ada yang mengikuti pola lama dan ada pula yang membentuk pola baru. Selanjutnya, abreviasi yang dibentuk berdasarkan kepanjangannya ada yang bersifat konvensional dan nonkonvensional. Abreviasi dalam media sosial *instagram* sangat beragam dan cenderung dipaksakan. Hal tersebut tentu menjadi beban makna bagi bahasa Indonesia itu sendiri. Di samping itu, penggunaan abreviasi yang sering digunakan juga dapat menggeser beberapa makna kosakata dalam bahasa Indonesia.

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Penelitian ini menganalisis tentang kosakata *online shop* di media sosial *instagram* mendeskripsikan dan memaparkan temuan dari analisis data. Pengumpulan data-data bersumber dari 5 (lima) *Online Shop* yaitu @o.s, @b.s, @s.k, @a.i, dan @c.i. Dari hasil temuan dan pembahasan dapat disimpulkan antara lain:

kosakata dapat dibedakan dalam penguasaan yang aktif-produktif dan penguasaan yang pasif-reseptif. Lebih jauh lagi ia menjelaskan bahwa kosakata yang merupakan bagian dari penguasaan aktif-produktif sering dikenal sebagai kosakata aktif, yaitu kosakata yang dapat digunakan seorang pemakai bahasa secara wajar, dan tanpa banyak kesulitan dalam mengungkapkan dirinya. Sebaliknya kosakata yang merupakan bagian dari pasif-reseptif (kosakata-pasif), seorang pemakai bahasa orang lain, tanpa mampu menggunakannya sendiri secara wajar dalam ungkapan-ungkapannya.

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis data, kosakata *online shop* di media sosial *instagram* dan kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia secara umum dapat disimpulkan

bahwa terdapat kontribusi antara *online shop* terhadap pembelajaran bahasa Indonesia.

B. SARAN

Saran Peneliti memiliki saran dari hasil penelitian ini kepada peneliti lain yang tertarik mengkaji tentang kosakata *online shop* dalam *caption instagram* yang berfokus pada kosakata dan kontribusi dalam pembelajaran bahasa Indonesia

Selain penggunaan kosakata, terdapat berbagai kajian yang berhubungan dengan bahasa Indonesia dalam *online shop* di media sosial *instagram* (kajian analisis kosakata) maupun *online shop* lainnya yang dapat di jadikan bahan penelitian tesis kebahasaan.

Selain *online shop* yang ada di *instagram* ada banyak data yang dapat dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian kebahasaan khususnya penggunaan kosakata.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A. Chaedar. 1993. *Pengantar Sosiologi Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Alwi, Syafaruddin. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Strategi Keunggulan Kompetitif*. BPFE UGM, Yogyakarta.
- Alwi, Hasan, dkk. 1999. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Djiwandono, M. Soenardi. (1996). *Psikologi Bahasa: Pengantar Pemahaman Bahasa*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Djiwandono, Soenardi. M. (1996). *Tes Bahasa dalam Pengajaran*. Bandung: ITB.
- Halim, A., Burhan, M. N., & Al Rasyid, H. M. (1988). *Linguistik umum*. Jakarta: Depdikbud.
- Hatta, M. (2018). *Media sosial: Sumber keberagaman alternatif remaja*. Jurusan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Irsyad, N. A. (2023). *Variasi bahasa dalam media sosial: Kajian sosiolinguistik* (Tesis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia).
- Keraf, Gorys. 2009. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- Keraf, Gorys. 1984. *Tata Bahasa Indonesia*. Flores: Nusa Indah.
- Kridalaksana, Harimurti. 1984. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Verlin, S., Dravis, M., & Hasjim, M. (2018). *Abreviasi dalam media sosial*. Program Studi Bahasa Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Hasanuddin.
- Noviawati, P. (2017). *Mengembangkan penguasaan kosakata pada Anatuna Rungus: Studi kasus menggunakan media SWIXMAX*.

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Malang.

Poerwadarminta. 1987. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Ramadhan, Arriqzi. 2019. *Pengaruh Penguasaan Tata Bahasa dan Kosakata Terhadap Kemampuan Memahami Teks Deskriptif Bahasa Inggris*. Jurnal Pembelajaran Bahasa, (Online), diakses 5 September 2023.

Rianto, K Dian. 2021. *Analisis Penggunaan Kosakata Pada Akun Instagram Resmi Uin Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung*. Jurnal Skripta, 7(2), 03-04.

Soedjito. (1992). *Kosakata Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Tarigan, Henry Guntur. 1994. *Membaca Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung. Penerbit Angkasa.

Taswiyah. Imron. 2021. *Persepsi dan Preferensi Ibu Rumah Tangga Terhadap Sistem Berbelanja Secara Online/Online Shop*. Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, (Online) diakses 5 September 2023.

Triami Putri, Oktaviani, 2016. *Peningkatan Penguasaan Kosakata Bahasa Inggris Menggunakan Media Flashcard di SD Negeri Sukokarsan*. 2 yogyakarta, edisi 4.

Wiyanti, Endang . (2021). *Peran Minat Membaca Dan Penguasaan Kosakata Terhadap Keterampilan Berbicara Bahasa Indonesia*. Universitas Indraprasta PGRI. (diakses tanggal 13 April 2025)

Yunisah, Aris. (2007). *Pengaruh Media Audio Visual Terhadap Penguasaan Kosakata Bahasa Indonesia Siswa Kelas VII SMP 1 Depok, Sleman, Yogyakarta*. Skripsi. FBS-UNY.

KORPUS DATA

NO	Hari/ Tanggal	Kosakata	Caption	Nama Akun (User name)
1.	22 April 2025	Kosakata Khusus	“ THR KALIAN UDAH CAIR KAN??? Gasss borong <i>promo</i> Omorfo dong <i>sister</i>, biar pas Lebaran kalian semakin <i>Glowing</i> Catet tangganya yaa <i>Promo</i> THR Turun Harga Ramadan 26-31 Maret 2025 <i>Promonya</i> bakalan berbeda setiap harinya loh See you <i>Shopee & Tokopedia</i> : <i>omorfo</i>shop <i>Instagram & Tiktok</i> : <i>omorfoo_shop</i> OMORFO SHOP YOUR BEAUTY BESTIE FOREVER Jl. A.P Pettarani 2 No. 20 Makassar Jl. Tun Abd Razak, Samata Gowa Jl. Nusa Tamalanrea Indah #tokoskincare #makassar #kosmetikviral #viral #kosmetikmurah #murce #omorfomurce #makassarinfo #makassardagang #infopromo #infopromomakassar #diskon #skincaremurahmeriah #makeupmurah #ramadhan #fyp #foryou	@o.s
2.	26 Maret 2025	Kosakata umum	Mana nihh yg udh nungguin promo THR?? MERAPAT yukk <i>sister</i> Cuma dgn 14 RIBU ajaa udh bisa ngeBORONG <i>promonyaa</i> dongg !! 14 RIBU GET 2!! Produknya bisa di MIX yaa Yukk jgn sampai kehabisan <i>sister</i>. Siapin amunisi <i>sister</i> buat lebaran	@o.s

			Promonya berlaku : 26-31 Maret 2025 Offline Store <i>Shopee & Tokopedia</i> : omorfoshop <i>Instagram & Tiktok</i> : omorfoo_shop 10 Pagi - 11 Malam OMORFO SHOP YOUR BEAUTY BESTIE FOREVER Jl. A.P Pettarani 2 No. 20 Makassar Jl. Tun Abd Razak, Samata Gowa Jl. Nusa Tamalanrea Indah #tokoskinicare #makassar #kosmetikviral #viral #kosmetikmurah #murce #omorfomurce #makassarinfo #makassardagang #infopromo #infopromomakassar #diskon #skincaremurah #ramadheriah #makeupmurah #ramadhan #fyp #foryou	
3.	22 April 2025	Kosakata baru	Omorfo Shop Kedatangan Yang Lagi Viral Nihh. <i>TimePhoria</i> udah <i>READY</i> di Omorfo Shop Iho Sister, produk yang lagi diomongin di mana-mana ini siap bikin tampilan kamu makin <i>glow up</i> tanpa ribet. Harganya juga okee banget, jangan sampe keduluan orang lain! Info terbaru yang Minfo dapet sih, lagi otw ke toko nihh hari inii, jangan lupa mampir ke Omorfo Shop yachh!! <i>Shopee & Tokopedia</i> : omorfoshop <i>Instagram & Tiktok</i> : omorfoo_shop 10 Pagi - 11 Malam OMORFO SHOP YOUR BEAUTY BESTIE FOREVER Jl. A.P Pettarani 2 No. 20 Makassar Jl. Tun Abd Razak, Samata	@o.s

			Gowa Jl. Nusa Tamalanrea Indah <u>#tokoskinicare</u> <u>#makassar</u> <u>#kosmetikviral</u> <u>#viral</u> <u>#kosmetikmurah</u> <u>#murce</u> <u>#omorfomurce</u> <u>#makassarinfo</u> <u>#makassardagang</u> <u>#infopromo</u> <u>#infopromomakassar</u> <u>#diskon</u> <u>#skincaremurah</u> <u>#makeupmurah</u> <u>#ramadhan</u> <u>#fyp</u> <u>#foryou</u>	
4.	17 April 2025	Kosakata dasar	RAMADHAN GIFT THREATS EMINA Ada promo lagi nihh dari emina. Discount 25% Selected item (Berlaku di semua cabang 28-31 Maret 2025) Buy 1 get 1 (Berlaku di Omorfo Gowa 28 Maret 2025 STOK TERBATAS). Tukar Cangkang (Belaku di Omorfo Gowa 29 Maret 2025 20.00-21.0). Rules "Buat konten tiktok Berkaitan dengan promo Omorfo, link konten kirim di DM, nanti konten yang menarik akan di DM untuk diberikan kode Tukar Cangkangnya" Gass langsung ke storee Omorfo Promonya berlaku : 26-31 Maret 2025 Offline Store Shopee & Tokopedia : omorfoshop Instagram & Tiktok : omorfoo_shop 10 Pagi - 11 Malam OMORFO SHOP YOUR BEAUTY BESTIE FOREVER Jl. A.P Pettarani 2 No. 20 Makassar Jl. Tun Abd Razak, Samata Gowa Jl. Nusa Tamalanrea Indah <u>#tokoskinicare</u> <u>#makassar</u> <u>#kosmetikviral</u> <u>#viral</u> <u>#kosmetikmurah</u> <u>#murce</u> <u>#omorfomurce</u> <u>#makassarinfo</u> <u>#makassardagang</u> <u>#infopromo</u> <u>#infopromomakassar</u>	@o.s

			sar #diskon #skincaremurahmeriah #makeupmurah #ramadhan #fyp #foryou	
5.	17 April 2025	Kosakata Khusus	So excited nihh Siap-siap buat besok yaa sister Promo akhir bulan yang super WORTH IT khusus buat sister dongg “Diskon Gajian Omorfo” pot up to 100 RIBU, tebus murah 2k, buy 1 GET 1, bundle deals, flash sale 9.900, Jangan sampai kelewatan lohh. Promonya berlaku : 25-30 April 2025 Offline Store Shopee & Tokopedia : omorfoishop Instagram & Tiktok : omorfoo_shop 10 Pagi - 10 Malam OMORFO SHOP YOUR BEAUTY BESTIE FOREVER Jl. A.P Pettarani 2 No. 20 Makassar Jl. Tun Abd Razak, Samata Gowa Jl. Nusa Tamalanrea Indah #tokoskincare #makassar #kosmetikviral #viral #kosmetikmurah #murce #omorfomurce #makassarinfo #makassardagang #infopromo #infopromomakassar #diskon #skincaremurahmeriah #makeupmurah #ramadhan #fyp #foryou	@o.s
6.	3 Maret 2025	Kosakata Khusus	SPECIAL RAMADHAN 2025 Big Sale Up To 40% !! Produk kecintaan Ayank termasuk gak !? SAVE THE DATE 3 - 9 Maret 2025 Bulan Ramadhan yukk bersihkan hati dan mempercantik diri With Sale Bunoshopp28 jangan lewatkan Promo Big Sale Ramadhan ini yaa Ayank Your Beauty Haul Berlaku di semua Offlinestore	@b.s

			Bunoshopp28. Jl. Abdullah Daeng Sirua No.206 Makassar Jl. Perintis Kemerdekaan Km.13 Makassar Jl. Aroeppala No.255 Makassar.	
7.	4 April 2025	Kosakata umum	Ada yang mau? Spesial Ramadan!! Flash Sale Serba 50 Ribu Limited Stock, siapa cepat dia dapat (khusus dalam keranjang Keramat) Berlaku Offlinestore Cabang Perintis. 22 Maret 2025 Flash Sale jam 8 Malam jangan ketinggalan!! buruan ke Store Pink Bunoshopp28 Perintis Kemerdekaan Jl. Perintis Kemerdekaan Km.13 Makassar (Sebelum Mcd Daya, samping Pegadaian).	@b.s
8.	4 April 2025	Kosakata Khusus	Akhir Bulan Bikin Kantong Kering? Eittsssss TenanggggBunoshopp28 Solusinya ... Banyak Promo Menarik Ngga Bikin Dompot Kamu Menangisss Promonya Berlaku 25 April - 30 April 2025 Di All Store Bunoshopp28 Bunoshopp28 Perintis Kemerdekaan Km13 Bunoshopp28 Abdullah Dg Sirua No 206 Bunoshopp28 Aroeppala No 255. <u>#promo</u> <u>#tokokosmetik</u> <u>#tokok</u> <u>osmetikmurah</u> <u>#makassarinfo</u> <u>#makassar</u>	@b.s
9.	5 April 2025	Kosakata dasar	“ DISKON UP TO 50% Ambyarrrr banget! Ramadan Sale Belanja Hemat, Jangannn sampai kehabisan produk kecintaan kamu!! SAVE THE DATE 22 - 30 Maret 2025 Waktunya Repurchase Produk kecintaan Ayank!! Mumpung THR udah	@b.s

			cair, Lebaran udah dekat Cuss ke Offlinestore Pink Berlaku Offlinestore Bunoshopp28. Jl. Abdullah Daeng Sirua No.206 Makassar Jl. Perintis kemerdekaan Km.13 Makassar Jl. Aroepala No.255 Makassar.	
10.	5 April 2025	Kosakata umum	Siapa nih yang suka ngeluh make up ngecrack ?? Kuncinya ada di skin prep ya! yuk terapain tahap make up yang benar agar jadi tahan lama dan gak ngecrack, produknya bisa kamu dapatkan di Storepink Bunoshopp28 dengan harga yang terjangkau dan pastinya lengkap. Your Beauty Haul Jl. Abdullah Daeng Sirua No.206 Makassar Jl. Perintis kemerdekaan Km.13 Makassar Jl. Aroepala No.255 Makassar #selfcare #sharemakeup #makeup #fyp #skincare #skincaretips #rekomendasi #makassarhits #skincaremakassar #cantik #infomakassar	@b.s
11.	14 April 2025	Kosakata umum	Mark Zuckerberg? Setia banget sama kaos simpel tiap hari Kenapa ya? Karena praktis, nyaman, dan cocok untuk segala cuaca Ada 2 hal penting yang bisa jadi pertimbangan kamu juga: Pilih bahan adem kayak cotton combed 100% katun Bye-bye gerah! Warna & model jangan asal pilih! Sesuaikan dengan kegiatanmu ya~ Kaos premium dari kami? Udah pasti #SahabatSK approved! Yuk ajak temanmu mengenali kaos yang premium bersama kami di Sentral Kaos (Kaos	@s.k

			Premium Grade A Makassar) sekarang HUBUNGI KAMI DISINI: Whatsapp: 0811-4181-291 atau KLIK LINK DI BIO Instagram: @sentral.kaos Facebook: sentral-kaos Alamat: Jl. Pelita Raya No. 7 Makassar #sentralkaos #kaospremiummakassar #kaosmakassar #kaospremium #bahancotton #baju kaos #sablonkaos #polosan #kaos polos #kaos #bajukaosmks #bajupremiummks #premiumkaos #kaosgrosir #kaosmurah #cottoncombed #tshirt #tshirtpremium	
12.	25 Maret 2025	Kosakata Khusus	Order 1800 pcs dari Tana Toraja? DONE! Salah satu sekolah kece di sana percayakan bajunya ke kami Proses konfeksi + sablon dikerjakan super teliti oleh tim terbaik kami Dari Makassar untuk Toraja, kami selalu totalitas! Terima kasih untuk kepercayaannya, semoga makin sukses! Next siapa lagi yang mau produksi besar-besaran? DM sekarang ya! Yuk ajak temanmu buat baju seragam bareng kami di alif 77 konfeksi dan sablon, sekarang!!! HUBUNGI KAMI DISINI: Whatsapp: 0852 5592-9551 atau KLIK LINK DI BIO Instagram: @alif77konfeksi sablon Alamat: Jl. Pelita Raya No. 7 A Makassar #sablonkaosmurah #sablonmakassar #konveksimakassar #ajumks #sablonmks #sablonmurah #seragamsekolah #bajubanyak #makassar #sulawesisekitar #konveksiterkenal #konveksimks #konveksimakassar #	@s.k

			konveksimurah #sablonkaos #bajukomunitas #event #bajuseragam #bajuseragamkeluarga	
13.	21 Maret 2025	Kosakata dasar	Akun <i>Instagram</i> @sentral. Kaos 21 Maret 2025: dengan <i>caption</i> Belanja kaos polos di Sentral Kaos? Dijamin puas maksimal! Dari bahan hingga pelayanan, semuanya kami jaga dengan kualitas premium Kami adalah supplier tangan pertama, jadi harga lebih hemat Bisa nego harga sesuai kebutuhan kamu tanpa ribet! Stok tersedia banyak & selalu update, tinggal order aja Harga terjangkau, tapi rasa kaosnya tetap mahal! Yuk ajak temanmu mengenali kaos yang premium bersama kami di Sentral Kaos (Kaos Premium Grade A Makassar) sekarang HUBUNGI KAMI DISINI: Whatsapp: 0811-4181-291 atau KLIK LINK DI BIO Instagram: @sentral.kaos Facebook: sentral-kaos Alamat: Jl. Pelita Raya No. 7 Makassar	@s.k
14.	3 Maret 2025	Kosakata dasar	Haloo sahabat SK PROMO SPESIAL* BERBAGI RAMADHAN *DISKON* Rp 2.000/pcs ALL ITEM untuk sahabat SK tanpa minimal pembelian kaos polos. Promo ini berlaku mulai tanggal 3-29 Maret 2025. *S&K Berlaku Info. Order : Wa.me/628114181291 Jln. Pelita Raya No. 7A, Makassar Jangan sampai ke skippp yah..!	@s.k
15.	25 April 2025	Kosakata	Onyx Skirt pilihan pas buat tampil stylish di acara spesial! Dengan desain simpel dan	@a.i

		baru	motif eksklusif, rok ini siap bikin penampilanmu makin elegan Tersedia dalam dua warna andalan: Hitam & Putih Dan yang paling seru harganya cuma 100 ribuan aja! Worth it banget, kan? Daftar Harga 5XL : 114.000 6XL : 119.000 Detail Produk Bahan Jaquard Viscosse full motif, Rok cutting mayung, Lingkar pinggang karet rib, Ada saku disebelah kanan, Penutup resleting dan pengngait dibagian belakang, Aksesoris klim V dibagian depan.	
16.	25 April 2025	Kosakata umum	Restock alert - Bordir Jeans Akhirnya balik lagi!!! Yang udah nungguin si gemes ini, waktunya checkout yaa Simple jeans dengan sentuhan bordir flower yang bikin makin lucu, comfy dan super fun! Udah bisa langsung diorder sekarang yaa Detail Produk. Bahan semi jeans (no stretch) Cutting Baggy (bagian bawah lebih kecil) Variasi bordir bunga (hanya dibagian depan) Lingkar pinggang full karet (bisa diadjust dengan tali serut) Kantong kanan dan kiri.	@a.i
17.	25 April 2025	Kosakata dasar	Back In Stock - Jafia Tunik Simple cutting dengan elegant pattern yang manis! Perpaduan warna soft-nya bikin tampilan makin fresh. Dibuat dari cotton sofie yang halus, lembut, dan nyaman banget Harga cuma 120 ribuan aja! Available size LD 120-150 cm. Secantik ini pasti cepet sold out—buruan check out!	@a.i

			Detail Produk Bahan katun sofie (no strech) Tunik cutting a-line Leher berkerah Penutup full kancing (busui friendly) Lengan panjang, pergelangan berkancing Order by DM Now Wa. 0857 8477 2276 Shopee. Akavi_69 Tokopedia. Akavi.id Tiktok'S. Akavi.	
18.	22 April 2025	Kosakata baru	Bestiee, celana superPW ini balik lagi nih! Hauler Joger Cargo bahannya dari linen rami yang adem & nyaman banget! cocok buat ngantor atau santai di rumah. Harga? Masih 100k dong! Ukuran jumbo? ADA!! Yuk buruan CO sebelum kehabisan lagi IDR 2XL : 99.000 3XL : 101.000 4XL : 103.000 Detail Produk Bahan dari Linen Rami,Varisi 2 saku dan 2 kantong di kanan-kiri, Pinggang full karet (bumil friendly) Lingkar bawah full karet Detail Size Size. 2XL / 3XL / 4XL Lingkar pinggang . 68-120 / 68-130 / 74-145 Lingkar pinggul . 140 / 150 / 160 Lingkar Paha . 80 / 90 / 100 Lingkar Kaki . 25-50 / 28-55 / 28-60 Panjang Celana . 98 / 100 / 100 Tinggi Pesak . 40 / 43 / 48	@akavi.id
19.	21 April 2025	Kosakata	“ Back in stock, Woola Pajamas oneset dengan	@a.i

		dasar	bahan rayon yang halus, lembut dan ademnya pake banget karna polosan gini salah satunya bisa dipake buat hangout dipake tidur nyaman dipake buat hangout stylish Daftar Harga LD 120 : 162.000 LD 130 : 164.000 LD 140 : 166.000 LD 150 : 169.000 Wa. 0857 8477 2276 Shopee. Akavi_69 Tokopedia. Akavi.id Tiktok'S. Akavi.	
20.	24 April 2025	Kosakata dasar	Percaya nggak sih, ada cushion yang bonus skincare loh? Yup, kenalin Nuface Cushion Serum! Selain formulanya yang juara, hasilnya juga ringan banget di wajah, super nyaman buat dipakai setiap hari! Mudah diratakan, buildable dari medium sampai high coverage, dan pastinya kasih hasil akhir yang flawless dan dewy loh Fans Fuji pasti udah tahu dong, kalau produk ini sebagus itu! Sahabat Citra wajib banget punya! Apalagi harganya super affordable Tunggu apa lagi? Yuk, cobain sekarang juga! <u>#cushionlokal</u> <u>#makeup</u> <u>#cushionviral</u> <u>#nuface</u> <u>#nufacemakeup</u> <u>#nufaceproducts</u> <u>#flawless</u> <u>#cushionnuface</u> <u>#tokokosmetikmakassar</u>	@citra cosmetic_id
21.	22 April 2025	Kosakata dasar	SPECIAL COLLABORATION (MASIH OPEN REGISTRASI SAMPAI 30 APRIL) Beauties! Kamu wajib datang ke Wardah	@c.i

			Colourverse Makassar x Citra Cosmetic, karena selain bisa tau personal color kamu, kamu juga bisa : Get voucher Wardah 150.000 Get free product + the special paper bag Mix & match outfit sesuai personal colormu Ada photo corner Get free cushion decoration Find your true color, boost your confidence, and enjoy the full beauty experience! Tiket bisa dibeli sekarang hanya 155k via link di bio. #WardahEvent #WardahColourverseMakassar #Colourverse2025	
22.	28 Maret 2025	Kosakata dasar	Siapa bilang cuma perasaan yang bisa sensitif? Wajah juga, loh! Buat Sahabat Citra yang sering ngalamin kemerahan atau susah nemu skincare yang cocok, saatnya coba Sensitive Series dari Skintific! Formula barunya dirancang khusus buat kulit sensitif, bantu nenangin dan perbaiki skin barrier biar makin sehat. Buruan cobain! Masih ada waktu nih perbaiki skin barrier sebelum lebaran #skintific #sensitivemoisturege ! #skintificid #moisturizerXpert #kulitsensitif #shootinggel #moisturegel #rekomendasiproduk #tokoskincare #tokoskincarem akassar #tokoskincaremurah	@c.i
23.	16 April 2025	Kosakata dasar	Yang lain sibuk cari jodoh, kita sibuk cari diskon! Akun <i>Instagram</i> @citracosmetic_id 16 April 2025: dengan caption Eitss nggak usah susah-susah	@c.i

			nyarinya, karena khusus bulan ini CitraCosmetic nyediain diskon UP TO 60%! Sahabat Citra bisa dapet skincare dan makeup impian tanpa bikin kantong kering Kapan lagi kan ada April Promo Terhebat kaya gini, rugi banget kalau nggak ngeborong! So, Cimin tunggu Sahabat Citra di store ya! Ingat, jangan lupa mampir #promoapril #APT #diskonbesar #infopromomakassar #skincaremurah #skincareviral #diskonbesar #tokoskincaremurah #tokoskincareviralmakassar #tokoskincaremakassar #tokokosmetikmakassar #tokokosmetikviralmakassar	
24.	4 April 2025	Kosakata dasar	Stuck dengan yang lama? Dan nggak ada perubahan? Itu artinya saatnya buat naik level! Layaknya series terbaru dari Hanasui Next Level Series Warnanya lebih stunning, kemasannya lebih mewah! So, buat Sahabat Citra yang udah nungguin dari kemarin buruan ke offline store sekarang juga! Karena barangnya udah mendarat nih #hanasuinextlevel #hanasuinextlevelseries #hanasuinextlevelblurrytint #hanasuinextlevelbutterbalmtint #hanasuinextlevelbouncyblush #hanasuinextleveliplastcream #tokokosmetikmakassar #tokokosmetikmurah #okecantikan	@c.i
25.	19 April 2025		Yang alisnya tipis buruan merapat! Ini solusi instan buat kamu! Udah nggak tahu ngalis, plus alis tipis perfect combo banget masalahnya! Tapi tenang,	@c.i

			produk ini hadir buat atasi itu semua dan buat alis kamu jadi tebal natural Fyi serum ini nggak cuma buat alis loh! Tapi bisa juga buat bulu mata makin lentik dan tebal. Buat Sahabat Citra yang punya masalah seperti di atas buruan dapatkan produk ini, dijamin nggak buat kamu nyesal loh! <u>#alis</u> <u>#serum</u> <u>#theoriginote</u> <u>#glad2glow</u> <u>#wardah</u> <u>#somethinc</u> <u>#hiddengem</u> <u>#tokoskincare</u> <u>#tokoskincareviral</u> <u>#tokoskincare murah</u> <u>#tokokosmetik</u> <u>#tokokosmetikviral</u>	
--	--	--	---	--

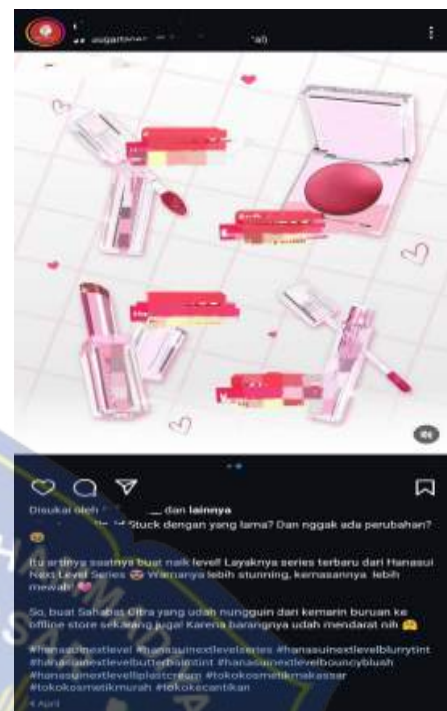




@c.i



@c.i



@b.s



@c.i



@c.i



@a.i



@b.s



2. Kosakata Umum

@o.s



@o.s



@b.s



@s.k



@akavi.id



3. Kosakata Khusus

@o.s



@b.s



4. Kosakata Baru

@c.i



@a.i



@a.i



@c.i





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini;**

Nama : Rahmawati

Nim : 105041101322

Program Studi : Magister Pendidikan Bahasa Indonesia

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	8 %	10 %
2	Bab 2	8 %	25 %
3	Bab 3	10 %	15 %
4	Bab 4	2 %	10 %
5	Bab 5	3 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 20 Mei 2025

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,

Nursimah S. Hum, M.I.P.
NBMT.964.591

BAB I Rahmawati

105041101322

by Tahap Tutup



Submission date: 19-May-2025 10:03PM (UTC+0700)

Submission ID: 2679846063

File name: BAB_I_TESIS_RAHMAWATI_105041101322.docx (13.88K)

Word count: 748

Character count: 4945

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

3%

★ I Gusti Agung Gede Alit Dwi Arcana, Putu Desi Anggerina Hikmaharyanti. "Natural Equivalence in Literal Translation: A Case Study of the Bilingual Magazine LINGO", Kajian Linguistik dan Sastra, 2024

Publication

Exclude quotes

Exclude bibliography

On

On

Exclude matches

2%



BAB II Rahmawati

105041101322

by Tahap Tutup



Submission date: 19-May-2025 10:04PM (UTC+0700)

Submission ID: 2679846620

File name: BAB_II_TESIS_RAHMAWATI_105041101322.docx (24.52K)

Word count: 3425

Character count: 22735

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

yayuhidayah.blogspot.com

Internet Source

4%

2

repositori.uin-alauddin.ac.id

Internet Source

2%

3

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

2%

Exclude quotes

On

Exclude bibliography

On

Exclude matches

< 2%



BAB III Rahmawati

105041101322

by Tahap Tutup



Submission date: 19-May-2025 10:05PM (UTC+0700)

Submission ID: 2679847105

File name: BAB_III_TESIS_RAHEMAWATI_105041101322.docx (13.61K)

Word count: 680

Character count: 4561

BAB III Rahmawati 105041101322

ORIGINALITY REPORT

10%
SIMILARITY INDEX

6%
INTERNET SOURCES

2%
PUBLICATIONS

9%
STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

3%

★ etheses.iainponorogo.ac.id

Internet Source

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On



BAB IV Rahmawati

105041101322

by Tahap Tutup



Submission date: 17-May-2025 09:33AM (UTC+0700)

Submission ID: 2677998577

File name: BAB_IV_TESIS_RAHMAWATI.docx (1.93M)

Word count: 7031

Character count: 44933

BAB IV Rahmawati 105041101322

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet Source

1%

2

123dok.com

Internet Source

1%

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches



BAB V Rahmawati

105041101322

by Tahap Tutup



Submission date: 19-May-2025 09:00AM (UTC+0700)

Submission ID: 2679276749

File name: BAB_V_TESIS_RAHMAWATI_105041101322.docx (13.02K)

Word count: 590

Character count: 3971

BAB V Rahmawati 105041101322

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

3%

★ jurnal.upmk.ac.id

Internet Source

Exclude quotes

On

Exclude bibliography

On

Exclude matches

< 1%



RIWAYAT HIDUP



Rahmawati, Dilahirkan di Jeneponto, 13 September 1999
Anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Moncong dan Layu. Penulis menyelesaikan jenjang pendidikan formal sekolah dasar di SD Negeri Bunga Padi pada tahun 2011. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Budong-Budong, dan melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 3 Budong-Budong, sehingga selesai pada tahun 2017, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikannya di Universitas Muhammadiyah Makassar, pada program Strata Satu (S1), fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan Prodi Bahasa dan Sastra Indonesia pada tahun 2022, kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar, pada program Strata Dua (S2) Fakultas Pascasarjana, Prodi Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dengan Judul Tesis "*Kosakata Online Shop di Media Sosial Instagram dan Kontribusi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia*".