English Loanwords in Indonesian Segmented Magazines

JA'FAR SUBHI

2215121530

A *Skripsi* Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of "Sarjana Pendidikan"

ENGLISH LANGUAGE EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF LANGUAGES AND ARTS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2017

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama	: Ja'far Subhi
No. Registrasi	: 2215121530
Program studi	: Pendidikan Bahasa Inggris
Jurusan	: Bahasa dan Sastra Inggris
Fakultas	: Bahasa dan Seni
Judul Skripsi	: ***English Loanwords in Indonesian Segmented Magazines***

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji, dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I

Dr. Ifan Iskandar, M.Hum
NIP. 19720514199903100 3

Pembimbing II

Dr. Siti Drivoka S, M.Pd.Pd
NIP.19780428200801201 8

Ketua Penguji

Dr. Darmahusni, M.A
NIP. 19580725198703200 1

Penguji Ahli

Dr, Sudarya Permana, M.Hum
NIP. 19740403200112100 4

Jakarta, 7 January 2017
Dekan Fakultas Bahasa dan Seni

Prof. Dr. Aceng Rahmat, M.Pd
NIP. 19571214199003100 1

LIST OF TABLES

		Page
Table 1	Shofa Tartila's (2012) Table of The Frequency of Loanword's Type	14
Table 2	List of Loanwords	29
Figure 1	English Loanwords percentages in four Indonesian Segmented Printed Magazines	31
Table 3	Table of Loan words frequency in Indonesian Printed Magazines	32
Figure 2	Loanword Type in Indonesian Printed Magazines	32
Table 4	Table of loanword frequency from each magazine's cover story	33

LIST OF APPENDICES

Appendix 1 Scanned Indonesian Segmented Printed Magazines Cover Story

Appendix 2 Table of Analysis

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama	: Ja'far Subhi
No. Registrasi	: 2215121530
Program studi	: Pendidikan Bahasa Inggris
Jurusan	: Bahasa dan Sastra Inggris
Fakultas	: Bahasa dan Sastra Inggris
Judul Skripsi	: ***English Loanwords in Indonesian Segmented Magazines***

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji, dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing	**Ketua Penguji**
Dr. Ifan Iskandar, M.Hum	Dr. Darmahusni, M.A
NIP. 197205141999031003	NIP. 195807251987032001
Penguji Materi	**Penguji Metodologi**
Nina Wanda Cassandra, M.Pd	Dra. Helena Damongilala, M.Pd
NIP. 197806022005012002	NIP. 195410031986032001

Jakarta, 5 January 2017
Dekan Fakultas Bahasa dan Seni

Prof. Dr. Aceng Rahmat, M.Pd
NIP. 195712141990031001

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama	: Ja'far Subhi
Nomor Registrasi	: 2215121530
Program Studi	: Pendidikan Bahasa Inggris
Jurusan	: Bahasa dan Sastra Inggris
Fakultas	: Bahasa dan Seni
Judul Skripsi	: ***English Loanwords in Indonesian Segmented Magazines***

Menyatakan bahwa benar skripsi ini adalah hasil karya Saya sendiri. Apabila Saya mengutip dari karya orang lain, maka Saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Bahasa dan Seni – Universitas Negeri Jakarta apabila terbukti Saya melakukan tindakan plagiat.

Demikian saya buat pernyataan ini dengan sebenarnya.

Jakarta, Januari 2017

Ja'far Subhi

NIM. 2215121556

LEMBAR PERNYATAAN UNTUK PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Negeri Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama	: Ja'far Subhi
Nomor Registrasi	: 2215121530
Program Studi	: Pendidikan Bahasa Inggris
Jurusan	: Bahasa dan Sastra Inggris
Fakultas	: Bahasa dan Seni
Judul Skripsi	: ***English Loanwords in Indonesian Segmented Magazines***

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah Saya. Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribuskannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lainnya untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggung jawab Saya pribadi.

Demikian saya buat pernyataan ini dengan sebenarnya.

Jakarta, Januari 2017

Ja'far Subhi

NIM. 2215121530

ABSTRACT

Ja'far Subhi. 2017. English Loanwords in Indonesian Segmented Printed Magazines. Skripsi, Jakarta: English Language Education Study Program, Faculty of Languages and Arts, State University of Jakarta.

This study aims at finding the loanword from four Indonesian Segmented Printed Magazines cover story. This study was carried out from April 2016 to January 2017. The method used in this study was content analysis with data collection procedures through scan, transcribe, and examine the Indonesian segmented printed magazines cover story. The findings shows that there are 570 retrieved words from four Indonesian Segmented Printed magazine's cover story. The research data was four Indonesian Segmented Printed magazines cover story articles namely; Rolling Stone, Marketeers, Pesona and Auto Expert. Researcher founds 570 loanwords which was 311 partial importation loanword type and 259 complete importation loanword type, zero hybrid importation loanword type and zero substitution importation loanword type. The absence of hybrid importation and substitution importation loanword are occur in this research.

Key Words: Indonesian Segmented Printed Magazines, loanword

ABSTRAK

Ja'far Subhi. 2017. Kata Serapan Bahasa Inggris Pada Majalah Cetak Indonesia Bersegmen. Skripsi, Jakarta: Program Studi Bahasa Inggris, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan kata serapan Bahasa Inggris pada keempat majalah cetak Indonesia bersegmen. Penelitian dilaksanakan dari April 2016 hingga January 2017. Metode yang digunakan adalah analisis wacana dengan teknik pengumpulan data melalui pemilihan, pengalihwahanaan artikel cetak dan pengkategorian kata serapan yang terdapat di empat Majalah Cetak Berbahasa Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 570 kata serapan pada empat majalah cetak Indonesia bersegmen. Setelah melakukan pemrosesan pada keempat artikel utama dari empat majalah cetak Indonesia, peneliti mendapati 570 kata serapan dari keempat majalah yaitu ; Rolling Stone, Marketeers, Pesona dan Auto Expert. Peneliti mendapati 311 kata serapan dengan jenis importasi sebagian dan 259 kata serapan dengan jenis importasi sepenuhnya.

Kata Kunci: Majalah cetak Indonesia bersegmen, kata serapan,

ACKNOWLEDGMENT

Bismillahirrahmanirrahim. First of all, the writer would like to express his deepest gratitude to Allah the Almighty for His grace and enormous blessing so that the writer could finish this *skripsi*. He also would like to give her gratitude, respect and appreciation for the following people for their great contribution in the process of writing this *skripsi*:

1. Dr. Ifan Iskandar, M.Hum. , as the writer's *skripsi* advisor. The writer is very thankful for his support, input, advice;
2. Banu Pratitis Ph.D as the writer's academic advisor, who helps the writer during the study;
3. His beloved parents and family for the big support, love, and endless prayer;
4. His friends of '12 DAR, for the happiness, joy, and craziness you've given him in every class since the first meeting;
5. TED (Theatre of English Department) for every weird and unusual practices and experiences;
6. BEM ED 2013, for the love, laugh, cry, sacrifice, joy and happiness and experience for having a great team in any kind of event that we held.
7. His beloved partners in English Department, Luthfi Bachtiar, Hermawan, Doni Prasetyo, thanks for your support, ideas, craziness, happiness, and help;
8. Dikneedtowo, thanks for the story, laugh, knowledge, and experience shared;
9. Sovereign, for the experience and support;
10. Rumah Ozai House and Beach team mate's; Nalendra Yusa Faidil, Hamzah Al Ghazi, Cipta Mulia, Hilman,
11. Amelia Yusuf for the support and understanding. Thanks for keep reminding and praying him;
12. PT Trend Data Indonesia, for the experience and support;
13. All parties whom cannot be mentioned here, for the prayers and supports.

For those people above, May Allah gives His blessing and reward on them. Finally, the writer hopes this study will be beneficial for the readers and can contribute to his beloved English Department.

Jakarta, January 2017

Ja'far Subhi

TABLE OF CONTENT

APPROVAL SHEET…… I

LEMBAR PENGESAHAN…….. Ii

LEMBAR PERNYATAAN……. iii

ABSTRAK…… iv

ABSTRACT……. V

ACKNOWLEDGMENT……. vi

TABLE OF CONTENT…….. vii

CHAPTER I – INTRODUCTION

1.1 Background of the Study……. 1

1.2 Research Question…… 7

1.3 Purposes of the Study…….. 7

1.4 Significance of the Study ……..……... 8

1.5 Scope of the Study……... 8

CHAPTER II – LITERATURE REVIEW

2.1 Study of Loanword...…… 10

2.2 Word Borrowing……...……... 16

2.3 English and Indonesian Sound……...……... 21

2.4 Indonesian Segmented Printed Magazines……..……. 23

2.5 Theoretical Framework…….……..……. 25

CHAPTER III – METHODOLOGY

3.1 Research Method …….……..…….. 26

3.2 Data and Data Sources……. 27

3.3 Data Collection Procedure.……...…… 28

3.4 Data Analysis Procedure…….. 28

CHAPTER IV – FINDINGS AND DISCUSSION

4.1 Data Description……..…. 30

4.2 Findings and Discussion of the Study…….…. 31

4.2.1 Loanword in Four Indonesian Segmented Printed Magazines….. 34

4.2.2 Segment of Magazine Which Uses Loanwords…….… 40

CHAPTER V – CONCLUSION AND RECOMMENDATION

5.1 Conclusion…… 43

5.2 Suggestions…….. 46

References

Appendices

CHAPTER 1

INTRODUCTION

This chapter presents the reason this study was deserved to be given attention in the body of linguistic research, for specific in English Educational Study Program of State University of Jakarta. In this chapter, the researcher presents the background of the study, the research problems of the study, the purpose of the study, the scope of the study and the significance of the study.

1.1. Background of the study

The amount of printed and electronic media is growing rapidly as the journalists or reporters based on The Indonesian Journalists Association (PWI) records has grown to 15,000 members, while the members of the Alliance of Independent Journalists (AJI) are about 2000 members, and the members of the Association Journal Television Indonesia (IJTI) about 1000 members. Not to mention with members of other journalists' organizations. Number of printed media such as newspapers and magazines estimated at 1,324 with a total circulation reached 9.4 million copies of daily newspapers for 240 million people with the state of 28 percent of Internet users, or about 71 million people (APJII, 2014).

There are several possible impacts that may arise when we talk about journalists and news sources that they use in news production. News sources that are open and serving journalists in search of information which later became "media

darling", a media supplier company which may be the advertisers, content itself. This can affect the content that generated by the media journalist itself. The resulting influence can arise from various aspects such as social, economic, political, technological, or linguistic.

When viewed from the social norms prevailing in the community or readers may encourage the creative team of print media to always think about the feasibility or appropriateness of media content they produce. From the linguistics point of view, the creative team of print media need to process the data or news that is not all originate or occur in their country, therefore the skill in choosing words or language switching expertise is required here. On the other hand, the language switching processes may borrow several foreign words to support the idea contained in the article.

The magazine is one of a printed media which is close to their loyal readers. In the digital era, magazines can still be used as an information facilities that is reliable and trustworthy in line with its report and sources validity. Each magazine has its loyal readers for each corresponding topics or domain that taken by the magazine. For Indonesian music enthusiast, Rolling Stones magazine is one of the must-read magazine as it contained current international and domestic issues from music industry and its related.

Along with the latest information and news contained in the article in the magazine, there is also exposure to culture and technology which is developed in accordance with the movement of the progress in the field of science. With

packaging and writing customized with a major theme of the magazines and target readers, magazines can bring ideas from outside to their Indonesian readers by utilizing language as its tool. In the process of making magazines articles, we may or may not facing loan word in it, depends on its article a choice of word and the idea that contained in the article.

In this research, researcher examine how often loanwords appear in magazines' cover story articles that retrieved from PT. Trend Data Indonesia located at East Kemang, South Jakarta. PT Trend Data Indonesia provide researcher the research material in form of printed magazines as PT Trend Data Indonesia (Trendreader). Trendreader was a media monitoring and evaluation company which started by three talented men that came from different backgrounds in 2009. The idea came up after they decided how to capture all the media exposures were more easily and quickly without purchasing the whole newspapers. Hence, they placed the idea into a system, a media monitoring system which turns into a profitable business (Trendreader's Credential, 2016).

Trendreader helps clients to capture all news contents that related to client's business including competitor, and industries news from many kinds of media that clients need. From the regular newspaper that printed and distributed daily nationwide, regional newspaper which also printed daily, segmented printed magazines from several segments namely; automotive, fashion, business, oil and gas, finance, marketing and women, online news channel namely; Kompas.com, TheJakartaPost.com, and bulletin are captured daily to serve the related news for Trendreader's clients.

Trendreader cooperated with numbers of well-known company from many different field, including General Motors Indonesia, Chevrolet sole agent in Indonesia which requiring automotive news from its related industry and their competitors. Pertamina, British Petroleum (BP) from oil and gas industry field. The oil and gas company usually requesting the recent news from their related field including government policy, the international market price and issues related to their product and also the regional news which located near their resource plan.

Trendreader also serving Elevenia from e-commerce industry to capture the direct news that directly mentions Elevenia on its article. Trendreader also captures the competitor news to provide Elevenia daily update of its competitors. The other company that cooperated with Trendreader is Inditex from fashion industry as it holds several well-known clothing brands namely; Zara, Pull and Bear Massimo Dutti and Stradivarius. The data that captured for Inditex was a picture articles that contained the picture of its product or its brand. The other data that Trendreader's media analyst captured was Indonesian articles which may contained loanwords in its articles.

The study of loanword has been done in several field. In literature field, Johann Wolfgang van Goethe in Laurence and Venutti (2012) mentioned that there are three kinds of word borrowing. The first acquaints the foreign language to the user's own terms which assessed fit for a plain prose as its completely neutralizes the formal characteristics of any sort of poetic art and reduces the exuberant wave of poetic enthusiasm to still water.

The second is *parodistic* as the translation processes travels the reader into the foreign situation but only appropriates the foreign idea. The French make use of this style in the translation of all their poetic work. The third was aimed to achieve perfect identity with the original, so that the one does not exist instead of the other but in the other's place.

In his study of loanwords in Thailand historical novel, Phiangjai Lohakart (2009) appointed that the potential cause of loanwords usage in Thailand historical novel was divided into four;

1. Needs, occurs when the English loanword had not yet been coined at the time; transliteration is now immediately important practical, the need of usage that is related to express the new ideas or and inventions.
2. Convenience; occurs when the coinage of loanword has been clear, short and can maintain all original meaning. The coinage would be avoided if the meaning or the definition were too long.
3. Simplicity; occurs related to people preferences to use loanword or transliteration instead of the coinage.
4. Prestige; occurs when the loanword adopted the English loanwords as they can pronounce the English word closely to native speakers. An educated person, including one who has aboard education, who came from wealthy families, an upper middle-class usually use the English loanwords.

On the other hand, Wouter van der Vegt (2014) in his study of loanword entitled "Attitude towards English Loanwords in Dutch News Broadcasts: The Influence of Gender and Age found several reasons which becomes the cause of using loanwords. He stated that his participant was using the English loanword as its consider to be more precise that the other Dutch words. His participant also indicated that, after precision, the loanwords that they used sound better regarding the pronunciation.

Referring to the previous study result of research on loanwords that closely related to researcher's research in loanwords, the loanwords in Mobile Phone Guide Book conducted by Shofa Tartilah (2012) at State University of Jakarta shows that there are 255 loanwords retrieved from five Indonesian Mobile Phone Guide Book.

The data presented in table below;

No.	Type of Loanword	Total	Percentages
1	Partial Importation	156	61%
2	Complete Importation	47	19%
3	Hybrid	13	5%
4	Substitution	39	15%
Total		255	100%

Table 1: Table of The Frequency of Loanword's Type

The data above shows that importation borrowing process of English words into Bahasa in five mobile phone guide book articles dominate the process of word borrowing with 156 loanwords or 61% among the whole articles. Shofa Tartilah predict that the mutual alphabet symbol but sound and pronunciation difference triggered the result. Shofa Tartilah's research are only present the submerged loan word from one segment, technology as Shofa Tartilah using five cellphone user's manual book which cover the technology segment as the research data for her loan word research which resulting 255 loanword from five user's manual book.

Meanwhile, loanword is not only used in technology segment articles. We also may be facing loanword from another segment such as music segment which emerging "radio", Women segment which borrows "sexy", etc. Therefore, researcher would like to conduct loan word research using four Indonesian magazines from four different segment. The loanword research of four different segmented magazines was aimed to find which segmented magazines has the highest amount of loan word.

1.2. Research Question

1. How many loanwords are occurred on four Indonesian Segmented Printed Magazines cover story?
2. What type of English loanwords are found in selected Indonesian Segmented Magazines article?
3. What segment of magazine that use loanwords the most?

1.3. Purpose

1. To accumulate loanwords that shows in selected Indonesian Segmented Magazines cover stories.
2. To classifying types of loanword accord to Haugen's criteria.
3. To finding what magazines' segment that uses loanwords the most.

1.4. Significance of the Study

The significance of this study is for enrich scientific data in linguistics and translation, especially in the discussion of writing related to printed media and the use or choice of words because the data that used by the author are Indonesian Segmented Magazines. It can also theoretically support translators to review the process of translation of English to Indonesian as the data was retrieved from Indonesian Segmented Printed Magazines cover story. In practice, this research may serve a list of Indonesian equivalent word of English loanword which are founded in the selected Indonesian Segmented Printed Magazines to replace loanwords used by translators to interpret the word that translated into Indonesian due to distance of technology, culture, or the availability of the words to describe the item or idea of using Indonesian language.

The finding of this study also relevant for Indonesian English language teachers which still using bilingual language in their teaching and learning process.

The results of this research can be useful for the student who is interested in the field of this discussion.

1.5. Scope of the study

This study focus on loanwords that emerged in printed media. In this study, the researcher use four Indonesian segmented printed magazines' cover story namely *Rolling Stone* from music segment, *Auto Expert* from Automotive segment, *Pesona* from women segment, and *Marketeer* from marketing segment as data source to classify the type of loanwords that emerged in selected Indonesian segmented printed magazine's cover story. To examine which segment use loanword the most, researcher calculating the emerged loanword from each Indonesian printed magazine than drawing the conclusion accord with the spotted data.

CHAPTER II

LITERATURE REVIEW

Second chapter present the topic that related to the study. First, this chapter shows an overview of English loanwords previous study and it cover the classification and other expert opinion. This chapter present the topic that related study of loanwords that researcher conduct. Then this chapter would discuss the word borrowing processes in Indonesia as this study focused on English loanwords that emerged in Indonesian segmented printed magazine's cover story as the researcher would classified the loanword by its processes classification.

2.1. Study of Loanword

Haugen (1950) describe loanwords as a taking over the words from another languages because there is no term or word absence as the new ideas created and that word added as a recipient language. According to Crystal (1991), there is a process of nativization on spelling or pronunciation follows the phonology of the recipient language. Duff (1989) proposes some general principles which are supposed to be relevant: "Many translations do not sound natural. This is because the translator's thoughts and choices of words are too strongly influenced by the original text. A better process to avoid this is to set the text aside and translate a few sentences from memory in order to get the natural patterns of thought in the target language. The translator should not change the style of the original as much as

possible. Changes are likely to happen if it necessary such as, many repetitions or mistakes in writing".

Marcelino (1990) in *Kata Pinjaman Bahasa Barat di Dalam Media Massa Bahasa Indonesia; Suatu tinjauan Fungsional* elaborated and divide the into three factors; linguistics, sociolinguistics, and psycholinguistic. There are four reasons the loanwords occur from the point of linguistic view. First, it occurs because of the lack of vocabulary. The words telepon, radio, energi are borrowed from another language because they are new object in Indonesia.

Larson (1984) the absence or word equivalent in target language occur when new item, a creation, invention, or innovation are created by other country and used by target language or the existence of new concept triggered the used of loan word. For example, the word "SMS", an acronym from short message services which pop out around 19th century in line with the mass production on "cellphone" or now known as "handphone" which also a form of loan word as the item of innovation was not made by Indonesian innovator.

Larson's opinion also supported by Newmark's (1988) theory that mentioned 17 strategies for translation of culture-specific item which mention Borrowing (Transference) or transliteration and loan translation as a strategy on translating or explaining the new idea that emerged. On his journal, Kemmer (2016) said that loanwords are words adopted by the speakers of one language from a different language (the source language). A loanword can also be called a borrowing. The abstract noun borrowing refers into the process of speakers

adopting words from a source language into native language. Both “loan” and “borrowing” are of course metaphors, because there is no literal lending process as there is no “returning” words to the source language.

2.2. Word Borrowing

Wittgenstein (1958) once said that the limits of his language are the limits of its world. Wittgenstein seeing a language as a part of the cultural core, is at the heart of culture. Culture is the product of interacting human mind. In another word, a complete explanation of culture is going to comprise a synthesis of all human science. The word borrowing is one of human’s interaction mind on filling the meaning gap between its participant.

The terminology of borrowing refers that language in contact borrow words from each other, as a strategy to fill gaps in the native language or unknown to the native speaker. The word that borrowed are called loanwords. There are two guide book that explain the rule and policy of borrowing language that writer use as a reference in this research: First is *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia Yang Disempurnakan* (2016) and *Pedoman Pembentukan Istilah* (2005) booth are published by Language Centre Ministry of Education and Culture of Indonesia. On the process of borrowing, some vowels or consonant of an Indonesian word remain as the English word but some of vowels or consonant also must be changed based on Indonesian spelling system rule. There are also adding suffixes in word borrowing process.

Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia Yang Disempurnakan (2016) explained that Indonesian language borrowing aspect are divided into two main class. The first is the incomplete loanword such as *force majeure, de facto and de jure.* This imported words context are used in Indonesian language while its pronunciation and spelling followed the resource language rules. The second is complete borrowed word which its spelling and pronunciation followed Indonesian language rules. The rules of loanword explained as follows:

- /ai/ does not change. For example: caisson → kaison
- /au/ does not change if it is placed in front. For example: audiogram → audiogram
- /c/ before vowel /a/, /u/, /o/ change into /k/. for example: calomel → kalomel, construction → konstruksi, cubic → kubik
- /c/ before vowel /e/, /i/, /oe/ and before consonant /y/ change into /s/. For example: central → sentral, cybernetic → sibernetika
- /cc/ before /a/, /o/, /u/ change into /k/, for example: accommodation → akomodasi
- /cc/ before /e/, /i/, change into ks. For example: vaccine → vaksin
- /cch/ and /ch/ before /a/, /o/, is changed into /k/. for example: technique → teknik
- /ch/ which is pronounced /s/ is changed into /s/ or /sy/ or /s/. For example: machine → mesin
- /ch/ which is pronounced /c/ is changed into /c/. For example: check → cek →

- /ea/ does not change. For example: idealist → idealis
- /eo/ does not change. For example: stereo → stereo
- /eu/ does not change. For example: neutron → neutron
- /f/ does not change. For example: factor → faktor
- /i/ does not change if it's placed in front. For example: iota → iota
- /x/ does not change if it's placed in front. For example: xylophone → xilofon
- /xc/ is changed into /ks/ if it's placed before /e/, /i/. For example: excessive → eksesif
- /xc/ is changed into /ksk/ if it's place before /a/, /o/, /u/ and consonants. For example: exclusive → ekslusif
- /y/ does not change if it's pronounced /y/. For example: yuan → yuan
- /y/ is changed into /i/ if it's pronounced /i/. For example: parody → parodi
- /z/ does not change. For example: zodiac → zodiac

Prefixes

- a- (not, un), ab- (being away from), anti- (against/opposed to), auto- (self action) do not change. For example: amoral → amoral, abnormal → abnormal, anticlimax → antiklimaks, autodidact → autodidak

- co- (together), contra- (against) are changed into ko-, kontra respectively. For example: contradiction → kontradiksi, coordination → koordinasi
- dis- (not,un) does not change. For example: disharmony → disharmoni
- hyper- (over), hypo-(under) are changed into *hiper* and *hipo* respectively. For example: hypersensitive → hypersensitive, hypochondria → hipokondria.
- im-(into), il-(not), infra-(under), inter- intra- (into), does not changed. For example: immigration → imigrasi, illegal → illegal.

Suffixes

- -age is changed into -ase. For example: percentage → persentase
- -ant is changed into -an. For example: informant – informan.

Meanwhile, Jespersen for English (1923) summarized the knowledge gained over the preceding century. The studies identified the types of elements which are borrow. Vocabulary and phonology are borrowed more readily compared to morphology syntax and stylistic features. Language also have different levels of resistance to loan or susceptibility to loans. The study of borrowing was an example of an external linguistic phenomenon that is important in the historical study of language but is not relevant within a language system: "a loan-word no longer

counts as such whenever it is studied within a system; it exists only through its relation with, and opposition to words associated with it..." (1915, 22).

Edward Sapir's Language (1921) restated the importance of language contact and influence in his chapter on "How Languages Influence One Another." He noted how Chinese flooded Korean and Japanese with vocabulary and how English borrowed an immense number of words and productive affixes from French, yet in neither case was the borrowing reciprocated.

Regarding the process of word borrowing, Kemmer (2016) in his journal entitled “Major Periods of Borrowing in the History of English” conclude that language borrowing is generated by cultural contact between two language communities. Word borrowing can be done in both directions between the two languages in contact although there is an asymmetry on word borrowing which generate some advantages of power, prestige, and/or wealth for the source language community that makes the objects and the ideas desirable and useful to the language borrower community.

Bloomfield's influential Language (1933) included in its twenty-eight chapters three chapters on borrowing. In "Cultural Borrowing" he paralleled the individual's early learning of speech forms from those in the household with the later addition of speech forms from the dialects and languages with which the individual and group come into contact. Children do not "borrow"; rather, they "acquire." He also pointed out that for adults the degree of control of the other language affects the borrowing. People who know another language well can use

the items from the other language at will. On the other hand, people who read the foreign forms, as opposed to learning them in conversation, interpret the foreign orthography in native terms. Thus, in English "Mexico" (Spanish [mexiko]) became [meksiko] and "Don Quixote" (Spanish [don kixote]) became [dan kwiksat], as in "quixotic," which is given [kwIksatIk] as the dictionary pronunciation.

Shukla and Connor-Linton (1993) appointed that borrowing can also a result of economic and cultural contact between languages, as when one speech community adopt or adapt the name for a new inventions or item or new concept from another language. Wardhaugh (1993) indicated that borrowing is also another way of adding new vocabulary item to a language. English word has borrowed thousands of words from other languages over the centuries. Some are used without adaptation, but others have been changed slightly to fit with English pattern.

Piangjai Lohakart (2009) mentioned seven borrowing motivation, namely;

1. Prestige, means borrowing words which is occurs even when recipient language already has word that semantically considered equivalent.
2. Individual
3. Collective: a subjective desire to enrich the potential of the vernacular, borrowing word from the language that has those functions.
4. Need
5. Objective need to express new ideas derive by the expanded intellectual and physical barrier.
6. Scientific and technological discoveries, but old words could also be used.

7. Travel.

According to Kemmer (2016), the process of language borrowing itself is a complex and involves many usage events such as the instances of usage of the new word as the general users of the borrowing language know the source language or utilize the relevant new words. The conventionalization occurred when the borrowed language used and understood by the people who know little or nothing of the source language. Conventionalization itself is a gradual process in which word are permeates a larger speech community as its becoming more familiar and gradually adopts sound and other characteristics in line with its usage frequency determine its position in native language.

Loanwords terminology is believed originated from German, *Lehnwort*. It could be said that the loanword help translators bring new ideas to the target language but on the other hand, it should consider the translation of the absorption process words from a foreign language into the target language. Betz (1959) explained that no change in phonetic loanwords make the target language in foreign language, another thing if loanwords have been adapted to the target language in terms of phonetic based user-friendliness target language linguistic interest.

Betz's view was critical because basically loanwords formed when the target language does not have words to identify the items referred to in the text, nor can be replaced with the words available in the target language can alienate readers because of the possibility of equality expressions. Larson (1983) proposed three paths can both be used a translator for the equivalent expression for words that

cannot be translated into the target language; (1) a generic word with descriptive text (2) a loanword and (3) through cultural exchange.

The use of loanwords conducted by the author or editor of magazines certainly reasonable. Onysko and Winter-Froemel (2011) describes two reasons for borrowing language, a necessary borrowing which means the borrowing based on non-availability of the word to describe the things is meant so that borrowing words that are new for borrowers is done thoroughly together with the concepts and terminology of the original.

The second is called luxury borrowing means borrowing words which is occurs even when recipient language already have word that semantically considered equivalent. In this position the researchers want to classify loanwords that found in Indonesian segmented magazines using Haugen's (1950) classification and see the availability of the Indonesian word which would have the same meaning denotative and connotative or considered as semantic equivalent to determine whether the borrowing language is a necessary borrowing or luxury borrowing.

Meanwhile, in loanwords classification, theories that researcher used are found in Hagen's classification of loanwords and two Indonesian official spelling system rules from *Pedoman Umum Ejaan Yang Disempurnakan* (2016) by Language Centre, Ministry of National Education to check the loanwords accordance and Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

Meanwhile, Haugen in Gomez (1970) classified loan into three groups based on the process of borrowing. They are;

1. Importation, a process of word borrowing without spelling change. This section has two (2) sub-classification:
    a. Complete importation; a process of importing word with completely same spelling as the original word but undergone pronunciation change follows the user's language.
    b. Partial importation; a process of importing word which undergone spelling change follows user's language but used with same pronunciation.
2. Hybrid, composed words which one of them is borrowed. For instance; *nonbaku* from nonstandard and/or nonkapitalis from non-capitalism.
3. Substitution, composite words whose translation is literal. In other words, the things borrowed are structure and meaning. For example: *umpan balik* from feedback.

This theory be used to examining the data because it suits with loanwords in Indonesian segmented magazines to find its percentage of loan word from each segmented printed magazine.

2.3. English And Indonesian Sounds

Brown (2000) said that the principle barrier to second language acquisition is the interference of the first language system with the second language system.

Whilst, Storkle (2003) confirms that since the learner tends to transfer the habits, it becomes the major source of the problem in learning the structure of a foreign language. Those structures that are different will be difficult because will not function satisfactorily in the foreign language, therefore must be changed.

This part discusses the naturalization in English and Indonesian sound as the English language has 24 consonants and 13 vowels sounds, while Indonesia has 21 consonant and six (6) vowels sounds. A vowel is a sound produced by the unrestricted flow of air in the vocal chords. Vowels are important because nearly every word has at least one. There are five letters that represent vowels in Indonesian, but there are eight distinct sounds associated with them. A consonant is a sound produced by the restricted flow of air in the vocal chords. There are twenty one consonants in Indonesian. While most are pronounced relatively close to English, some are quite different, like /c/ and /r/. Some are silent depending where they are located in the word. For example; the Indonesian word *Ekonomi* are borrowed from English word *Economy*. The Consonant /c/ which lies after vowel /e/ was changed into consonant /k/. The suffix -*omy* was changed into -*omi.* That is how *economy* changed into *ekonomi*

There are several English consonants which did not exist in Indonesian sounds replaced with it similar sound. For example, /θ/ which replaced by /t/ because /θ/ does not exist in Indonesian phonology, as in *therapy* /θ h e r ə p y/. In this case, /t/ is considered as similar with /θ/. The naturalization may occur on the process of word shifting from the source language into target language. It may also happen on

the process of making the magazines articles especially when the idea that topic contained a foreign items or ideas.

2.4. Indonesian Segmented Printed Magazine

Indonesian Segmented Printed Magazines has a variative kind of topic, publishing target market, and publishing date. The differences between each magazine affect its content as its target market has divided. The magazines as a traditional advertising medium for more than a century has gain its own popularity regarding its content, price, and marketing strategies. Segmentation is the basis of all range reviews and, after defining the category, it is the most important stage in any category management process. It establishes the ground rules from which to review a range and can positively influence listings of titles if done correctly.

The industry views these groupings as simply a way of making reporting easier, when in fact segmentation is a powerful, strategic tool in establishing your title’s position in the market. Put simply, it is the difference between being ranked 10th in one sub sector and number 1 in another. It also helps the shopper navigate the fixture whilst communicating a title’s content. Meanwhile, the growing number of consumers go online for free or cheap content, many advertisers are moving their print advertising budgets over to the Internet.

Based on "Magazine Media Fact Book," consumers still have a more positive attitude toward advertising in magazines over other mediums, including TV and the Internet. The magazine-publishing market has traditionally been

segmented based on content rather than on consumer demographics. The concept of segmentation is not new or unique to magazines but is a well-known method of grouping people, products, and services into distinct groups.

Everyone and everything can be segmented. Segmentation can be simplistic (male or female) or more detailed (age group and income bands). An example of segmentation within magazines would be Women's Interest, which is then further grouped to reflect shoppers' interests such as Hair and Parenthood. Indonesian printed magazine has segmented on subject to divided their market or target reader by their interest, age, gender, etc.

In this study, researcher used *Rolling Stone* a monthly music printed magazine based on United States of America. Rolling Stone was founded in San Francisco on November 1967 by Jann S. Wenner and has been published in Indonesia on May 2005 by PT a&e media. Recently, Rolling Stone has become the benchmark for music news reporting.

From marketing segment, researcher using *Marketeers* magazine, a marketing magazine that has develop their own community since 1992 them become the platform for marketing enthusiasts from across industries to update their marketing knowledge and widen professional network in Jakarta, Bandung and Surabaya. *Auto Expert* a monthly automotive magazine which has been published by PT Gramedia Majalah since 2009. Auto Expert was printed in Indonesia language. The fourth magazine is *PESONA,* a women segment magazine as the data

source articles in order to find which printed magazines used from four selected Indonesia segmented magazines using loanword the most.

2.5. Theoretical Framework

From the explanation above, loanwords are borrowing other language and it is culture. Haugen's categorizing loanwords are used to divide loanwords into three; importation, hybrid, and substitution. Importation is borrowing word with or without changing it is spelling and premonition. Importation is divided into two sub-classification; Partial importation, a process of partially changing word spelling. Complete importation is completely borrower the word without any change with the same spelling but pronounced follows receptive language.

This study used four different Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story. The differences between four Indonesian Segmented Printed Magazines can be seen from its topic segmentation namely marketing, music, women, and automotive. The other segmentation difference is the market target, started from middle high consumers to high class consumers. Therefore, researcher would examine four Indonesian segmented printed magazines cover story in order to find which segment using loanword the most among four segmented magazines.

CHAPTER III

METHODOLOGY

This chapter explains methodology used to conduct the study, research design followed by data resource that researcher used, the data which examined by the researcher and the instrument, data collection procedure, and the description of how the data were analyzed.

3.1. Research Method

This study is conducted using content analysis which Krippeadorf (2004: 18) explain as a research technique in making valid inference text and replicable to the contexts of their use. The object of the content analysis must be in text and the source of the data are randomly from four different segmented magazines. As for this loanword research, the researcher processing English loanwords from four Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story by scanning the printed cover story articles, transcribing the scanned media in, and read thoroughly the transcribed articles. The researcher would be classifying word per word that considered as a loanword based on its borrowing processes.

The last, researcher descriptively reported the research result from four Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story. On serving the data, the researcher did not use any statistical processes. On the other hand, the researcher used percentages only to help researcher in classifying the data and draw the conclusion easier.

3.2. Data and Resources of the Data

The data that researcher analyzed are English loanwords ARE collected from The Indonesian Segmented Printed Magazines cover story. The Indonesian Segmented Printed Magazines cover story was borrowed from PT.Trend Data Indonesia, a media monitoring company, researcher work place. The selected Indonesian Segmented Printed magazines cover story from four different segment magazines, namely; *Rolling Stone* a monthly music printed magazine based on United States of America, *Marketeers* magazine, a marketing magazine that has develop their own community since 1992 them become the platform for marketing enthusiasts from across industries to update their marketing knowledge and widen professional network in Jakarta, Bandung and Surabaya. *Auto Expert* a monthly automotive magazine which has been published by PT Gramedia Majalah since 2009, *PESONA,* a women segment magazine which the articles have been scanned and transcribed.

Each cover story was taken from its official printed magazines are borrowed from Trendreader. The cover story from each magazine was selected by the researcher, scanned to transferred the physical printed articles into a digital picture article which later transcribed into word file to be examined using Haugen's classification. The process of identification and classification of cover story was aimed to help researcher presenting the resulting data easier.

3.3. Data Collection Procedure

The data are collected through randomly selecting one of cover story from four Indonesia Segmented Printed Magazine's namely Rolling Stones, Marketeers, Auto Expert, and Pesona, then scanning the printed article to convert the article into digital picture for the next processes. The next process is the researcher reading thoroughly each Indonesian magazine cover story in order to identifying the emerged loanword that used by the Indonesian Segmented Printed Magazines cover story. After that, researcher classifying English loanword in the articles by putting it into a table that using Haugens' classification which dividing loan word by is borrowing processes into four type namely, partial importation, complete importation, hybrid importation, and substitution importation and include its sentence where the loan word are spotted.

3.4. Data Analysis Procedure

The data are analyzed using the steps below:

1. Classifying the English loanwords based on Haugen's theory using the table below:

Magazines	No.	English Loanwords	English Words	Types of Loan				Sentence
				Importation		Hybrid	Substitution	
				Complete	Partial			
Rolling Stone								

Table 1: List of Loanwords

Calculating the percentage of the most loanword type emerged from four Indonesian Segmented Printed Magazines cover story.

2. Calculating the percentage of loanword to find the most contributive segment.
3. Drawing conclusion.

CHAPTER IV

FINDINGS AND DISCUSSION

This chapter briefly answer three questions. It presents the findings and discussions of English loanwords classification which are found in selected Indonesia Segmented Printed Magazines.

4.1 Data Description

The Data are English loanwords retrieved from four selected Indonesian Segmented Printed Magazines cover story. The segmented magazines that researcher used as data resource are *Marketeers, Rolling Stones, Auto Expert*, and *Pesona* magazine borrowed from researcher's work place, PT. Trend Data Indonesia (Trendreader). Trendreader was a media monitoring company which related to Public Relation business located in Kemang Timur Raya, South Jakarta providing researcher to retrieve the research data. Four Indonesian Segmented Printed magazines was borrowed by the researcher to be scan from physical printed articles into digital picture articles, transcribe from picture file to word file, and examine using Haugen's loanwords classification (1950).

The resulting data that collected by the researcher in this study used to found which loanword type submerged from four Indonesia Segmented Printed Magazines cover story articles, which segment from four Indonesian segmented magazines submerged the most based on its borrowing process, to identify the most

contributed magazine segment in generating loan word be discussed below and presented in a table and chart.

4.2. Findings and Discussions

After analysing cover story from four Indonesian Segmented Printed magazine's cover stories, the result of analysist be present on and table below:

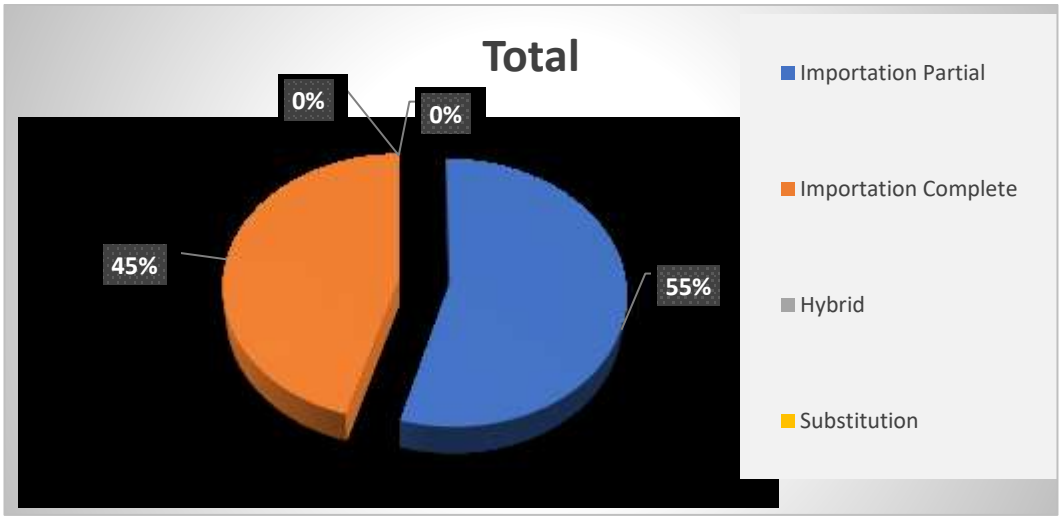

Figure 1: English Loanwords percentages in four Indonesian Segmented Printed Magazines

No.	Type of Loanword	Total	Percentages
1	**Importation Partial**	311	55%
2	**Importation Complete**	259	45%
3	**Hybrid**	0	0%
4	**Substitution**	0	0%
Total		570	100%

Table 1: Table of Loan words frequency in Indonesian Printed Magazines

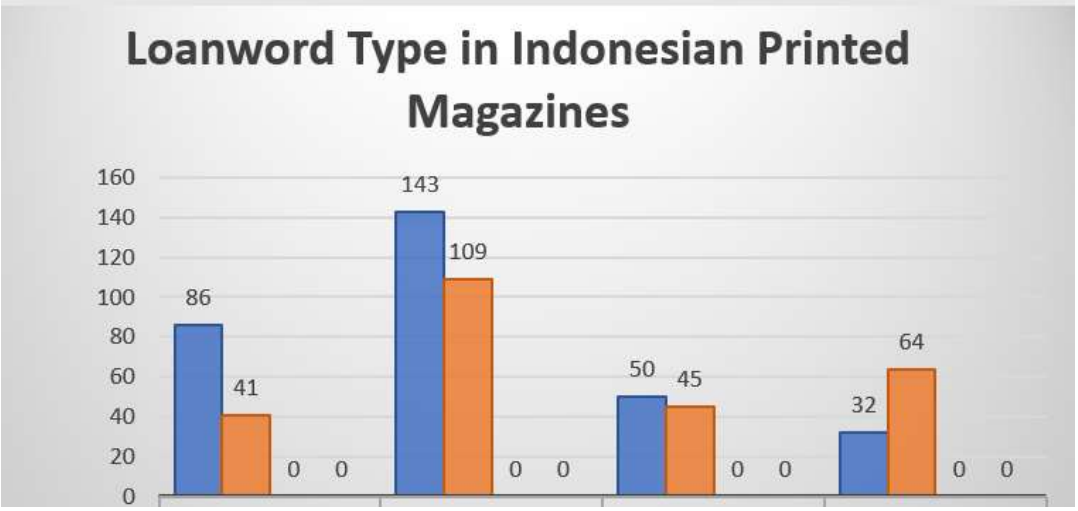

Figure 2: Loanword Type in four Indonesian Printed Magazines

Brands	No.	Type of Loan Words				Total
		Importation		Hybrid	Substitution	
		Partial	Complete			
Rolling Stone	1	86	41	0	0	127
Marketeers	2	143	109	0	0	252
Pesona	3	50	45	0	0	95
Auto Expert	4	32	64	0	0	96
Total		311	259	0	0	**570**

Table 2: Table of loanword frequency from each magazine's cover story

Based on researcher's data that presented on chart and table, there are 570 loan words that contained in four Indonesian segmented printed magazines cover stories that researcher used as data source.

From the data that researcher collected, we may conclude that the partial importation is the most used process of word borrowing and the most contributed segment in word borrowing is Marketing as Marketeers magazines submerged 252 or half of loan words percentage among other magazines. The absence of loanword from hybrid importation and substitution importation class indicates that the magazine's cover story writers did concern about their choice of word and

understanding the topic context. The researcher assumed that the segmented printed magazines cover story writers are understanding when or where to use English word in his writing and also, they have a vast knowledge regarding the Indonesia language. Therefore, there are no hybrid imported word or substitution imported loanword spotted in four Indonesian segmented printed magazines cover story that researcher use as loanword research data.

4.2.1 Loanwords in Four Indonesian Segmented Printed Magazines

- Partial Importation

  The result of the study shows that 310 English loan word from four Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story are partial type. Partial importation is a process of importing word which undergoes spelling change follows user's language but used with same pronunciation (Haugen, 1950). For example; *Favorit* in "Itu salah satu kegiatan favorit saya kalau lagi senggang." (Marketeers, 2016) which is partially imported from the word Favourite. This is called partial importation because the spellings are adapted partially. Since Indonesians pronounce a word based on what it is written and there are problematic sounds for Indonesian to pronounce, some spelling undergoes changes inline with *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia Yang Disempurnakan (2016)* rules of .imported language aspects. Double vowels /ou/ which lies after

consonant /v/ was changed into vowel /o/. Suffix -*ite* is changed into -*it*. That is how *favourite* partially imported and changed into *favorit*.

Sektor in "Selain itu, kami juga mengangkat kisah mengenai sejumlah tech startup Indonesia dari berbagai sektor, mulai dari pendidikan, audio-video, pekerjaan hingga keuangan dan e-commerce yang diprediksi masih menjadi sektor yang paling menarik untuk beberapa tahun ke depan." (Marketeers, 2016) which is partially imported from the word *Sector*. This is called partial importation because the spellings are adapted partially. Since Indonesians pronounce a word based on what it is written and there are problematic sounds for Indonesian to pronounce, some spelling undergoes changes inline with *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia Yang Disempurnakan (2016)* rules of .imported language aspects.. The consonant /c/ which lies after vowel /e/ was changed into consonant /k/. That is how *sector* partially imported and changed into *sektor*.

Rilis in "Selain itu, kami juga mengangkat kisah mengenai sejumlah tech startup Indonesia dari berbagai sektor, mulai dari pendidikan, audio-video, pekerjaan hingga keuangan dan e-commerce yang diprediksi masih menjadi sektor yang paling menarik untuk beberapa tahun ke depan." (Marketeers, 2016) which is partially imported from the word *Release*. This is called partial importation because the spellings are adapted partially. Since

Indonesians pronounce a word based on what it is written and there are problematic sounds for Indonesian to pronounce, some spelling undergoes changes inline with *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia Yang Disempurnakan (2016)* rules of .imported language aspects.. Vowel /e/ which lies after consonant /r/ and double vowels /ea/ which lies after consonant /l/ was changed into vowel /i/. The suffix -*ase* was changed into -*is.* That is how *release* partially imported and changed into *rilis*.

Ekonomi in "Selamat datang di era ekonomi kreatif baru Era di mana peran teknologi sangatlah kental dan ide brilian menjadi mahal harganya." (Marketeers, 2016) which partially imported from the word *Economy*. This is called partial importation because the spellings are adapted partially. Since Indonesians pronounce a word based on what it is written and there are problematic sounds for Indonesian to pronounce, some spelling undergoes changes inline with *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia Yang Disempurnakan (2016)* rules of .imported language aspects.. Consonant /c/ which lies after vowel /e/ was changed into consonant /k/. The suffix -*omy* was changed into -*omi.* That is how *economy* partially imported and changed into *ekonomi.*

The other example is *Generasi* in "Sebuah masa di mana generasi millennial semakin mendominasi, perusahaan seperti Google atau Facebook menjadi tempat impian untuk bekerja, dan

Silicon Valley menjadi tempat wisata yang harus dikunjungi semua orang meskipun sekadar untuk sefie dan mem-post di media sosial." (Marketeers, 2016) is partially imported from the word *Generation* as its undergoes spelling change follows user's language. This is called partial importation because the spellings are adapted partially. Since Indonesians pronounce a word based on what it is written and there are problematic sounds for Indonesian to pronounce, some spelling undergoes changes inline with *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia Yang Disempurnakan (2016)* rules of .imported language aspects.. There are no consonant or vowel changes. Suffix -*tion* was changed into -*si.* That is how *generation* partially imported and changed into *generasi.*

- Complete Importation

The result of the study shows that 258 English loan word from four Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story are complete type. Complete importation is a process of importing word with completely same spelling as the original word but undergoes pronunciation change follows the user's language (Haugen, 1950). For example; *Rapper* in "Maka muncullah berbagai tokoh seni Yogya di film ini, seperti perupa Eko Nugroho, Ria dari Papermoon Puppet Theatre, juga rapper njawani Kill The DJ." (Rolling Stone, 2016) which is completely imported from the word Rapper. There

are no spellings changes as it is not problematic for Indonesian to pronounce. Hence, based on rules in Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan (2016) the pronunciation does not problematic to Indonesian.

Selfie in "*Sebuah masa di mana generasi millennial semakin mendominasi, perusahaan seperti Google atau Facebook menjadi tempat impian untuk bekerja, dan Silicon Valley menjadi tempat wisata yang harus dikunjungi semua orang meskipun sekadar untuk sefie dan mem-post di media sosial.*" (Marketeers, 2016) is completely imported from the word Selfie. There are no spellings changes as it is not problematic for Indonesian to pronounce. Hence, based on rules in Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan (2016) the pronunciation does not problematic to Indonesian.

Minus in "Bertemu dengan para pemeran anggota Geng Cinta—begitu Cinta dan empat sahabatnya kolektif disebut dalam kehidupan nyata, minus Ladya Cheryl yang sedang menjalankan studi di New York, adalah pengalaman yang heboh." (Rolling Stone, 2016) is completely imported from the word Minus. There are no spellings changes as it is not problematic for Indonesian to pronounce. Hence, based on rules in Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan (2016) the pronunciation does not problematic to Indonesian.

Direction in "Jadi asisten sutradara mendampingi dan mengingatkan saja kalau ada yang belum, mencatat juga perkembangan- perkembangan direction yang sudah disetujui Mas Riri. Pengalaman yang sangat menarik, cara kerja mereka berbeda-beda." (Rolling Stone, 2016) is completely imported from the word Direction. There are no spellings changes as it is not problematic for Indonesian to pronounce. Hence, based on rules in Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan (2016) the pronunciation does not problematic to Indonesian.

The other example is *Partner* in "*Ketika sudah mendapatkan suntikan dana dari 'Bapak Angkat', barulah Echa melakukan pembangunan sistem dari mulai desain, fungsi, coding, konten. integrasi bersama para part-ner, hingga proses pemasaran.*" (Marketeers, 2016) is completely imported from the word Partner as it spelled as the original word but undergoes pronunciation change follows the user's language. There are no spellings changes as it is not problematic for Indonesian to pronounce. Hence, based on rules in Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan (2016) the pronunciation does not problematic to Indonesian.

- Hybrid Importation

Hybrid importation is a composed word and one of them is borrowed word (Haugen, 1950). The result of the study shows that

zero English loan word from hybrid type from four Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story that researcher examined. Therefore, researcher could not present the example for hybrid importation loan word type.

- Substitution Importation

  Substitution is a composite words whose translation is literal. In other words, the things borrowers are structure and meaning (Haugen, 1950). The result of the study shows that zero English loan word from substitution type from four Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story. There is no any word example for substitution loanword as the researcher did not found this type in the research data resource.

In this study, the most used loanwords type was importation. Th same result are also spotted in the previous study conducted by Shofa Tartilla whom analysed five Indonesian Hand Phone Manual Book. Hadijah Alaydrus in her of *English Loanwords in Printed Media* found that that importation is the most used loanwords type. Moreover, Pianjai Lohakart whom conduct study of *English Loanwords in Thai Historical Novel* found that importation with or without change are the dominant type which is mostly used. These findings prove that the importation with or without change are the easiest way to loan a word from foreign language to target language.

4.2.2 Segment of Magazines Which Uses Loanwords

In this research, there are four magazines with from four segments which used as the research data by the researcher. There is Rolling Stone magazine which represents music segment as their main theme was came from music industry and its related. Rolling Stone contribute 127 loan word with 86 partial importation loan words, 41 complete importation loan word, zero hybrid loan word, and zero substitution loan word. Meanwhile, Marketeers which represent marketing magazines contribute 252 loan word with 143 partial importation loan words, 109 complete importation loan word, zero hybrid loan word, and zero substitution loan word. Moreover, Auto Expert which represents automotive segment contributes 96 loan word with 32 partial importation loan words, 64 complete importation loan word, zero hybrid loan word, and zero substitution loan word. An the last is Pesona magazine which represents women segment contributes 96 loan word with 50 partial importation loan words, 45 complete importation loan word, zero hybrid loan word, and zero substitution loan word. Meanwhile, the most contributed in loan word using is Marketeers Magazine from marketing segment as its submerged 252 loan words in its cover story.

Based on researcher's data, the most common loan word type that found in four Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story is partial importation as it submerged 310 loan words from four Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story. Meanwhile, the second most contributed loan word type is complete importation which submerge 45% or 258 loan word among other loan type.

CHAPTER V

CONCLUSION AND RECOMMENDATION

This chapter were briefly presents the conclusion of this study as the researcher also shows some suggestion related the study of English loanword in Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story.

5.1 Conclusion

The study of load word in Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story focused on loan word type contained in Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story, frequency of loan word that used in Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story and classification of word borrowing process that contained in Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story. And the last is finding the most contribute Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story that used loan word the most in its article.

The result shows that there are 570 retrieved from four Indonesian Segmented Printed magazine's cover story. After researcher scanned, transcribed, and examine four Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story, researcher found that Rolling Stone magazine's cover story entitled "Cerita Geng Cinta" contribute 127 loan word with 86 loan words from partial importation type,

41 loan words from complete importation type, zero loan word from hybrid type, and zero loan word from substitution type.

The second magazine that researcher examine is Marketeers' cover story entitled "Tech Startup Playbook" which contribute 252 loan word with 143 loanwords from partial importation word borrowing processes, 109 loan word from complete importation word borrowing type, one loanword from hybrid word borrowing type, and zero loanword from substitution word borrowing type. The Third magazine that examined by researcher is Auto Expert which contribute 96 loan word with 32 loanwords from partial importation word borrowing type, 64 loanwords from complete importation word borrowing type, zero loanword from hybrid word borrowing type, and zero loanword from substitution word borrowing type.

The last magazine's cover story is from Pesona magazine which contribute 96 loan word with 50 loanwords from partial word borrowing type, 45 loanwords from complete importation word borrowing type, zero loanword from hybrid word borrowing type, and zero loanword from substitution word borrowing type.

From the research data, four cover story articles from Indonesian Segmented Printed magazines namely; Rolling Stone, Marketeers, Pesona and Auto Expert, researcher founds that 570 loanwords with 311 partial importation loanword type and 259 complete importation loanword type, zero hybrid importation loanword type and zero substitution importation loanword type. The absence of hybrid importation and substitution importation loanword occur in this research.

Meanwhile, in accordance with the resulting data, turns out that the partial importation gained that highest amount among another loanword type. There are 311 partial importation loanword type spotted from four Indonesian segmented printed magazines cover story. Related to the previous study conducted by Shofa Tartilah (2012) the partial importation dominates the percentage of submerged loanword from five Indonesain user manuals of smartphone, the partial importation from four Indonesain segmented printed magazines cover story.

Meanwhile, the most contribute magazine in using loan word is Marketeers Magazine from marketing segment as its submerged 252 loan words in its cover story. The data shows that partial importation is the most used technique of word importation in four Indonesian Segmented Printed Magazine's Cover story selected by researcher. The data indicate that the 570 loanwords that retrieved from four Indonesian Segmented Printed Magazine's cover story is not a fancy loan word as there are no substitution loanword or fancy loanword among those 570 loanwords.

Researcher data show that Marketeers magazine's cover story become the contribute cover story in using loanword as it contained 252 loan word with 143 loanwords from partial word borrowing type, 109 loanwords from complete importation word borrowing type, zero loanword from hybrid word borrowing type, and zero loanword from substitution word borrowing type.

5.2 Suggestions

Researcher opined that the length differences of Indonesian Segmented Printed magazine's cover story taken from four different Indonesian Segmented Printed Magazines determine the amount of loan word that used in each Indonesia Segmented Printed Magazines cover story which used as research data. Marketeers magazine are supported by the cover story length which assessed as the longest article compared to other magazine's cover story.

On the other hand, the topic difference from each Indonesian Segmented Printed magazine's cover story determine the length of cover story article that published by the magazine and affect the amount of loanword use as the use of loanword are tend to fill the lexical gap. For example, Marketeers magazine which discuss the marketing strategies on e-commerce field and its related topic generated the longest articles among other cover story and affect the amount of loanword contained in its cover story.

Therefore, the topic in cover story may determine the loan word use. For example, Markeeteers, a marketing magazine was discussing e-commerce or electronic commerce or known as digital marketing, which contain English word in its article to explain their idea regarding the digital marketing and its related. Therefore, Marketeers' cover story become the most contribute article in using loan word as most of English word that Marketeers used does not have any Indonesian word equivalent to explain their idea.

The other aspect that may affect the amount of loanword is the target market from each Indonesian segmented printed magazine. The selected Indonesian Segmented Printed that researcher used has its own target market which differentiate by its age, gender, region, and interest. Rolling Stone as a music magazine certainly has a different target market compared to Pesona which labelled their magazine as a women's magazine. This different target market may affect the choice of word that articles use. The Marketeers magazine which discuss the marketing in 20th century era may use many loanword in order to explaining the idea or the new invention that they discuss in the articles same as Auto Expert which represent the automotive segment, may also use a lot of loan word compared to Pesona magazine which discuss women's life thing.

In short, researcher suggest for the next loanword researcher to use the data which has similar amount of word in its articles. The next researcher can also analyzing the effect of target market differences to the loanword use or examining the same segment article with different target market to confirm this research findings.

REFERENCES

Akbari, Monireh (2013). *The Role of Culture in Translation*. Iran: Islamic Azad.

Andi, Baso and Pallawa (2013). *A Comparative Analyis between English and Indonesian Phonological Systems.* Indonesia: Tadulako University.

Auto Expert edisi April 2016, Indonesia

Brown, H. D. (2000). Principles of language learning and teaching. Longman, Inc.

Crystal, D.A. (1980). *A First Dictionary of Linguistics and Phonetics.* London: Deutch Limited.

Duff, Alan. (1989). *Literary translation in EFL instruction – Humanising Language Teaching.*Oxford: Oxford University Press

Einar, Haugen. (1950). *The Analysis of Linguistic Borrowing*. University of Wisconsin.

Gomez Capuz, Juan. (1970) *Toward a Typological Classification of Linguistic Borrow (Illustrated with Anglicisms in Romance Languages), Revista Alicantina de Estudios Ingleses Vol.10, 81-94.*

Hoffer, Bates L. (2002; p.3-4). *Language Borrowing and Language Diffusion: an Overview.*

Kemmer, Prof.S. (2016). *Major Period of Borrowing in the History of English.* Rice University.

Larson, Mildred L. (1984). *Meaning Based Translation: a Guide to Cross Language Equivalence.* New York: University Press of America.

Larson, Mildred L. (1991). *Translation: Theory and Practice, Tension and Interdependence*. Arlington: University of Texas.

Lohakart, Phiangjai (2009). *A STUDY OF ENGLISH LOAN WORDS USED IN THAI HISTORICAL NOVELS*. Retreived from Rangsit University's database.

Manan, Bagir. (2015). *STANDAR KOMPETENSI WARTAWAN*. Perpustakaan

Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan (KDT).

Marcellino, Marcellinus. (2004). *Kata Pinjaman Bahasa Barat di dalam Media Massa Bahasa Indonesia: Suatu Tinjauan Fungsional. Linguistik Indonesia Vol.8 [2]. 67-79.*

Marketeers, Tech Startup Playbook, edisi April 2016, Indonesia

Pesona, Titi Kamal Membuka Diri, edisi April 2016, Indonesia

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (3rd ed.)* Jakarta: Balai Pustaka.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2005). *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan. Jakata: Balai Pustaka.*

Rolling Stones Indonesia edisi 132 April 2016, Indonesia

Tartilah, Shofa (2012). *English Loanwords in Indonesian User Manuals of Smartphones.*Skripsi: Jakarta. State University of Jakarta.

Vegt, Wouter van der. (2014). *Attitude towards English Loanwords in Dutch News Broadcasts: The Influence of Gender and Age.* Leiden University.

Venuti, Lawrence. (2012). The Translation Studies Reader. New York: Taylor Francis e-Library.

Winter, Esme and Froemel (2006). *Studying Loanwords and Loanword Integration: Two Criteria of Conformity.* University of Newcastle.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	**Brands**	**No.**	**English Loanwords**	**English Words**	**Type of Loan Words**				**Sentence**
2					**Importation**		**Hybrid**	**Substitution**	
3					**Partial**	**Complete**			
4									
5	Marketeers	1	Era	Era		√			Selamat datang di era ekonomi kreatif baru Era di mana peran teknologi sangatlah kental dan ide brilian menjadi mahal harganya
6	Marketeers	2	ekonomi	Economy	√				Selamat datang di era ekonomi kreatif baru Era di mana peran teknologi sangatlah kental dan ide brilian menjadi mahal harganya
7	Marketeers	3	kreatif	Creative	√				Selamat datang di era ekonomi kreatif baru Era di mana peran teknologi sangatlah kental dan ide brilian menjadi mahal harganya
8	Marketeers	4	teknologi	Technology	√				Selamat datang di era ekonomi kreatif baru Era di mana peran teknologi sangatlah kental dan ide brilian menjadi mahal harganya
9	Marketeers	5	ide	Idea	√				Selamat datang di era ekonomi kreatif baru Era di mana peran teknologi sangatlah kental dan ide brilian menjadi mahal harganya
10	Marketeers	6	brilian	Brilliant	√				Selamat datang di era ekonomi kreatif baru Era di mana peran teknologi sangatlah kental dan ide brilian menjadi mahal harganya

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
11	Marketeers	7	generasi	Generation	√				Sebuah masa di mana generasi millennial semakin mendominasi, perusahaan seperti Google atau Facebook menjadi tempat impian untuk bekerja, dan Silicon Valley menjadi tempat wisata yang harus dikunjungi semua orang meskipun sekadar untuk sefie dan mem-post di media sosial.
12	Marketeers	8	millennial	Millenials		√			Sebuah masa di mana generasi millennial semakin mendominasi, perusahaan seperti Google atau Facebook menjadi tempat impian untuk bekerja, dan Silicon Valley menjadi tempat wisata yang harus dikunjungi semua orang meskipun sekadar untuk sefie dan mem-post di media sosial.
13	Marketeers	9	mendominasi	Dominate	√				Sebuah masa di mana generasi millennial semakin mendominasi, perusahaan seperti Google atau Facebook menjadi tempat impian untuk bekerja, dan Silicon Valley menjadi tempat wisata yang harus dikunjungi semua orang meskipun sekadar untuk sefie dan mem-post di media sosial.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
14	Marketeers	10	selfie	Selfie		√			Sebuah masa di mana generasi millennial semakin mendominasi, perusahaan seperti Google atau Facebook menjadi tempat impian untuk bekerja, dan Silicon Valley menjadi tempat wisata yang harus dikunjungi semua orang meskipun sekadar untuk sefie dan mem-post di media sosial.
15	Marketeers	11	Media	Media		√			Sebuah masa di mana generasi millennial semakin mendominasi, perusahaan seperti Google atau Facebook menjadi tempat impian untuk bekerja, dan Silicon Valley menjadi tempat wisata yang harus dikunjungi semua orang meskipun sekadar untuk sefie dan mem-post di media sosial.
16	Marketeers	12	sosial	Social	√				Sebuah masa di mana generasi millennial semakin mendominasi, perusahaan seperti Google atau Facebook menjadi tempat impian untuk bekerja, dan Silicon Valley menjadi tempat wisata yang harus dikunjungi semua orang meskipun sekadar untuk sefie dan mem-post di media sosial.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
17	Marketeers	13	mem-post	post		√			Sebuah masa di mana generasi millennial semakin mendominasi, perusahaan seperti Google atau Facebook menjadi tempat impian untuk bekerja, dan Silicon Valley menjadi tempat wisata yang harus dikunjungi semua orang meskipun sekadar untuk sefie dan mem-post di media sosial.
18	Marketeers	14	Technopreneur	Solution	√				Kejelian melihat sebuah masalah dan kemampuannya memberikan jawa-ban menjadi pintu kelahiran *technopreneur* di Indonesia.
19	Marketeers	15	solusi	technopreneur					Keberhasilan melahirkan sebuah solusi telah mengantarkan mereka menjadi techopreneur Indonesia.
20	Marketeers	16	kondisi	Condition	√				Tentunya tidak ada yang salah dengan kondisi itu. Semua orang memang memiliki ide dan boleh saja memutuskan untuk menjajal dunia tech start- up.
21	Marketeers	17	kreativitas	Creativity	√				Dibutuhkan sebuah kreativitas, produktivitas, kerja keras dan kemampuan untuk mewujudkannya.
22	Marketeers	18	produktivitas	Productivity	√				Dibutuhkan sebuah kreativitas, produktivitas, kerja keras dan kemampuan untuk mewujudkannya.
23	Marketeers	19	kerja keras	Hard Work			√		Dibutuhkan sebuah kreativitas, produktivitas, kerja keras dan kemampuan untuk mewujudkannya.
24	Marketeers	20	ide	Idea	√				Pertama, membangun tech startup adalah hal yang mudah.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
25	Marketeers	21	proyek	Project	√				Kedua, selama memiliki ide yang baik, maka kita cukup mencari investor yang mau mendanai proyek kita.
26	Marketeers	22	valuasi	Valuations	√				Ketiga, menaikkan valuasi secepatnya dan mencari investor lain yang mau membenamkan dananya kembali.
27	Marketeers	23	investor	Investor		√			Ketiga, menaikkan valuasi secepatnya dan mencari investor lain yang mau membenamkan dananya kembali.
28	Marketeers	24	exit	Exit		√			Keempat, exit dari startup yang telah kita bangun.
29	Marketeers	25	startup	Start Up		√			Keempat, exit dari startup yang telah kita bangun.
30	Marketeers	26	miliuner	Millionaire	√				Kelima, men-jadi miliuner karena telah berhasil menjual bisnis yang kita besarkan.
31	Marketeers	27	bisnis	Business	√				Kelima, men-jadi miliuner karena telah berhasil menjual bisnis yang kita besarkan.
32	Marketeers	28	tim	Team	√				Tak hanya produk, anda juga harus memikirkan bagaimana membentuk tim yang baik, kompak, dan memiliki kesamaan visi dan misi.
33	Marketeers	29	kompak	Compact	√				Tak hanya produk, anda juga harus memikirkan bagaimana membentuk tim yang baik, kompak, dan memiliki kesamaan visi dan misi.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
34	Marketeers	30	visi	Vision	√				Tak hanya produk, anda juga harus memikirkan bagaimana membentuk tim yang baik, kompak, dan memiliki kesamaan visi dan misi.
35	Marketeers	31	misi	Mission	√				Tak hanya produk, anda juga harus memikirkan bagaimana membentuk tim yang baik, kompak, dan memiliki kesamaan visi dan misi.
36	Marketeers	32	Teknologi	Technology	√				“Teknologi memang terus berkembang, tapi yang paling utama adalah manusia yang ada di dalam-nya. BukaLapak menerapkan 3C, yaitu Character, Competency dan Chemistry,” kata Achmad Zaky, CEO & Founder BukaLapak.
37	Marketeers	33	Character	Character		√			“Teknologi memang terus berkembang, tapi yang paling utama adalah manusia yang ada di dalam-nya. BukaLapak menerapkan 3C, yaitu Character, Competency dan Chemistry,” kata Achmad Zaky, CEO & Founder BukaLapak.
38	Marketeers	34	Competency	Competency		√			“Teknologi memang terus berkembang, tapi yang paling utama adalah manusia yang ada di dalam-nya. BukaLapak menerapkan 3C, yaitu Character, Competency dan Chemistry,” kata Achmad Zaky, CEO & Founder BukaLapak.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
39	Marketeers	35	Chemistry	Chemistry		√			“Teknologi memang terus berkembang, tapi yang paling utama adalah manusia yang ada di dalam-nya. BukaLapak menerapkan 3C, yaitu Character, Competency dan Chemistry,” kata Achmad Zaky, CEO & Founder BukaLapak.
40	Marketeers	36	skema	Scheme	√				Selain memiliki tim yang baik, Anda juga harus menentukan skema bisnis yang akan digunakan dan bagaimana Anda melakukan monetisasi.
41	Marketeers	37	monetisasi	Monetization	√				Selain memiliki tim yang baik, Anda juga harus menentukan skema bisnis yang akan digunakan dan bagaimana Anda melakukan monetisasi.
42	Marketeers	38	inovasi	Inovation	√				Dan yang terpenting adalah inovasi di masa depan. Se-buah produk tanpa pengembangan akan mati.
43	Marketeers	39	modal	Modal		√			Bisnis teknologi sangatlah padat modal.
44	Marketeers	40	angel investor	Angel Investor		√			Sebab, Indonesia sedang menjadi incaran para penyandang dana, entah berbentuk angel investor, corporate venture, venture capital, atau lainnya.
45	Marketeers	41	corporate venture	Corporate Venture		√			Sebab, Indonesia sedang menjadi incaran para penyandang dana, entah berbentuk angel investor, corporate venture, venture capital, atau lainnya.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
46	Marketeers	42	venture capital	Venture Capital		√			Sebab, Indonesia sedang menjadi incaran para penyandang dana, entah berbentuk angel investor, corporate venture, venture capital, atau lainnya.
47	Marketeers	43	stagnan	Stagnant	√				Ketika bisnis yang Anda bangun stagnan, maka valuasi perusahaan Anda pun bakal mandeg.
48	Marketeers	44	marketing	Marketing		√			Ilmu marketing pun berlaku pada bisnis tech startup ini.
49	Marketeers	45	produk	Product	√				Layaknya produk yang baik.
50	Marketeers	46	diferensiasi	Differentiation	√				Anda ha-rus bisa menentukan apa positioning, diferensiasi hingga brand apa yang ingin dihasilkan.
51	Marketeers	47	value	Value		√			Produk Anda pun harus mampu memberikan value bagi konsumen Anda.
52	Marketeers	48	konsumen	Consumer	√				Produk Anda pun harus mampu memberikan value bagi konsumen Anda.
53	Marketeers	49	Format	Format		√			Format mendengarkan dan menikmati sajian terus berubah.
54	Marketeers	50	streaming	Streaming		√			Berbagai techstartup Indonesia pun meramaikan dunia streaming dengan produknya masing-masing.
55	Marketeers	51	Konten	Content	√				Kesemuanya berusaha menghadirkan konten yang berkualitas.
56	Marketeers	52	berkualitas	Qualified	√				Kesemuanya berusaha menghadirkan konten yang berkualitas.
57	Marketeers	53	audio	Audio		√			Dunia audio video berubah seiring perkembangan teknologi.
58	Marketeers	54	video	Video		√			Dunia audio video berubah seiring perkembangan teknologi.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
59	Marketeers	55	radio	Radio		√			Jika dulu kita menikmati melalui radio, tape, compact disc, atau televisi, layanan berbasis internet.
60	Marketeers	56	tape	Tape		√			Jika dulu kita menikmati melalui radio, tape, compact disc, atau televisi, layanan berbasis internet.
61	Marketeers	57	televisi	Television	√				Jika dulu kita menikmati melalui radio, tape, compact disc, atau televisi, layanan berbasis internet.
62	Marketeers	58	internet	Internet		√			Jika dulu kita menikmati melalui radio, tape, compact disc, atau televisi, layanan berbasis internet.
63	Marketeers	59	streaming	Streaming		√			Volup adalah salah satu layanan streaming musik asal Indonesia yang bisa dirasakan melalui perang-kat smartphone dan website.
64	Marketeers	60	Musik	Music	√				Volup adalah salah satu layanan streaming musik asal Indonesia yang bisa dirasakan melalui perang-kat smartphone dan website.
65	Marketeers	61	smartphone	Smartphone		√			Volup adalah salah satu layanan streaming musik asal Indonesia yang bisa dirasakan melalui perang-kat smartphone dan website.
66	Marketeers	62	website	Website		√			Volup adalah salah satu layanan streaming musik asal Indonesia yang bisa dirasakan melalui perang-kat smartphone dan website.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
67	Marketeers	63	musisi	Musician	√				Meskipun masih sangat baru, kehadiran Volup bisa dianggap sebagai serangan balik dari para musisi Indonesia.
68	Marketeers	64	kompetisi	Competency		√			“Rasanya kompetisi pada layanan streaming musik ini bukan kompetisi biasa, karena yang ter-jadi adalah kami para pemain sama-sama di tahap memberikan edukasi dulu kepada masyarakat ten-tang musik streaming itu sendiri," ujar Reza Ario Bimo, CEO Volup kepada Marketeers.
69	Marketeers	65	edukasi	Education	√				“Rasanya kompetisi pada layanan streaming musik ini bukan kompetisi biasa, karena yang ter-jadi adalah kami para pemain sama-sama di tahap memberikan edukasi dulu kepada masyarakat ten-tang musik streaming itu sendiri," ujar Reza Ario Bimo, CEO Volup kepada Marketeers.
70	Marketeers	66	bisnis	Business		√			Dia melihat bahwa bisnis musik kon-vensional di Indonesia sudah sangat menurun.
71	Marketeers	67	konvensional	Conventional	√				Dia melihat bahwa bisnis musik kon-vensional di Indonesia sudah sangat menurun.
72	Marketeers	68	simple	Simple		√			“Pada akhirnya idenya sih simple.
73	Marketeers	69	value	Value		√			Mikir value apa yang ditawarkan untuk pengguna dan juga pelaku.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
74	Marketeers	70	Aplikasi	Aplication		√			Kenapa tidak bikin ap-likasi musik yang begitu pencet bisa langsung putar lagu, bisa beli dengan mudah.
75	Marketeers	71	eksekusi	Execution	√				Nah, dari situ baru deh eksekusi.”
76	Marketeers	72	industri	Industry	√				Meskipun berada dalam lingkungan industri musik, tidak otomatis Volup berjalan mulus.
77	Marketeers	73	musik	Music	√				Meskipun berada dalam lingkungan industri musik, tidak otomatis Volup berjalan mulus.
78	Marketeers	74	otomatis	Otomaticaly	√				Meskipun berada dalam lingkungan industri musik, tidak otomatis Volup berjalan mulus.
79	Marketeers	75	sistem	System	√				Ketika sudah mendapatkan suntikan dana dari ‘Bapak Angkat’, barulah Echa melakukan pembangunan sistem dari mulai desain, fungsi, coding, konten. integrasi bersama para part-ner, hingga proses pemasaran.
80	Marketeers	76	desain	Design	√				Ketika sudah mendapatkan suntikan dana dari ‘Bapak Angkat’, barulah Echa melakukan pembangunan sistem dari mulai desain, fungsi, coding, konten. integrasi bersama para part-ner, hingga proses pemasaran.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
81	Marketeers	77	fungsi	Function	√				Ketika sudah mendapatkan suntikan dana dari ‘Bapak Angkat’, barulah Echa melakukan pembangunan sistem dari mulai desain, fungsi, coding, konten. integrasi bersama para part-ner, hingga proses pemasaran.
82	Marketeers	78	coding	Coding		√			Ketika sudah mendapatkan suntikan dana dari ‘Bapak Angkat’, barulah Echa melakukan pembangunan sistem dari mulai desain, fungsi, coding, konten. integrasi bersama para part-ner, hingga proses pemasaran.
83	Marketeers	79	integrasi	Integration	√				Ketika sudah mendapatkan suntikan dana dari ‘Bapak Angkat’, barulah Echa melakukan pembangunan sistem dari mulai desain, fungsi, coding, konten. integrasi bersama para part-ner, hingga proses pemasaran.
84	Marketeers	80	partner	Partner		√			Ketika sudah mendapatkan suntikan dana dari ‘Bapak Angkat’, barulah Echa melakukan pembangunan sistem dari mulai desain, fungsi, coding, konten. integrasi bersama para part-ner, hingga proses pemasaran.
85	Marketeers	81	proses	Process	√				Ketika sudah mendapatkan suntikan dana dari ‘Bapak Angkat’, barulah Echa melakukan pembangunan sistem dari mulai desain, fungsi, coding, konten. integrasi bersama para part-ner, hingga proses pemasaran.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
86	Marketeers	82	Konten	Content		√			"Karena ini layanan utamanya musik, tentu saja konten menjadi sangat penting.
87	Marketeers	83	fokus	Focus	√				Di Yogyakarta, hadir sebuah tech startup yang juga fokus pada layanan audio.
88	Marketeers	84	audiobook	Audio Book		√			Bedanya, alih- alih memberikan konten musik, tech startup satu ini justru menawarkan layanan audiobook dengan nama Listeno.
89	Marketeers	85	memfasilitasi	Facilitate	√				Aplikasi Listeno memfasili-tasi para penggemar buku dengan menawarkan la-yanan buku dari beragam judul dan kategori.
90	Marketeers	86	kategori	Category	√				Aplikasi Listeno memfasili-tasi para penggemar buku dengan menawarkan la-yanan buku dari beragam judul dan kategori.
91	Marketeers	87	format	Format		√			Meskipun dia mengakui bahwa audiobook bukanlah format yang populer di dalam negeri.
92	Marketeers	88	tren	Trend	√				Tapi, Afit tetap meyakini bahwa ke depan, format audiobook akan menjadi tren.
93	Marketeers	89	konsumsi	Consumption	√				Ia merujuk pada pertumbuhan jaringan inter-net yang sudah masuk tahap 4G serta perilaku kon-sumsi masyarakat yang sekarang serba digital.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
94	Marketeers	90	digital	Digital		√			Ia merujuk pada pertumbuhan jaringan inter-net yang sudah masuk tahap 4G serta perilaku kon-sumsi masyarakat yang sekarang serba digital.
95	Marketeers	91	playbook	Playbook		√			Listeno mulai bisa dirasakan oleh konsumen edisi ini bakal menjadi playbook bagi Anda dalam membangun tech startup.
96	Marketeers	92	sektor	Sector	√				Selain itu, kami juga mengangkat kisah mengenai sejumlah tech startup Indonesia dari berbagai sektor, mulai dari pendidikan, audio-video, pekerjaan hingga keuangan dan e-commerce yang diprediksi masih menjadi sektor yang paling menarik untuk beberapa tahun ke depan.
97	Marketeers	93	data	Datum	√				Semoga saja, data-data yang dirilis oleh DailySocial.id bertajuk Tech Startup Report 2015 itu bisa memberikan gambaran tentang dunia tech startup di Indonesia saat ini.
98	Marketeers	94	dirilis	Release	√				Selain itu, kami juga mengangkat kisah menge-nai sejumlah tech startup Indonesia dari berbagai sektor, mulai dari pendidikan, audio-video, pe-kerjaan hingga keuangan dan e-commerce yang diprediksi masih menjadi sektor yang paling me-narik untuk beberapa tahun ke depan.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
99	Marketeers	95	e-commerce	E-Commerce		√			Selain itu, kami juga mengangkat kisah menge-nai sejumlah tech startup Indonesia dari berbagai sektor, mulai dari pendidikan, audio-video, pe-kerjaan hingga keuangan dan e-commerce yang diprediksi masih menjadi sektor yang paling me-narik untuk beberapa tahun ke depan.
100	Marketeers	96	diprediksi	Predict	√				Selain itu, kami juga mengangkat kisah menge-nai sejumlah tech startup Indonesia dari berbagai sektor, mulai dari pendidikan, audio-video, pe-kerjaan hingga keuangan dan e-commerce yang diprediksi masih menjadi sektor yang paling me-narik untuk beberapa tahun ke depan.
101	Marketeers	97	strategi	Strategy	√				Semoga saja, kisah, diferensiasi, hingga strategi para tech startup Indonesia -besar maupun kecil- bisa menjadi inspi-rasi dan pembakar semangat Anda.
102	Marketeers	98	inspirasi	Inspiration	√				Semoga saja, kisah, diferensiasi, hingga strategi para tech startup Indonesia -besar maupun kecil- bisa menjadi inspi-rasi dan pembakar semangat Anda.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
103	Marketeers	99	interview	Interview		√			Tak berhenti di sini, kami juga menampilkan in-terview dengan Ken Dean Lawadinata, Owner dan Chairman KASKUS, salah satu tech startup yang telah merasakan pahit dan manisnya dunia ini dan kini telah menjelma menjadi raksasa.
104	Marketeers	100	chairman	Chairman		√			Tak berhenti di sini, kami juga menampilkan in-terview dengan Ken Dean Lawadinata, Owner dan Chairman KASKUS, salah satu tech startup yang telah merasakan pahit dan manisnya dunia ini dan kini telah menjelma menjadi raksasa.
105	Marketeers	101	mendistribusikan	Distribute	√				Kami menawar¬kan bahwa Listeno adalah media baru untuk penerbit dalam mendistribusikan buku tidak hanya dalam format cetak dan e-book," terang Afit.
106	Marketeers	102	e-book	E-Book		√			Kami menawar¬kan bahwa Listeno adalah media baru untuk penerbit dalam mendistribusikan buku tidak hanya dalam format cetak dan e-book," terang Afit.
107	Marketeers	103	mengonversi	convert	√				Tidak habis akal, Listeno menyiapkan tim konten yang memiliki jam terbang luas sebagai penyiar untuk mengonversi pesan dalam buku dalam bentuk suara.
108	Marketeers	104	metode	Methode	√				Mulai dari hiburan hingga metode arsip.
109	Marketeers	105	arsip	Archieve	√				Mulai dari hiburan hingga metode arsip.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
110	Marketeers	106	praktis	Practical	√				Ketika internet muncul, praktis konsumen bisa memilih konten sesukanya kapan pun dan di mana pun.
111	Marketeers	107	konsumen	Consument		√			Ketika internet muncul, praktis konsumen bisa memilih konten sesukanya kapan pun dan di mana pun.
112	Marketeers	108	film	Film		√			Setelah YouTube, masyarakat juga dimanjakan dengan kehadiran layanan Netflix yang memungkinkan penonton menyaksikan film-film beragam genre secara legal dan terjangkau.
113	Marketeers	109	genre	Genre		√			Setelah YouTube, masyarakat juga dimanjakan dengan kehadiran layanan Netflix yang memungkinkan penonton menyaksikan film-film beragam genre secara legal dan terjangkau.
114	Marketeers	110	legal	Legal		√			Setelah YouTube, masyarakat juga dimanjakan dengan kehadiran layanan Netflix yang memungkinkan penonton menyaksikan film-film beragam genre secara legal dan terjangkau.
115	Marketeers	111	platform	Platform		√			“Paling sulit adalah mengajak orang-orang untuk memakai layanan kami. Kecenderungan masyarakat adalah senang memakai platform yang lebih lama, sementara kami masih baru dan lokal lagi. Untuk itu, kami banyak menggandeng pihak dan ingin memberi tahu masyarakat bahwa platform ini tidak bayar,” jelas Prami.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
116	Marketeers	112	program	Program		√			Vidio.com memutar otak untuk bisa meyakinkan masyarakat, salah satunya dengan melakukan program aktivasi, seperti ajang kompetisi, kuis-kuis mingguan, dan kontes-kontes lain sesuai minat masyarakat.
117	Marketeers	113	aktivitas	Activity	√				Vidio.com memutar otak untuk bisa meyakinkan masyarakat, salah satunya dengan melakukan program aktivasi, seperti ajang kompetisi, kuis-kuis mingguan, dan kontes-kontes lain sesuai minat masyarakat.
118	Marketeers	114	kompetisi	Competition	√				Vidio.com memutar otak untuk bisa meyakinkan masyarakat, salah satunya dengan melakukan program aktivasi, seperti ajang kompetisi, kuis-kuis mingguan, dan kontes-kontes lain sesuai minat masyarakat.
119	Marketeers	115	kuis	Quiz	√				Vidio.com memutar otak untuk bisa meyakinkan masyarakat, salah satunya dengan melakukan program aktivasi, seperti ajang kompetisi, kuis-kuis mingguan, dan kontes-kontes lain sesuai minat masyarakat.
120	Marketeers	116	kontes	Contest	√				Vidio.com memutar otak untuk bisa meyakinkan masyarakat, salah satunya dengan melakukan program aktivasi, seperti ajang kompetisi, kuis-kuis mingguan, dan kontes-kontes lain sesuai minat masyarakat.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
121	Marketeers	117	content	Content	√				Vidio.com saat ini berada di bawah bendera Emtek Group yang memiliki departemen TV Business, Production Business, Content business, dan Online Business (KMK Online).
122	Marketeers	118	online	Online		√			Vidio.com saat ini berada di bawah bendera Emtek Group yang memiliki departemen TV Business, Production Business, Content business, dan Online Business (KMK Online).
123	Marketeers	119	mengklaim	Claimed	√				Dengan sokongan dari Emtek Group, Vidio.com mengklaim memiliki infrastruktur mumpuni.
124	Marketeers	120	infrastruktur	Infrastructure	√				Dengan sokongan dari Emtek Group, Vidio.com mengklaim memiliki infrastruktur mumpuni.
125	Marketeers	121	bandwidth	Bandwidth		√			“Teknologi kami memungkinkan untuk penyesuaian antara bandwidth yang dimiliki perusahaan telekomunikasi dan yang layak dikonsumsi oleh masyarakat yang kemudian diaplikasikan pada layanan live streaming kami.
126	Marketeers	122	telekomunikasi	Telecomunication	√				“Teknologi kami memungkinkan untuk penyesuaian antara bandwidth yang dimiliki perusahaan telekomunikasi dan yang layak dikonsumsi oleh masyarakat yang kemudian diaplikasikan pada layanan live streaming kami.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
127	Marketeers	123	dikonsumsi	Consumed	√				“Teknologi kami memungkinkan untuk penyesuaian antara bandwidth yang dimiliki perusahaan telekomunikasi dan yang layak dikonsumsi oleh masyarakat yang kemudian diaplikasikan pada layanan live streaming kami.
128	Marketeers	124	diaplikasikan	Applied	√				“Teknologi kami memungkinkan untuk penyesuaian antara bandwidth yang dimiliki perusahaan telekomunikasi dan yang layak dikonsumsi oleh masyarakat yang kemudian diaplikasikan pada layanan live streaming kami.
129	Marketeers	125	live	Live		√			“Teknologi kami memungkinkan untuk penyesuaian antara bandwidth yang dimiliki perusahaan telekomunikasi dan yang layak dikonsumsi oleh masyarakat yang kemudian diaplikasikan pada layanan live streaming kami.
130	Marketeers	126	performa	Performance	√				Pastinya, performa kami lebih baik,” terang Prami.
131	Marketeers	127	skala	Scale	√				Selain Vidio.com, penyedia konten audio visual dalam skala yang lebih kecil juga menjamur di Indonesia.
132	Marketeers	128	mendokumentasikan	Documenting	√				Salah satunya adalah Sounds From The Comer (SFTC). SFTC bermula dari ide seorang Dimas Wisnuwardono untuk bisa mendokumentasikan aksi panggung beragam musisi dalam bentuk audio dan video yang ciantik.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
133	Marketeers	129	aksi	Action	√				Bersama rekannya Teguh Wicaksono, STFC mulai mendokumentasikan puluhan aksi musisi-musisi berkualitas asal Indonesia sejak 2012 yang bisa disaksikan melalui situs YouTube dan Sounds From The Corner.
134	Marketeers	130	situs	Sites	√				Bersama rekannya Teguh Wicaksono, STFC mulai mendokumentasikan puluhan aksi musisi-musisi berkualitas asal Indonesia sejak 2012 yang bisa disaksikan melalui situs YouTube dan Sounds From The Corner.
135	Marketeers	131	konsep	Concept	√				"Kendala awal adalah menerjemahkan konsep kami kepada para musisi tersebut.
136	Marketeers	132	session	Session		√			Akhirnya kami menjelaskan bahwa ada dua konsep yang kami tawarkan, yakni live session dan konser," ujar Dimas.
137	Marketeers	133	konser	Concert	√				Akhirnya kami menjelaskan bahwa ada dua konsep yang kami tawarkan, yakni live session dan konser," ujar Dimas.
138	Marketeers	134	pengarsipan	Archiving	√				Dimas memilih fokus menghadirkan konten live music dengan dalih untuk pengarsipan di masa depan.
139	Marketeers	135	eksklusif	Exclusive	√				Tidak sekadar lagu, Volup juga menyediakan konten eksklusif dari musisi Indonesia untuk mempromosikan karya-karyanya melalui video channel, radio, hingga newsletter.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
140	Marketeers	136	mempromosikan	Promoting	√				Tidak sekadar lagu, Volup juga menyediakan konten eksklusif dari musisi Indonesia untuk mempromosikan karya-karyanya melalui video channel, radio, hingga newsletter.
141	Marketeers	137	channel	Channel		√			Tidak sekadar lagu, Volup juga menyediakan konten eksklusif dari musisi Indonesia untuk mempromosikan karya-karyanya melalui video channel, radio, hingga newsletter.
142	Marketeers	138	newsletter	Newsletter		√			Tidak sekadar lagu, Volup juga menyediakan konten eksklusif dari musisi Indonesia untuk mempromosikan karya-karyanya melalui video channel, radio, hingga newsletter.
143	Marketeers	139	fitur	Feature	√				“Monetisasi dengan fitur beli atau menyewa konten-konten yang ada di kami. Kami juga se-diakan bagi konsumen yang ingin beli format fisik.
144	Marketeers	140	sponsorship	Sponsorship		√			Kami tawarkan program keanggotaan dalam format harian hingga per enam bulan, dari Rp 2.000 hingga Rp 270.000. Selain itu kami juga monetisasi dari iklan dan sponsorship," ujar Echa.
145	Marketeers	141	gratis	Gratis		√			“Sejauh ini lebih banyak konten yang gratis, namun ada beberapa konten yang berbayar. Kami menawarkan sistem bagi hasil kepada para penerbit,” kata Afit.
146	Marketeers	142	voucher	Voucher		√			Saat ini Listeno menggunakan voucher code dalam sistem pembayaran.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
147	Marketeers	143	code	Code		√			Saat ini Listeno menggunakan voucher code dalam sistem pembayaran.
148	Marketeers	144	debit	Debit		√			"Kami sedang kembangkan metode pembayaran dalam format debit, kartu kredit, dan pulsa.
149	Marketeers	145	kredit	Credit	√				"Kami sedang kembangkan metode pembayaran dalam format debit, kartu kredit, dan pulsa.
150	Marketeers	146	pulsa	Pulse	√				"Kami sedang kembangkan metode pembayaran dalam format debit, kartu kredit, dan pulsa.
151	Marketeers	147	crowdsource	Crowd Source		√			Dari jumlah itu, sekitar 85% adalah video lokal yang dilakukan secara crowdsource dan produksi sendiri.
152	Marketeers	148	artis	Artist		√			Vidio.com juga memberikan ruang bagi artis yang tidak dapat tempat di TV untuk menjadikan Vidio.com sebagai panggungnya.
153	Marketeers	149	maker	Maker		√			“Cara kami monetisasi melalui iklan. Misalnya video maker disponsori oleh Rexona.
154	Marketeers	150	disponsori	Sponsored	√				“Cara kami monetisasi melalui iklan. Misalnya video maker disponsori oleh Rexona.
155	Marketeers	151	pre	Pre		√			Maka, Rexona yang membayar kami, lalu ada pre roll ads atau iklan sebelum video, lalu ada native ads.
156	Marketeers	152	roll	Roll		√			Maka, Rexona yang membayar kami, lalu ada pre roll ads atau iklan sebelum video, lalu ada native ads.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
157	Marketeers	153	Native	Native		√			Maka, Rexona yang membayar kami, lalu ada pre roll ads atau iklan sebelum video, lalu ada native ads.
158	Marketeers	154	ads	Ads		√			Maka, Rexona yang membayar kami, lalu ada pre roll ads atau iklan sebelum video, lalu ada native ads.
159	Marketeers	155	mempopulerkan	Popularized	√				Atau kami sedang memopulerkan satu istilah yang ingin dipopulerkan oleh sebuah merek berbayar itu.
160	Marketeers	156	mayoritas	Majority	√				Mayoritas pendapatan datang dari konten dan iklan," ujar Prami.
161	Marketeers	157	kanal	Canal	√				Senada dengan Vidio.com, STFC juga mengandalkan kekuatan monetisasi melalui iklan yang hadir dalam kanal video mereka.
162	Marketeers	158	major	Major		√			STCF yang fokus pada dokumentasi aksi panggung musisi-musisi Indonesia baik major label dan musisi indie ini meraup pundi-pundi rupiah melalui kekuatan konten video mereka.
163	Marketeers	159	label	Label		√			STCF yang fokus pada dokumentasi aksi panggung musisi-musisi Indonesia baik major label dan musisi indie ini meraup pundi-pundi rupiah melalui kekuatan konten video mereka.
164	Marketeers	160	indie	Indie		√			STCF yang fokus pada dokumentasi aksi panggung musisi-musisi Indonesia baik major label dan musisi indie ini meraup pundi-pundi rupiah melalui kekuatan konten video mereka.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
165	Marketeers	161	musikalitas	Musicality	√				Kami ambil suara musisi mana yang memang bagus secara musikalitas.
166	Marketeers	162	isu	Issue	√				Isu pendidikan dan dunia kerja begitu kompleks.
167	Marketeers	163	tutor	Tutor		√			Ruangguru.com adalah platform pencarian tutor berbasis wcb dan mobile yang berdiri pada April 2014.
168	Marketeers	164	web	Web		√			Ruangguru.com adalah platform pencarian tutor berbasis wcb dan mobile yang berdiri pada April 2014.
169	Marketeers	165	mobile	Mobile		√			Ruangguru.com adalah platform pencarian tutor berbasis wcb dan mobile yang berdiri pada April 2014.
170	Marketeers	166	market	Market		√			Davara ini merupakan online market place yang menghubungkan antara guru dan pelajar.
171	Marketeers	167	place	Place		√			Davara ini merupakan online market place yang menghubungkan antara guru dan pelajar.
172	Marketeers	168	private	Private		√			Awalnya Iman dan Belva merasa kesulitan mencari guru private ketika mereka ingin melanjutkan studi di luar negeri.
173	Marketeers	169	Platform	Platform		√			Tapi, mengapa tidak ada satu platform di Indonesia yang menghubungkan demand dan supply itu?
174	Marketeers	170	demand	Demand		√			Tapi, mengapa tidak ada satu platform di Indonesia yang menghubungkan demand dan supply itu?

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
175	Marketeers	171	supply	Supply		√			Tapi, mengapa tidak ada satu platform di Indonesia yang menghubungkan demand dan supply itu?
176	Marketeers	172	offline	Offline		√			Menjamurnya bimbingan belajar offiine adalah bukti bahwa bisnis tutorial diterima baik oleh publik Tanah Air.
177	Marketeers	173	publik	Public	√				Menjamurnya bimbingan belajar offiine adalah bukti bahwa bisnis tutorial diterima baik oleh publik Tanah Air.
178	Marketeers	174	industri	Structured	√				Akan tetapi, industri ini dinilai masih tidak terstruktur, khususnya mengenai pembagian komisi.
179	Marketeers	175	terstruktur	Commission	√				Akan tetapi, industri ini dinilai masih tidak terstruktur, khususnya mengenai pembagian komisi.
180	Marketeers	176	komisi	Tutorial		√			Akan tetapi, industri ini dinilai masih tidak terstruktur, khususnya mengenai pembagian komisi.
181	Marketeers	177	diferensiasi	Differentiation		√			Diferensiasi lainnya adalah, harga jasa tutorial tidak ditentukan oleh Ruangguru.com melainkan oleh market, yaitu para guru itu sendiri.
182	Marketeers	178	tutorial	Rating		√			Diferensiasi lainnya adalah, harga jasa tutorial tidak ditentukan oleh Ruangguru.com melainkan oleh market, yaitu para guru itu sendiri.
183	Marketeers	179	rating	Flexible	√				Guru juga memiliki rating berdasarkan performa mengajarnya.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
184	Marketeers	180	fleksibel	Progress	√				Dengan demikian, murid bisa lebih fleksibel memilih guru berdasarkan kebutuhan mereka.
185	Marketeers	181	progres	Tutor		√			“Selain itu. Orang tua juga bisa mendapatkan laporan bulanan mengenai progres anaknya setelah memakai jasa tutor guru tersebut." ungkap alumnus Hubungan Internasional Universitas Indonesia ini.
186	Marketeers	182	tutor	Alumnus		√			“Selain itu. Orang tua juga bisa mendapatkan laporan bulanan mengenai progres anaknya setelah memakai jasa tutor guru tersebut." ungkap alumnus Hubungan Internasional Universitas Indonesia ini.
187	Marketeers	183	alumnus	International	√				“Selain itu. Orang tua juga bisa mendapatkan laporan bulanan mengenai progres anaknya setelah memakai jasa tutor guru tersebut." ungkap alumnus Hubungan Internasional Universitas Indonesia ini.
188	Marketeers	184	internasional	University	√				“Selain itu. Orang tua juga bisa mendapatkan laporan bulanan mengenai progres anaknya setelah memakai jasa tutor guru tersebut." ungkap alumnus Hubungan Internasional Universitas Indonesia ini.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
189	Marketeers	185	universitas	Fresh Graduate		√			“Selain itu. Orang tua juga bisa mendapatkan laporan bulanan mengenai progres anaknya setelah memakai jasa tutor guru tersebut." ungkap alumnus Hubungan Internasional Universitas Indonesia ini.
190	Marketeers	186	freshgraduate	Verify	√				Saat ini, sudah ada 25.000 guru terdaftar dalam situs Ruangguru.com. Sekitar 70% dari mereka adalah lulusan SI dan freshgraduate.
191	Marketeers	187	memverifikasi	Certificate	√				Diakui Iman, Ruangguru telah memverifikasi kualitas guru-guru yang mendaftar tersebut.
192	Marketeers	188	sertifikat	Investation	√				Misalnya, jika ia ingin mengajar Bahasa Inggris, maka ia wajib memperlihatkan sertifikat Toefl, IELTS, dan semacamnya.
193	Marketeers	189	investasi	Digits		√			Pada Desember 2015, Ruangguru memperoleh investasi tujuh digit dolar AS pada putaran Seri A yang dipimpin oleh Venturra Capital.
194	Marketeers	190	digit	Dollar	√				Pada Desember 2015, Ruangguru memperoleh investasi tujuh digit dolar AS pada putaran Seri A yang dipimpin oleh Venturra Capital.
195	Marketeers	191	dolar	Seed		√			Pada Desember 2015, Ruangguru memperoleh investasi tujuh digit dolar AS pada putaran Seri A yang dipimpin oleh Venturra Capital.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
196	Marketeers	192	seed	Funding		√			Sebelumnya, East Ventures telah memberikan seed funding kepada Ruangguru.com pada Agustus 2014 lalu.
197	Marketeers	193	funding	Accessing	√				Sebelumnya, East Ventures telah memberikan seed funding kepada Ruangguru.com pada Agustus 2014 lalu.
198	Marketeers	194	mengakses	Positioning		√			Layanan tersebut memungkinkan para pelajar untuk mengakses ribuan bank soal yang disesuaikan dengan kurikulum pendidikan nasional secara gratis.
199	Marketeers	195	positioning	Tutoring		√			Pada akhirnya, positioning Ruangguru bukan sekadar tutoring market place. melainkan education learning lab.
200	Marketeers	196	tutoring	Portal		√			Pada akhirnya, positioning Ruangguru bukan sekadar tutoring market place. melainkan education learning lab.
201	Marketeers	197	Portal	Position	√				Padahal, jika Anda membuka portal lowongan pekerjaan online, syarat utama yang harus dimiliki oleh pelamar kerja adalah gelar S1.
202	Marketeers	198	posisi	Filter		√			Lulusan D3 dan SMA/SMK dianggap tidak mampu untuk mengisi posisi itu.
203	Marketeers	199	filter	Program		√			Syarat SI akhirnya hanya sebagai filter agar yang melamar tidak terlalu banyak," ucap Novistiar Rustandi, co-Founder & CEO HarukaEdu.
204	Marketeers	200	program	Based	√				Jadi, selain menawarkan kelas online, HarukaEdu tengah mengenjot program kuliah berbasis online, namun tanpa mengurangi kualitas dari kuliah itu.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
205	Marketeers	201	berbasis	Quality	√				Jadi, selain menawarkan kelas online, HarukaEdu tengah mengenjot program kuliah berbasis online, namun tanpa mengurangi kualitas dari kuliah itu.
206	Marketeers	202	kualitas	Model		√			Jadi, selain menawarkan kelas online, HarukaEdu tengah mengenjot program kuliah berbasis online, namun tanpa mengurangi kualitas dari kuliah itu.
207	Marketeers	203	model	Client	√				Novistiar menilai, banyak kampus tertarik mengembangkan model kuliah online, namun mereka tidak memiliki waktu dan sumber daya yang mumpuni untuk melakukannya.
208	Marketeers	204	Klien	Customer		√			“Klien kami adalah para universitas yang ingin memberikan kuliah online.
209	Marketeers	205	customer	Commission	√				Adapun, customer yang dibidik adalah para karyawan, yang pada umumnya tidak memiliki waktu untuk melakukan kuliah di kelas lantaran terkendala waktu.
210	Marketeers	206	penetrasi	Smartphones	√				Penetrasi internet dan ponsel pintar semakin tinggi di Indonesia.
211	Marketeers	207	ponsel pintar	Information	√				Penetrasi internet dan ponsel pintar semakin tinggi di Indonesia.
212	Marketeers	208	informasi	Gossip	√				Hal ini berimbas pada semakin mudahnya seseorang mendapatkan informasi.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
213	Marketeers	209	gosip	Click	√				Dengan teknologi, kita bisa mendapatkan info terbaru, baik itu berita politik, gosip, maupun info lainnya hanya dalam sekali klik.
214	Marketeers	210	klik	Analysis	√				Dengan teknologi, kita bisa mendapatkan info terbaru, baik itu berita politik, gosip, maupun info lainnya hanya dalam sekali klik.
215	Marketeers	211	analisis	Opinion	√				Anda akan menemukan berita, analisis, opini, tips, dan banyak info lainnya seputar dunia digital yang menarik un¬tuk diikuti.
216	Marketeers	212	opini	Tips		√			Anda akan menemukan berita, analisis, opini, tips, dan banyak info lainnya seputar dunia digital yang menarik un¬tuk diikuti.
217	Marketeers	213	tips	Empowerment		√			Anda akan menemukan berita, analisis, opini, tips, dan banyak info lainnya seputar dunia digital yang menarik un¬tuk diikuti.
218	Marketeers	214	empowerment	Consumer	√				Pihaknya ingin empowerment ke arah sana.
219	Marketeers	215	konsumen	Aplication	√				Di samping itu, DailySocial ingin membantu startup untuk mendapatkan konsumen.
220	Marketeers	216	aplikasi	Educating	√				Rama menambahkan, dari sisi konsumen, Daily Social turut membantu menginformasikan aplikasi dan startup apa saja yang terbaru.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
221	Marketeers	217	mengedukasi	Hoax		√			Tidak hanya itu, DailySocial pun membantu mengedukasi konsumen.
222	Marketeers	218	hoax	Aggregators	√				“Misalnya beberapa waktu lalu beredar hoax yang menyebut Path down karena sedang di- hack.
223	Marketeers	219	agregator	Preference	√				Misalnya saja peluang bagi aplikasi agregator berita Babe dan Kurio.
224	Marketeers	220	preferensi	Exported	√				"Di Babe, konten berita yang disajikan akan disesuaikan dengan preferensi masing-masing konsumen.
225	Marketeers	221	diekspor	Positioning	√				Saat ini, Babe merupakan aplikasi lokal yang telah diekspor ke Malaysia pada tahun ini.
226	Marketeers	222	memosisikan	Community	√				Mainspring ini memosisikan diri bukan hanya sebagai aplikasi berita, tapi lebih dari itu.
227	Marketeers	223	komunitas	Commented	√				Babe adalah komunitas berita.
228	Marketeers	224	berkomentar	Ethics	√				Mereka bisa berkomentar pada berita-berita yang ada.
229	Marketeers	225	etika	represents	√				Karena Kurio ingin menjadi yang terbaik, maka pihaknya beru¬paya menjaga etika, value, dan cara merepresentasikan media.
230	Marketeers	226	merepresentasikan	Growth		√			Karena Kurio ingin menjadi yang terbaik, maka pihaknya beru¬paya menjaga etika, value, dan cara merepresentasikan media.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
231	Marketeers	227	growth	Line	√				Sebab itu, tidak mungkin kami membantu menyebarkan konten yang aneh-aneh meski bagus untuk growth," kata David Wayne Ika, CEO Kurio.
232	Marketeers	228	lini	Benefit		√			DailySocial misalnya memiliki dua lini bisnis, yaitu online dan offline.
233	Marketeers	229	online	Online					DailySocial misalnya memiliki dua lini bisnis, yaitu online dan offline.
234	Marketeers	230	offline	Offline					DailySocial misalnya memiliki dua lini bisnis, yaitu online dan offline.
235	Marketeers	231	benefit	Medium		√			Sehingga, mereka bisa memberikan benefit satu sama lain.
236	Marketeers	232	medium	Transition	√				Sementara itu, dalam bisnis model, Kurio meng¬gabungkan bisnis model yang sebenarnya sudah mature dengan medium yang berbeda.
237	Marketeers	233	transisi	Profit		√			David mengatakan, bisnis model media itu jelas, namun sedang mengalami transisi ke digital.
238	Marketeers	234	profit	Premium		√			Sehingga, kami sudah profit dalam 3-4 tahun ke depan," papar David.
239	Marketeers	235	korporat	Install	√				Selain itu, Kurio akan menghadirkan layanan premium yang diperuntukkan untuk pengguna korporat pada tahun 2017.
240	Marketeers	236	menginstal	Expoeriment	√				"Saat ini, yang telah menginstal Kurio sekitar 500.000 pengguna.
241	Marketeers	237	eksperimen	Recruiting	√				Rama menekankan untuk melakukan banyak eksperimen.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
242	Marketeers	238	merekrut	Survive		√			Selain itu, yang terpenting juga adalah merekrut orang-orang yang tepat.
243	Marketeers	239	survive	Conglomerate	√				Investasi bukan untuk survive tapi untuk growth," kata Rama.
244	Marketeers	240	konglomerat	Financial	√				"Selain itu, konglomerat-konglomerat Indonesia pun memberikan funding," kata Rama.
245	Marketeers	241	finansial	Method	√				Itulah sektor finansial masa depan.
246	Marketeers	242	metode	Pioneer	√				Akan lebih praktis jika kita bisa langsung membayar langsung di laman online tersebut, klik,pilih metode pembayaran, lalu tunggu barang dikirim.
247	Marketeers	243	pionir	Facilities	√				Adalah startup teknologi bernama Veritrans, salah satu pionir penyedia layanan itu di Indonesia.
248	Marketeers	244	fasilitas	Accommodates	√				Istilah lainnya, Veritrans menyediakan fasilitas payment gateway bagi para e-commerce di Indonesia.
249	Marketeers	245	mengakomodasi	Collaborate	√				Veritrans kemudian mengakomodasi keperluan para e-com-merce tersebut, menghubungkan mereka dengan konsumen.
250	Marketeers	246	berkolaborasi	Agenda		√			Maka tidak heran jika berkolaborasi dengan bank menjadi agenda utama ketika pertama mereka muncul.
251	Marketeers	247	portofolio	Affiliated	√				Hal itu membuka pintu untuk menambah daftar bank lain ke dalam portofolio Veritrans.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
252	Marketeers	248	terafiliasi	Transact	√				Kami hanya diberi nama sama untuk meyakinkan Veritrans Indonesa terafiliasi dengan perusahaan Jepang itu, karena mereka sudah punya nama di sana," terang pria lulusan Belanda ini.
253	Marketeers	249	bertransaksi	Alias		√			Hingga saat ini, sudah ada lebih 1.100 e-commerce yang sudah bertransaksi menggunakan sistem Veritrans.
254	Marketeers	250	alias	Number	√				Hadir sejak 2012, Veritrans muncul di tengah mulai meledaknya e-commerce yang butuh sistem pembayaran alias payment gateway.
255	Marketeers	251	nomor	Telephone	√				Transaksi transfer uang itu pun cukup mudah, dengan hanya cukup menggunakan nomor telepon.
256	Marketeers	252	telepon	Telephone		√			Transaksi transfer uang itu pun cukup mudah, dengan hanya cukup menggunakan nomor telepon.
257									
258	Rolling Stone	1	relatif	Relative	√				ADA APA DENGAN CINTA BERTANGGUNG JAWAB DALAM memperkenalkan enam nama yang relatif baru ke muka publik: Nicholas Saputra yang memerankan Rangga, Dian Sastrowardoyo berakting menjadi Cinta, Titi Kamal sebagai Maura, Ladya Cheryl memainkan Alya, Adinia Wirasti jadi Karmen, dan Sissy Prescillia melakoni Milly.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
259	Rolling Stone	2	publik	Public	√				ADA APA DENGAN CINTA BERTANGGUNG JAWAB DALAM memperkenalkan enam nama yang relatif baru ke muka publik: Nicholas Saputra yang memerankan Rangga, Dian Sastrowardoyo berakting menjadi Cinta, Titi Kamal sebagai Maura, Ladya Cheryl memainkan Alya, Adinia Wirasti jadi Karmen, dan Sissy Prescillia melakoni Milly.
260	Rolling Stone	3	kepopuleran	Popularity	√				Seperti film remaja Dazed and Confused (1993) yang sukses mengangkat nama Ben Affleck, Matthew McConaughey, hingga Parker Posey, AADC adalah roket yang melontarkan para pemerannya ke kawasan kepopuleran yang tak pernah mereka bayangkan sebelumnya.
261	Rolling Stone	4	kolektif	Collective	√				Bertemu dengan para pemeran anggota Geng Cinta—begitu Cinta dan empat sahabatnya kolektif disebut—dalam kehidupan nyata, minus Ladya Cheryl yang sedang menjalankan studi di New York, adalah pengalaman yang heboh.
262	Rolling Stone	5	minus	Minus		√			Bertemu dengan para pemeran anggota Geng Cinta—begitu Cinta dan empat sahabatnya kolektif disebut—dalam kehidupan nyata, minus Ladya Cheryl yang sedang menjalankan studi di New York, adalah pengalaman yang heboh.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
263	Rolling Stone	6	studi	Study	√				Bertemu dengan para pemeran anggota Geng Cinta—begitu Cinta dan empat sahabatnya kolektif disebut—dalam kehidupan nyata, minus Ladya Cheryl yang sedang menjalankan studi di New York, adalah pengalaman yang heboh.
264	Rolling Stone	7	kasus	Case	√				Maka dalam kasus Geng Cinta yang kini semuanya sudah berusia kepala tiga, mereka balik ke tingkah laku remaja.
265	Rolling Stone	8	geng	Gank	√				Maka dalam kasus Geng Cinta yang kini semuanya sudah berusia kepala tiga, mereka balik ke tingkah laku remaja.
266	Rolling Stone	9	karakter	Character	√				Dian, Titi, Asti, dan Sissy—sejak dulu, mereka menyapa satu sama lain dengan nama karakter AADC yang diperankan—seperti dique yang didambakan banyak orang untuk bisa bergabung.
267	Rolling Stone	10	tipe	Type	√				Namun tidak seperti dique kebanyakan, Geng Cinta adalah tipe yang tak peduli dengan citra mereka di mata publik; apa adanya tanpa pura-pura.
268	Rolling Stone	11	publik	Public	√				Namun tidak seperti dique kebanyakan, Geng Cinta adalah tipe yang tak peduli dengan citra mereka di mata publik; apa adanya tanpa pura-pura.
269	Rolling Stone	12	hotel	Hotel		√			Ini terlihat dari sesi wawancara di salah satu kamar Hotel Indonesia Kempinski, Thamrin, Jakarta pada pertengahan Maret lalu.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
270	Rolling Stone	13	mengritik	Criticize	√				Mereka menertawakan apa yang mau ditertawakan, mengkritik apa yang mau dikritik, dan merekam apa yang mau diunggah ke Snapchat, media sosial yang tengah mereka gandrungi.
271	Rolling Stone	14	dikritik	Criticized	√				Mereka menertawakan apa yang mau ditertawakan, mengkritik apa yang mau dikritik, dan merekam apa yang mau diunggah ke Snapchat, media sosial yang tengah mereka gandrungi.
272	Rolling Stone	15	mayoritas	Majority	√				Tapi sekarang untuk AADC2, kalian sudah populer secara meluas dan bahkan mayoritas berkeluarga.
273	Rolling Stone	16	sharing	Sharing		√			Pulang kerja, ketemunya mereka-mereka lagi. Kuliner bareng, sharing di kamar bareng.
274	Rolling Stone	17	chemistry	Chemistry		√			Chemistry-nya masih berada di situ.
275	Rolling Stone	18	akting	Acting	√				Cuma kalau teman-teman ada di sini juga ketika kami ketawa-ketawa tadi, itu be-tulan, nggak akting, that's real.
276	Rolling Stone	19	dekade	Decade	√				Gue senangnya begini: kami sudah ber-teman dari dulu, zaman masih gadis-gadis; sekarang lebih dari satu dekade berlalu, mayoritas kami sudah berkeluarga.
277	Rolling Stone	20	dimensi	Dimension	√				Masing-masing dari kami pun memiliki dimensi yang semakin banyak dalam kehidupan: punya keluarga, menghadapi suami, menghadapi anak, menghadapi mantan pacar yang aneh-aneh.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
278	Rolling Stone	21	karier	carier	√				Kalau dulu, kami cuma bisa bahas pacar, orang tua, dan sekolah. Sekarang kami punya karier, keluarga, suami, mertua, anak.
279	Rolling Stone	22	konteksnya	Context	√				Karena konteksnya kami sudah dewasa dan married women, jadi bukan masalah bandel atau nggak.
280	Rolling Stone	23	sekuel	Sequel	√				Karena sampai bikin yang buat Line pun Mbak Mira [Lesmana] masih nggak ngomong soal sekuel AADC.
281	Rolling Stone	24	proses	Process	√				Tapi di dalam proses syuting itu Milly sempat nggak contimc'ty karena semakin ke sini dia semakin kurus.
282	Rolling Stone	25	syuting	Shooting	√				Tapi di dalam proses syuting itu Milly sempat nggak contimc'ty karena semakin ke sini dia semakin kurus.
283	Rolling Stone	26	populer	Popular	√				Apa kalian sempat merasa ragu atau ciut untuk main dalam sekuel AADC yang sudah menjadi produk budaya populer Indonesia?
284	Rolling Stone	27	perfilman	Film Industry	√				Deg-degan sih iya, ragu-ragu tidak. Kare¬na buat gue pribadi AADC adalah pintu gue ke perfilman.
285	Rolling Stone	28	detail	Detail		√			Ditambah lagi yang menceritakan itu Mas Riri dengan segala detail dan emosinya, rasanya seperti menonton film dan dikasih cliffhanger.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
286	Rolling Stone	29	emosinya	Emotions	√				Ditambah lagi yang menceritakan itu Mas Riri dengan segala detail dan emosinya, rasanya seperti menonton film dan dikasih cliffhanger.
287		30	cliffhanger	Cliffhanger		√			Ditambah lagi yang menceritakan itu Mas Riri dengan segala detail dan emosinya, rasanya seperti menonton film dan dikasih cliffhanger.
288	Rolling Stone	31	film	Film		√			Ditambah lagi yang menceritakan itu Mas Riri dengan segala detail dan emosinya, rasanya seperti menonton film dan dikasih cliffhanger.
289	Rolling Stone	32	merespons	Respond	√				Ketika Mbak Mira bilang, “Oke, kita mau bikin sekuel AADC,” gue merespons:
290	Rolling Stone	33	gift	Gift		√			Pengalaman dahsyat seumur hidup. Bisa ikut AADC saja sudah jadi gift banget buat gue.
291	Rolling Stone	34	asisten	Assistant	√				Kalau dulu, zaman Mas Rudi, latihannya dibantu oleh asisten sutradara; almarhum Sofyan D. Surza.
292	Rolling Stone	35	direction	Direction		√			Jadi asisten sutradara mendampingi dan mengingatkan saja kalau ada yang belum, mencatat juga perkembangan-perkembangan direction yang sudah disetujui Mas Riri. Pengalaman yang sa¬ngat menarik, cara kerja mereka berbeda-beda.
293	Rolling Stone	36	involved	Involved		√			Mas Riri detail banget, sangat involved. Dia paham banget karakter-karakternya.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
294	Rolling Stone	37	create	Create		√			Itu kami create bareng agar benangnya tetap jelas dan terjaga.
295	Rolling Stone	38	diskusi	Discussion	√				Waktu itu kami diskusi bareng, kira-kira apa saja yang dialami Cinta, Maura, Karmen, dan Milly.
296	Rolling Stone	39	fase	Phase	√				Fase kehidupan¬nya seperti apa, kami kupas berempat.
297	Rolling Stone	40	signifikan	Significant	√				Tapi kami berempat sebagai pemeran harus tahu, ke mana saja karakter kami selama empat belas tahun ini. Itu yang cukup signifikan kalau dibanding AADC kesatu.
298	Rolling Stone	41	rutin	Routine	√				Iya, betul. Walaupun kami sempat jarang banget ketemu sebelum mau bikin AADC2, tapi begitu ketemu rasanya kayak nggak pernah pisah, seolah rutin ketemu, tahu terus perkembangan satu sama lain.
299	Rolling Stone	42	positif	Positive	√				Dan kami sangat mendukung keputusan positif itu. Good luck, Alya. Good luck, Ladya.
300	Rolling Stone	43	poinnya	Point	√				Kami kangen dia, tapi nggak ada poinnya juga terlalu lama ber¬sedih.
301	Rolling Stone	44	antusiasmenya	Enthusiasm	√				Antusiasmenya ternyata sebesar itu.
302	Rolling Stone	45	parkir	Parking	√				Tadinya tukang parkir nggak tahu gue siapa, tapi kemudian jadi tahu.
303	Rolling Stone	46	modeling	Modeling		√			Sebelum AADC, yang tahu kami cuma pembaca majalah remaja karena memang suka modelling di situ.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
304	Rolling Stone	47	privasi	Privacy	√				Apalagi di Jakarta, orang-orangnya quite cool dan bisa menghargai privasi.
305	Rolling Stone	48	antusiasme	Enthusiasm	√				Sudah, dan kami ikut ketawa banget. Antusiasmenya ternyata sebesar itu. Kami se-nang lihatnya, beragam dan kocak-kocak.
306	Rolling Stone	49	energinya	Energy	√				Energinya positif.
307	Rolling Stone	50	ekspektasi	Expectation	√				Sehingga kalau awalnya ada tekanan dari ekspektasi tinggi publik, kami bisa melawannya.
308	Rolling Stone	51	produsernya	Producer	√				Kami punya keyakinan bahwa AADC adalah produk film yang dibuat memakai hati; oleh yang menulis, oleh produsernya, oleh yang berakting.
309	Rolling Stone	52	personal	Personal		√			Banyak cerita film yang terasa nggak berasal dari orang, nggak personal, nggak bisa sampai ke hati. Kalau AADC, ceritanya sangat personal.
310	Rolling Stone	53	relateablenya	Relateability	√				Kami sebagai pemeran juga jadi lebih gampang memainkannya, karena ada nilai relatable-nya.
311	Rolling Stone	54	mendeliver	Delivering	√				Dan mudah-mudahan dengan bekal itu kami bisa men-deliver satu produk film yang juga bisa relatable bagi penonton.
312	Rolling Stone	55	dinamika	Dynamics	√				Bagaimana kalian membangun dinamika dengan pemeran-pemeran itu?

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
313	Rolling Stone	56	interaksi	Interaction	√				Cerita dan interaksi antar tokohnya realistis, sehingga menimbulkan kedekatan dengan penonton, terutama yang sepantaran dengan karakter-karakter inti dalam film.
314	Rolling Stone	57	basically	Basically		√			Malah basically kami belajar kerja bareng bareng.
315	Rolling Stone	58	profesional	Profesional		√			Tapi Alhamdulillah semua berjalan lancar, karena semua pemeran baru itu profesional dan ki-nerjanya top.
316	Rolling Stone	59	top	Top		√			Tapi Alhamdulillah semua berjalan lancar, karena semua pemeran baru itu profesional dan ki-nerjanya top.
317	Rolling Stone	60	kontak	Contact	√				Waktu dia sudah lama nggak kontak, gue pernah telepon bilang: “J reach outfor you all the time. how come you never reach outfor mcT’ Drama.
318	Rolling Stone	61	fenomenal	Phenomenal	√				Film ini termasuk yang fenomenal, bahkan lama setelah ia pertama kali ditayangkan.
319	Rolling Stone	62	sukses	Success	√				Dikutip dari situs Film Indonesia, AADC sukses besar dalam pemasarannya.
320	Rolling Stone	63	romansa	Romance	√				Dinamika romansa ini mempengaruhi orang-orang di sekitar mereka, namun yang ditonjolkan adalah bagaimana hubungan ini mengubah hidup sepasang remaja itu.
321	Rolling Stone	64	aktor	Actor	√				Melihat aktor di layar curi-curi pandang ke orang yang ditaksir menerbitkan perasaan yang familier.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
322	Rolling Stone	65	familier	Familiar	√				Melihat aktor di layar curi-curi pandang ke orang yang ditaksir menerbitkan perasaan yang familier.
323	Rolling Stone	66	didominasi	Domination	√				Penyebabnya bisa jadi ada beberapa: ia muncul saat film Indonesia yang ‘baik dan benar’ mulai kembali setelah lama didominasi tema seks dan horor serta digarap dengan buruk; ia memotret masa itu dengan jeli sehingga rasa terwakili banyak muncul di penonton dan kemudian menimbulkan keterikatan; dan pada akhirnya, himpunan pemeran yang membuat kita percaya dan larut dalam hidup mereka.
324	Rolling Stone	67	seks	Sex	√				Penyebabnya bisa jadi ada beberapa: ia muncul saat film Indonesia yang ‘baik dan benar’ mulai kembali setelah lama didominasi tema seks dan horor serta digarap dengan buruk; ia memotret masa itu dengan jeli sehingga rasa terwakili banyak muncul di penonton dan kemudian menimbulkan keterikatan; dan pada akhirnya, himpunan pemeran yang membuat kita percaya dan larut dalam hidup mereka.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
325	Rolling Stone	68	horor	Horror	√				Penyebabnya bisa jadi ada beberapa: ia muncul saat film Indonesia yang ‘baik dan benar’ mulai kembali setelah lama didominasi tema seks dan horor serta digarap dengan buruk; ia memotret masa itu dengan jeli sehingga rasa terwakili banyak muncul di penonton dan kemudian menimbulkan keterikatan; dan pada akhirnya, himpunan pemeran yang membuat kita percaya dan larut dalam hidup mereka.
326	Rolling Stone	69	tren	Trend	√				Lebih lanjut lagi, kehadiran hal-hal yang sedang tren pada saat itu ingat Nike model ninja atau poster komik Danger Giri yang entah kenapa dulu banyak beredar?
327	Rolling Stone	70	model	Model		√			Lebih lanjut lagi, kehadiran hal-hal yang sedang tren pada saat itu ingat Nike model ninja atau poster komik Danger Giri yang entah kenapa dulu banyak beredar?
328	Rolling Stone	71	poster	Poster		√			Lebih lanjut lagi, kehadiran hal-hal yang sedang tren pada saat itu ingat Nike model ninja atau poster komik Danger Giri yang entah kenapa dulu banyak beredar?

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
329	Rolling Stone	72	komik	Comic	√				Lebih lanjut lagi, kehadiran hal-hal yang sedang tren pada saat itu ingat Nike model ninja atau poster komik Danger Giri yang entah kenapa dulu banyak beredar?
330	Rolling Stone	73	riset	Research	√				Film ini layak dijadikan salah satu acuan bila sedang melakukan riset perihal tindak-tanduk anak remaja Indonesia pada awal 2000-an.
331	Rolling Stone	74	interaksi	Interaction	√				Cerita dan interaksi antar tokohnya realistis, sehingga menimbulkan kedekatan dengan penonton, terutama yang sepantaran dengan karakter-karakter inti dalam film.
332	Rolling Stone	75	realistis	Realistic		√			Cerita dan interaksi antar tokohnya realistis, sehingga menimbulkan kedekatan dengan penonton, terutama yang sepantaran dengan karakter-karakter inti dalam film.
333	Rolling Stone	76	demografi	Demography	√				Belum lagi ini adalah film remaja yang cocok dengan demografi penonton bioskop di Indonesia karena mayoritas penonton bioskop adalah remaja.
334	Rolling Stone	77	faktor	Factor	√				“Buat saya dua hal itu baru sekadar faktor pemantik.
335	Rolling Stone	78	trendsetter	Trend setter		√			Satu hal yang bikin AADC geger dan gegernya tah¬an lama karena itu satu dari sedikit film Indonesia yang berhasil memproduksi budaya baru. Istilahnya, trendsetter.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
336	Rolling Stone	79	opini	Opinion	√				Pengamat film Hikmat Darmawan menyatakan opini yang hampir segendang sepenarian.
337	Rolling Stone	80	faktor	Factor	√				Ia melihat faktor kekosongan film Indonesia saat itu tahu-tahu diisi oleh sebuah film cerita remaja yang memenuhi semua syarat komersial: bintang-bintang yang cantik dan ganteng, ceritanya lancar, dan bahasa visual yang enak dilihat.
338	Rolling Stone	81	komersial	Commercial	√				Ia melihat faktor kekosongan film Indonesia saat itu tahu-tahu diisi oleh sebuah film cerita remaja yang memenuhi semua syarat komersial: bintang-bintang yang cantik dan ganteng, ceritanya lancar, dan bahasa visual yang enak dilihat.
339	Rolling Stone	82	soundtrack	Soundtrack		√			Naskah masih ditulis oleh Prima Rusdi dan Mira Lesmana, sementara pemusik Melly Goeslaw dan Anto Hoed kembali terlibat di soundtrack Mira yang dulu men¬jadi produser kini juga demikian, dan Riri Riza menduduki posisi sutradara.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
340	Rolling Stone	83	posisi	Position	√				Naskah masih ditulis oleh Prima Rusdi dan Mira Lesmana, sementara pemusik Melly Goeslaw dan Anto Hoed kembali terlibat di soundtrack Mira yang dulu men¬jadi produser kini juga demikian, dan Riri Riza menduduki posisi sutradara.
341	Rolling Stone	84	mixing	Mixing		√			Ditemui di tengah kegiatan mixing film AADC 2 di daerah Gunawarman, Jakarta Selatan, pada pertengahan Maret lalu, Riri dan Mira mengisahkan pembuatan salah satu film yang paling ditunggu-tunggu dalam tahun ini. Menurut Mira, secara prinsip Miles Films tidak pernah ingin membuat sekuel.
342	Rolling Stone	85	reuni	Reunion	√				Sebelum film pendek AADC di Line, ada reuni io tahun film itu pada 2012.
343	Rolling Stone	86	meneror	Terrorizing	√				Pada saat itu sebenarnya para pemeran sudah ‘meneror’ Mira.
344	Rolling Stone	87	berkonsentrasi	Concentrate	√				Bagus juga untuk menghibur kerinduan penggemar sambil menunggu kami bisa benar-be¬nar berkonsentrasi,” katanya.
345	Rolling Stone	88	personal	Personal		√			Banyak sekali yang mempengaruhi itu, baik secara personal, profesional, dan dalam beberapa hal industri film.
346	Rolling Stone	89	profesional	Professional		√			Banyak sekali yang mempengaruhi itu, baik secara personal, profesional, dan dalam beberapa hal industri film.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
347	Rolling Stone	90	draft	Draft		√			Draft naskah yang pertama jadi tiga bulan kemudian.
348	Rolling Stone	91	workshop	Workshop		√			Dalam latihan dan workshop, para pemain juga urun rembug dan mengusulkan hal-hal baru untuk dimasukkan ke dalam naskah.
349	Rolling Stone	92	plot	Plot		√			Plot cerita diusahakan tidak diumbar sebe¬lum waktunya.
350	Rolling Stone	93	exercise	Exercise		√			“Kami exercise dengan berbagai kemungkinan,” kata Riri.
351	Rolling Stone	94	playground	Playground		√			Ia menganggap AADC sebagai playground yang sangat enak.
352	Rolling Stone	95	novel	Novel		√			Sebagai pemilik cerita, mereka tidak harus merujuk pada novel atau apa pun.
353	Rolling Stone	96	imajinasi	Imagination	√				Menjalankan sesuatu berdasarkan imajinasi, mimpi, ide, pengalaman.
354	Rolling Stone	97	ide	Idea	√				Menjalankan sesuatu berdasarkan imajinasi, mimpi, ide, pengalaman.
355	Rolling Stone	98	berinteraksi	Interact	√				Riri disebut Mira sebagai sutradara yang cenderung berinteraksi dengan pemeran¬nya.
356	Rolling Stone	99	make up	Make Up		√			"Ketika latihan kami memang masih kering, belum pakai kostum, belum pakai kamera, belum pakai make up, tapi latihan pengadeganannya sudah/uli seperti syuting.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
357	Rolling Stone	100	kamera	Camera	√				"Ketika latihan kami memang masih kering, belum pakai kostum, belum pakai kamera, belum pakai make up, tapi latihan pengadeganannya sudah/uli seperti syuting.
358	Rolling Stone	101	berkarakter	Characterize	√				Kota-kota lokasi syuting seperti Jakarta, Yogyakarta, dan Brooklyn dinilai sangat berkarakter.
359	Rolling Stone	102	dinamis	Dynamics	√				Yogyakarta khususnya dinilai berkembang dengan sangat dinamis dan unik.
360	Rolling Stone	103	unik	Unique	√				Yogyakarta khususnya dinilai berkembang dengan sangat dinamis dan unik.
361	Rolling Stone	104	rapper	Rapper		√			Maka muncullah berbagai tokoh seni Yogya di film ini, seperti perupa Eko Nugroho, Ria dari Papermoon Puppet Thaatre, juga rapper njawani Kill The DJ.
362	Rolling Stone	105	eranya	Era	√				Apa yang asyik dari film itu adalah ketika kita bisa melihat tempat sebuah negeri ketika film itu diproduksi dan kita bisa dengan mudah relate. Saya rasa AADC bisa jadi wakil itu, wakil di eranya," kata Riri.
363	Rolling Stone	106	identifikasi	Identification	√				Kalau pertanyaan itu diajukan ke Mira, ia akan menjawab, "Ada identifikasi yang sangat kuat dengan karakter-karak¬ter di AADC untuk remaja, terutama saat itu.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
364	Rolling Stone	107	skenario	Scenario	√				Kekuatan itu, menurut Mira, bukan hanya bergantung pada skenario dan sutradara, tapi juga aktor.
365	Rolling Stone	108	total	Total		√			Lama syuting AADC2 secara total ada¬lah 32 hari, yang dilakukan dalam waktu tiga bulan.
366	Rolling Stone	109	flyover	Flyover		√			Dari Jakarta yang penuh pembangun¬an (syuting sempat terpaksa dipindah¬kan tiba-tiba karena ada pembangunan jalan flyover), Yog-yakarta yang penuh pergerakan, sampai ke Brooklyn dengan suhu minus tujuh de¬rajat Celcius.
367	Rolling Stone	110	celcius	Celciul		√			Dari Jakarta yang penuh pembangun¬an (syuting sempat terpaksa dipindah¬kan tiba-tiba karena ada pembangunan jalan flyover), Yogyakarta yang penuh pergerakan, sampai ke Brooklyn dengan suhu minus tujuh de¬rajat Celcius.
368	Rolling Stone	111	panik	Panic	√				Rasa panik dan tekanan karena membawa puluhan kru kemudian diganjar dengan lo¬kasi baru yang tempatnya lebih bagus dari¬pada yang direncanakan.
369	Rolling Stone	112	kru	Crew	√				Rasa panik dan tekanan karena membawa puluhan kru kemudian diganjar dengan lo¬kasi baru yang tempatnya lebih bagus dari¬pada yang direncanakan.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
370	Rolling Stone	113	lokasi	Location	√				Kami harus coba berkali-kali demi mendapat¬kan direetion yang dia mau. Sehingga ketika di lokasi syuting, aspek itu sudah jadi semua," ujarnya.
371	Rolling Stone	114	antusias	Enthusias	√				Namun begitu kami bilang buat syuting AADC, semuanya menjawab dengan antusias, 'Boleh boleh boleh!' Ke Mas Eko Nugroho kami rasanya jiper, tapi ternyata dia antusias.
372	Rolling Stone	115	personal	Personal		√			Banyak cerita film yang terasa nggak berasal dari orang, nggak personal, nggak bisa sampai ke hati. Kalau AADC, ceritanya sangat personal.
373	Rolling Stone	116	stories	Stories		√			Semua personal stories digali untuk disumbangkan.
374	Rolling Stone	117	ikon	Icon	√				Dalam peng¬amatannya ada film yang laku karena memuat ikon-ikon yang sudah populer se¬belumnya, seperti Comic 8.
375	Rolling Stone	118	trailer	Anticipation	√				Lalu pada awal Maret kemarin, saat trailer resmi diluncurkan, bahkan tak sampai dua jam kemudian berbagai meme adegan di situ berlipat ganda dan menyebar dengan ganas.
376	Rolling Stone	119	meme	Meme		√			Lalu pada awal Maret kemarin, saat trailer resmi diluncurkan, bahkan tak sampai dua jam kemudian berbagai meme adegan di situ berlipat ganda dan menyebar dengan ganas.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
377	Rolling Stone	120	legenda	Legend		√			Satu lagi ucapan Cinta dibaptis jadi legenda: “Yang kamu lakukan ke saya itu... jahat.”
378	Rolling Stone	121	elektronik	Electronic	√				Mira menerima banyak sekali pesan lewat Facebook dan Twitter serta surat elektronik yang isinya kurang lebih sama: “Mbak, menurut gue harusnya ceritanya seperti ini..."
379	Rolling Stone	122	versi	Version	√				Kalau kata Mira, ini menyenangkan sekali karena semua orang merasa memiliki, walau pada akhirnya mereka tetap dengan cerita versi sendiri.
380	Rolling Stone	123	komersial	Commercial	√				Hikmat sendiri menyatakan bahwa harapannya adalah semoga pasar Indo¬nesia bisa menyambut film ini, karena ia menekankan pentingnya pasar film untuk tumbuh. “AADC2 disetel untuk menjadi film komersial, semoga memang akan laris.
381	Rolling Stone	124	ensemble	Ensemble		√			Ia dan Riri sangat menikmati masa-masa para aktor ini kembali berkumpul dan bekerja sebagai ensemble.
382	Rolling Stone	125	concern	Concern		√			“Bahkan tidak cuma melihat karakter yang mereka mainkan, mereka sangat concern dengan peran-peran lain.
383	Rolling Stone	126	ekspektasi	Expectation	√				“Kalau saya diibaratkan berbicara pada penonton, saya melepaskan diri dari ekspektasi banyak orang,” kata Mira.
384									
385	PESONA	1	travelling	Travelling		√			Ia memilih traveling ketimbang beli tas branded.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
386	PESONA	2	branded	Branded		√			Ia memilih traveling ketimbang beli tas branded.
387	PESONA	3	paspor	Pasport	√				Ia pernah nekat melanjutkan liburan keliling Eropa meskipun paspornya dicopet dan hanya berbekal surat keterangan hilang dari Kedubes.
388		4	teks	Text		√			TEKS: TINA SAVITRI FOTO: BURHAN PRAWIRA PENGARAH GAYA ERIN METASARI
389	PESONA	5	detail	Detail					“TOLONG JANGAN TANYA-TANYA soal detail cerita AADC 2 ya, Mbak.
390	PESONA	6	production	Production		√			Itu adalah pesan titipan dari pihak Miles Production, produser film Ada Apa Dengan Cinta (AADC) 2 yang akan tayang pada 28 April 2016—saat saya hendak mewawancarai Titi Kamal, 34.
391	PESONA	7	produser	Producer	√				Itu adalah pesan titipan dari pihak Miles Production, produser film Ada Apa Dengan Cinta (AADC) 2 yang akan tayang pada 28 April 2016—saat saya hendak mewawancarai Titi Kamal, 34.
392	PESONA	8	cover	Cover		√			Mendengar wanti-wanti itu, Titi yang sedang dirias untuk pemotretan cover PESONA, tertawa lepas.
393	PESONA	9	sekuel	Sequel	√				Sudah beberapa bulan terakhir ini waktu Titi memang banyak tersita untuk AADC2, film sekuel yang dibuat 14 tahun setelah film pertamanya menggebrak dunia film Indonesia.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
394	PESONA	10	film	Film		√			Sudah beberapa bulan terakhir ini waktu Titi memang banyak tersita untuk AADC2, film sekuel yang dibuat 14 tahun setelah film pertamanya menggebrak dunia film Indonesia.
395	PESONA	11	box	Box		√			AADC (2002) bukan hanya sukses menjadi film box office dan salah satu film nasional paling legendaris, tapi juga melambungkan nama para pemainnya.
396	PESONA	12	office	Office		√			AADC (2002) bukan hanya sukses menjadi film box office dan salah satu film nasional paling legendaris, tapi juga melambungkan nama para pemainnya.
397	PESONA	13	nasional	National	√				AADC (2002) bukan hanya sukses menjadi film box office dan salah satu film nasional paling legendaris, tapi juga melambungkan nama para pemainnya.
398	PESONA	14	legendaris	Legendary	√				AADC (2002) bukan hanya sukses menjadi film box office dan salah satu film nasional paling legendaris, tapi juga melambungkan nama para pemainnya.
399	PESONA	15	diproduksinya	Produced	√				Keriuhan tentang desas-desus bakal diproduksinya AADC2 memang sudah terdengar sejak setahun lalu.
400	PESONA	16	promosi	Promotion	√				Promosi gencar pun dilakukan sebelum, selama, dan sesudah tayang.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
401	PESONA	17	road	Road		√			“Nanti setelah film tayang di bioskop, kami langsung road show ke berbagai kota,” jelas wanita bernama lengkap Kurniaty Kamalia ini.
402	PESONA	18	show	Show		√			“Nanti setelah film tayang di bioskop, kami langsung road show ke berbagai kota,” jelas wanita bernama lengkap Kurniaty Kamalia ini.
403	PESONA	19	chemistry	Chemestry		√			“Awalnya memang ada kekhawatiran bahwa chemistry di antara kami sudah hilang termakan waktu.
404	PESONA	20	karier	Career	√				Bercanda, teriak-teriak, ngerumpi. Seperti ibu-ibu lainnya, kami ngomongin anak, tren fashion terbaru, karier.
405	PESONA	21	reuni	Reunion	√				Rasanya kayak acara reuni panjang yang menyenangkan...,“ kata Titi, tersenyum.
406	PESONA	22	syutingnya	Shooting	√				Makin seru karena syutingnya dilakukan di tiga lokasi: Yogyakarta, New York, dan Jakarta.
407	PESONA	23	fisik	Physics	√				Secara fisik, tak banyak yang berubah dari Titi Kamal sejak ia tampil sebagai Maura dalam AADC.
408	PESONA	24	seksi	Sexy	√				Rambutnya tetap panjang lurus, badannya tetap singset, dan wajahnya tetap seksi.
409	PESONA	25	personal	Personal		√			“Ketika remaja lain masih tampil polos, saya sudah senang dandan dan sudah punya personal style.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
410	PESONA	26	style	Style		√			“Ketika remaja lain masih tampil polos, saya sudah senang dandan dan sudah punya personal style.
411	PESONA	27	simple	Simple		√			Mungkin karena itu saya kebagian peran Maura,” kenang Titi yang mengaku senang bergaya simple feminine.
412	PESONA	28	feminime	Feminime		√			Mungkin karena itu saya kebagian peran Maura,” kenang Titi yang mengaku senang bergaya simple feminine.
413	PESONA	29	musik	Music	√				Meskipun begitu, ia lebih suka musik rock ketimbang musik klasik.
414	PESONA	30	rock	Rock		√			Meskipun begitu, ia lebih suka musik rock ketimbang musik klasik.
415	PESONA	31	klasik	Classic	√				Meskipun begitu, ia lebih suka musik rock ketimbang musik klasik.
416	PESONA	32	emosional	Emotional	√				Dulu saya gampang emosional, labil, maunya serba cepat, dan cenderung ngoyo.”
417	PESONA	33	sensual	Sensual		√			Memulai karier di dunia hiburan sejak duduk di SMP, nama pemilik wajah sensual khas Indonesia ini langsung masuk nominasi sebagai Aktris Pendatang Baru Terpuji versi Forum Film Bandung (2002) lewat mini seri Lilin Kecil.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
418	PESONA	34	nominasi	Nominations	√				Memulai karier di dunia hiburan sejak duduk di SMP, nama pemilik wajah sensual khas Indonesia ini langsung masuk nominasi sebagai Aktris Pendatang Baru Terpuji versi Forum Film Bandung (2002) lewat mini seri Lilin Kecil.
419	PESONA	35	aktris	Actress	√				Memulai karier di dunia hiburan sejak duduk di SMP, nama pemilik wajah sensual khas Indonesia ini langsung masuk nominasi sebagai Aktris Pendatang Baru Terpuji versi Forum Film Bandung (2002) lewat mini seri Lilin Kecil.
420	PESONA	36	versi	Version	√				Memulai karier di dunia hiburan sejak duduk di SMP, nama pemilik wajah sensual khas Indonesia ini langsung masuk nominasi sebagai Aktris Pendatang Baru Terpuji versi Forum Film Bandung (2002) lewat mini seri Lilin Kecil.
421	PESONA	37	forum	Forum		√			Memulai karier di dunia hiburan sejak duduk di SMP, nama pemilik wajah sensual khas Indonesia ini langsung masuk nominasi sebagai Aktris Pendatang Baru Terpuji versi Forum Film Bandung (2002) lewat mini seri Lilin Kecil.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
422	PESONA	38	model	Model		√			Ia juga laris menjadi model klip video, bahkan terpilih sebagai Model Klip Video Terbaik versi MTV Music Awards 2002 untuk lagu Slank, I Miss UBut I Hate U.
423	PESONA	39	klip	Clip	√				Ia juga laris menjadi model klip video, bahkan terpilih sebagai Model Klip Video Terbaik versi MTV Music Awards 2002 untuk lagu Slank, I Miss UBut I Hate U.
424	PESONA	40	video	Video		√			Ia juga laris menjadi model klip video, bahkan terpilih sebagai Model Klip Video Terbaik versi MTV Music Awards 2002 untuk lagu Slank, I Miss UBut I Hate U.
425	PESONA	41	akting	Acting	√				"Tapi ketika saya telah memilih akting sebagai jalan hidup, konsekuensinya saya harus berani keluar dari karakter Maura dan memerankan karakter- karakter lain yang menantang," kata Titi. Untuk membuktikan keseriusannya, ia antara lain pernah menerima peran sebagai gadis idiot dalam sinetron Chanda (2004), atau menjadi penyanyi dangdut Pantura di film Mendadak Dangdut (2006).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
426	PESONA	42	konsekuensinya	Consequence	√				“Tapi ketika saya telah memilih akting sebagai jalan hidup, konsekuensinya saya harus berani keluar dari karakter Maura dan memerankan karakter- karakter lain yang menantang,” kata Titi. Untuk membuktikan keseriusannya, ia antara lain pernah menerima peran sebagai gadis idiot dalam sinetron Chanda (2004), atau menjadi penyanyi dangdut Pantura di film Mendadak Dangdut (2006).
427	PESONA	43	karakter	Character	√				“Tapi ketika saya telah memilih akting sebagai jalan hidup, konsekuensinya saya harus berani keluar dari karakter Maura dan memerankan karakter- karakter lain yang menantang,” kata Titi. Untuk membuktikan keseriusannya, ia antara lain pernah menerima peran sebagai gadis idiot dalam sinetron Chanda (2004), atau menjadi penyanyi dangdut Pantura di film Mendadak Dangdut (2006).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
428	PESONA	44	keseriusannya	Serious	√				“Tapi ketika saya telah memilih akting sebagai jalan hidup, konsekuensinya saya harus berani keluar dari karakter Maura dan memerankan karakter- karakter lain yang menantang,” kata Titi. Untuk membuktikan keseriusannya, ia antara lain pernah menerima peran sebagai gadis idiot dalam sinetron Chanda (2004), atau menjadi penyanyi dangdut Pantura di film Mendadak Dangdut (2006).
429	PESONA	45	idiot	Idiot		√			“Tapi ketika saya telah memilih akting sebagai jalan hidup, konsekuensinya saya harus berani keluar dari karakter Maura dan memerankan karakter- karakter lain yang menantang,” kata Titi. Untuk membuktikan keseriusannya, ia antara lain pernah menerima peran sebagai gadis idiot dalam sinetron Chanda (2004), atau menjadi penyanyi dangdut Pantura di film Mendadak Dangdut (2006).
430	PESONA	46	hit	Hit		√			Salah satunya, menjadi penyanyi lagu Jablay yang dinyanyikannya sendiri di film Mendadak Dangdut bahkan sempat menjadi hit.
431	PESONA	47	album	Album		√			Kini ia telah melahirkan dua album lagu dan dua single.
432	PESONA	48	single	Single		√			Kini ia telah melahirkan dua album lagu dan dua single.
433	PESONA	49	stop	Stop		√			“Tapi untuk sekarang ini menyanyi stop dulu.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
434	PESONA	50	fokus	Focus	√				Saya ingin fokus pada akting dan keluarga," kata Titi yang baru saja menyelesaikan syuting sebuah film komedi, dan ia berperan sebagai istri seorang mafia.
435	PESONA	51	Komedi	Comedy	√				Saya ingin fokus pada akting dan keluarga," kata Titi yang baru saja menyelesaikan syuting sebuah film komedi, dan ia berperan sebagai istri seorang mafia.
436	PESONA	52	mafia	Mafia		√			Saya ingin fokus pada akting dan keluarga," kata Titi yang baru saja menyelesaikan syuting sebuah film komedi, dan ia berperan sebagai istri seorang mafia.
437	PESONA	53	aktor	Actor	√				Menikah dengan aktor Christian Sugiono, kekasih yang dipacarinya bertahun-tahun, mereka dikaruniai seorang putra bernama Arjuna Zayan Sugiono atau Juna berusia 2,5 tahun. Mata Titi langsung berbinar ketika pembicaraan beralih ke topik anak.
438	PESONA	54	robot-robotan	Robot			√		Dia juga ikut mengganti popok, betah membacakan buku dan main robot-robotan sama anaknya."
439	PESONA	55	katering	Catering	√				"Tugas saya, selain menangani promosi dan marketing, adalah icip-icip ke berbagai tempat yang saya kunjungi. Kalau ada makanan yang menarik untuk memperkaya menu katering kami, saya serahkan ke Elke yang memang jago masak.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
440	PESONA	56	catering	Catering		√			Titi Sari Catering—bersama kakak perempuannya, Elke, dan temannya, Sarah.
441	PESONA	57	promosi	Promotion	√				“Tugas saya, selain menangani promosi dan marketing, adalah icip-icip ke berbagai tempat yang saya kunjungi.
442	PESONA	58	marketing	Marketing		√			“Tugas saya, selain menangani promosi dan marketing, adalah icip-icip ke berbagai tempat yang saya kunjungi.
443	PESONA	59	menu	Menu		√			“Tugas saya, selain menangani promosi dan marketing, adalah icip-icip ke berbagai tempat yang saya kunjungi.
444	PESONA	60	bereksperimen	Experimenting	√				Kalau ada makanan yang menarik untuk memperkaya menu katering kami, saya serahkan ke Elke yang memang jago masak. Nanti dia yang akan bereksperimen membuatnya.
445	PESONA	61	eksperimen	Experiment	√				Contoh eksperimen kami yang sukses adalah Ayam Jerit, yang sekarang jadi favorit pelanggan kami.
446	PESONA	62	berpromosi	Promote	√				Itu masakah ayam yang pedeees... banget! Pokoknya wajib dicoba, ha ha ha...,” kata Titi berpromosi.
447	PESONA	63	favorit	favourite	√				Itu salah satu kegiatan favorit saya kalau lagi senggang,
448	PESONA	64	hobi	Hobby	√				Kesukaannya traveling semakin menjadi-jadi setelah ia menikah, karena Christian ternyata juga punya hobi yang sama.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
449	PESONA	65	diet	Diet		√			Selain melakukan diet karbo, ia hanya mengonsumsi daging putih, serta memperbanyak konsumsi buah dan sayuran.
450	PESONA	66	karbo	Carbo	√				Selain melakukan diet karbo, ia hanya mengonsumsi daging putih, serta memperbanyak konsumsi buah dan sayuran.
451	PESONA	67	mengonsumsi	Consume	√				Selain melakukan diet karbo, ia hanya mengonsumsi daging putih, serta memperbanyak konsumsi buah dan sayuran.
452	PESONA	68	konsumsi	Consuming	√				Selain melakukan diet karbo, ia hanya mengonsumsi daging putih, serta memperbanyak konsumsi buah dan sayuran.
453	PESONA	69	rutin	Routine	√				Ia rutin berenang, jalan cepat di treadmill, latihan zumba, dan tidur minimal tujuh jam sehari. Itu sebabnya ia cepat kembali langsing setelah melahirkan.
454	PESONA	70	treadmill	Treadmill		√			Ia rutin berenang, jalan cepat di treadmill, latihan zumba, dan tidur minimal tujuh jam sehari. Itu sebabnya ia cepat kembali langsing setelah melahirkan.
455	PESONA	71	zumba	Zumba		√			Ia rutin berenang, jalan cepat di treadmill, latihan zumba, dan tidur minimal tujuh jam sehari. Itu sebabnya ia cepat kembali langsing setelah melahirkan.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
456	PESONA	72	minimal	Minimal		√			Ia rutin berenang, jalan cepat di treadmill, latihan zumba, dan tidur minimal tujuh jam sehari. Itu sebabnya ia cepat kembali langsing setelah melahirkan.
457	PESONA	73	sexy	Sexy		√			Titi Kamal is sexy, itu kata banyak orang. Apakah ia menyadarinya? Titi tersenyum.
458	PESONA	74	persepsi	Persetion	√				"Seksi itu, kan, bisa dilihat dari berbagai persepsi: Penampilan, cara bicara, cara bersikap.
459	PESONA	75	fit	Fit		√			Saya sendiri hanya ingin tetap fit dan prima, karena saya bukan tipe orang yang senang minum vitamin.
460	PESONA	76	prima	Prime	√				Saya sendiri hanya ingin tetap fit dan prima, karena saya bukan tipe orang yang senang minum vitamin.
461	PESONA	77	vitamin	Vitamin		√			Saya sendiri hanya ingin tetap fit dan prima, karena saya bukan tipe orang yang senang minum vitamin.
462	PESONA	78	passion	Passion		√			Bahwa hidup adalah perjalanan, bagi Titi bukan hanya kiasan. Traveling memang merupakan passion-nya yang lain.
463	PESONA	79	browsing	Browsing		√			"Baru membayangkan traveling lewat browsing di internet saja sudah membuat saya happy.
464	PESONA	80	internet	Internet		√			"Baru membayangkan traveling lewat browsing di internet saja sudah membuat saya happy.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
465	PESONA	81	happy	Happy		√			“Baru membayangkan traveling lewat browsing di internet saja sudah membuat saya happy.
466	PESONA	82	Junkie	Junkie		√			Ia bahkan tidak keberatan disebut "travel junkie’.
467	PESONA	83	diva	Diva		√			Menurut Christian, meskipun istrinya sepintas terkesan seperti diva, pada saat traveling Titi tak keberatan diajak duduk ngemper di stasiun kalau kecapekan, atau naik-turun subway.
468	PESONA	84	stasiun	Station	√				Menurut Christian, meskipun istrinya sepintas terkesan seperti diva, pada saat traveling Titi tak keberatan diajak duduk ngemper di stasiun kalau kecapekan, atau naik-turun subway.
469	PESONA	85	subway	Subway		√			Menurut Christian, meskipun istrinya sepintas terkesan seperti diva, pada saat traveling Titi tak keberatan diajak duduk ngemper di stasiun kalau kecapekan, atau naik-turun subway.
470	PESONA	86	bus	Buss	√				Bukan yang hanya naik-turun bus wisata atau taksi,” jelas Titi.
471	PESONA	87	taksi	Taxi	√				Bukan yang hanya naik-turun bus wisata atau taksi,” jelas Titi.
472	PESONA	88	turki	Turkey	√				Selain melewatkan bulan madu keliling Mesir, mereka juga pernah keliling Capadocia, Turki, naik mobil.
473	PESONA	89	co-pilot	Co-Pilot		√			“Tian yang nyetir, saya co-pilot-nya.
474	PESONA	90	mobil	Mobile	√				Selain melewatkan bulan madu keliling Mesir, mereka juga pernah keliling Capadocia, Turki, naik mobil.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
475	PESONA	91	eropa	Europe	√				la tergelak sendiri ketika mengingat pengalaman 'gila'-nya saat traveling keliling Eropa bersama suami dan ibundanya.
476	PESONA	92	Paspor	Pasport	√				Paspor Titi dan ibunya, berikut tiket pesawat pulang,
477	PESONA	93	tiket	Ticket	√				Paspor Titi dan ibunya, berikut tiket pesawat pulang,
478	PESONA	94	polisi	Police	√				Karena tak punya paspor, kami sempat ditahan di kantor polisi selama setengah hari sebelum akhirnya dilepaskan. Kalau diingat-ingat lagi, gila juga ya, kami....”
479	PESONA	95	islandia	Iceland	√				Ke Islandia-nya mungkin tidak susah, tapi keajaiban alam itu nggak bisa ditebak kemunculannya, jadi dibutuhkan keberuntungan ekstra untuk bisa melihatnya. Aduuuh, mudah-mudahan saya diberi keberuntungan itu....”
480	PESONA	96	ekstra	Extra	√				Ke Islandia-nya mungkin tidak susah, tapi keajaiban alam itu nggak bisa ditebak kemunculannya, jadi dibutuhkan keberuntungan ekstra untuk bisa melihatnya. Aduuuh, mudah-mudahan saya diberi keberuntungan itu....”
481									
482	Auto Expert	1	New	New		√			NEW JAG TECH
483	Auto Expert	2	SUV	SUV		√			Sebagai SUV pertama, F-PACE tentunya ingin tampil beda dengan para pesaingnya.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
484	Auto Expert	3	model	Model		√			Tak hanya itu, model baru ini juga dirancang untuk membantu pengendaranya mendapatkan kemudahan dan kelancaran berkomunikasi, baik dengan kerabat, maupun dengan mobil yang dikendarainya.
485	Auto Expert	4	berkomunikasi	Communication	√				Tak hanya itu, model baru ini juga dirancang untuk membantu pengendaranya mendapatkan kemudahan dan kelancaran berkomunikasi, baik dengan kerabat, maupun dengan mobil yang dikendarainya
486	Auto Expert	5	mobil	Mobile	√				Tak hanya itu, model baru ini juga dirancang untuk membantu pengendaranya mendapatkan kemudahan dan kelancaran berkomunikasi, baik dengan kerabat, maupun dengan mobil yang dikendarainya
487	Auto Expert	6	Jaguar	Jaguar		√			Jaguar membenamkan beberapa teknologi canggih pada F-PACE.
488	Auto Expert	7	teknlogi	Technology	√				Jaguar membenamkan beberapa teknologi canggih pada F-PACE.
489	Auto Expert	8	kabin	Cabin	√				Tak hanya di dalam kabin, jaguar juga menyediakan wearable technology bernama Active Key.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
490	Auto Expert	9	wearable	Wearable		√			Tak hanya di dalam kabin, jaguar juga menyediakan wearable technology bernama Active Key.
491	Auto Expert	10	technology	Technology		√			Tak hanya di dalam kabin, jaguar juga menyediakan wearable technology bernama Active Key.
492	Auto Expert	11	active	Active		√			Tak hanya di dalam kabin, jaguar juga menyediakan wearable technology bernama Active Key.
493	Auto Expert	12	key	Key		√			Tak hanya di dalam kabin, jaguar juga menyediakan wearable technology bernama Active Key.
494	Auto Expert	13	fitur	Fiture	√				Fitur opsional satu ini berbentuk gelang, dengan strap yang biasa dijumpai pada jam tangan, lengkap dengan buckle, sehingga bisa digunakan di hampir semua pergelangan tangan.
495	Auto Expert	14	opsional	Optional	√				Fitur opsional satu ini berbentuk gelang, dengan strap yang biasa dijumpai pada jam tangan, lengkap dengan buckle, sehingga bisa digunakan di hampir semua pergelangan tangan.
496	Auto Expert	15	strap	Strap		√			Fitur opsional satu ini berbentuk gelang, dengan strap yang biasa dijumpai pada jam tangan, lengkap dengan buckle, sehingga bisa digunakan di hampir semua pergelangan tangan.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
497	Auto Expert	16	buckle	Buckle		√			Fitur opsional satu ini berbentuk gelang, dengan strap yang biasa dijumpai pada jam tangan, lengkap dengan buckle, sehingga bisa digunakan di hampir semua pergelangan tangan.
498	Auto Expert	17	radio	Radio		√			Active Key juga menggunakan teknologi Radio Frequency Identification (RFID), sama seperti yang digunakan pada kartu pembayaran tunai juga kartu kredit yang ada di dompet Anda.
499	Auto Expert	18	frequency	Frequency		√			Active Key juga menggunakan teknologi Radio Frequency Identification (RFID), sama seperti yang digunakan pada kartu pembayaran tunai juga kartu kredit yang ada di dompet Anda.
500	Auto Expert	19	identification	Identification		√			Active Key juga menggunakan teknologi Radio Frequency Identification (RFID), sama seperti yang digunakan pada kartu pembayaran tunai juga kartu kredit yang ada di dompet Anda.
501	Auto Expert	20	kredit	Credit	√				Active Key juga menggunakan teknologi Radio Frequency Identification (RFID), sama seperti yang digunakan pada kartu pembayaran tunai juga kartu kredit yang ada di dompet Anda.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
502	Auto Expert	21	aktif	Active	√				Saat aktif, Active Key akan secara otomatis mematikan kunci elektronik, jadi penggunanya bisa dengan tenang meninggalkan di dalam kabin mobil.
503	Auto Expert	22	otomatis	Automatic	√				Saat aktif, Active Key akan secara otomatis mematikan kunci elektronik, jadi penggunanya bisa dengan tenang meninggalkan di dalam kabin mobil.
504	Auto Expert	23	elektronik	Electronic	√				Saat aktif, Active Key akan secara otomatis mematikan kunci elektronik, jadi penggunanya bisa dengan tenang meninggalkan di dalam kabin mobil.
505	Auto Expert	24	standar	Standart	√				Saat aktif, Active Key akan secara otomatis mematikan kunci elektronik, jadi penggunanya bisa dengan tenang meninggalkan di dalam kabin mobil.
506	Auto Expert	25	water	Water		√			Saat aktif, Active Key akan secara otomatis mematikan kunci elektronik, jadi penggunanya bisa dengan tenang meninggalkan di dalam kabin mobil.
507	Auto Expert	26	proof	Proof		√			Saat aktif, Active Key akan secara otomatis mematikan kunci elektronik, jadi penggunanya bisa dengan tenang meninggalkan di dalam kabin mobil.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
508	Auto Expert	27	shock	Shock		√			Saat aktif, Active Key akan secara otomatis mematikan kunci elektronik, jadi penggunanya bisa dengan tenang meninggalkan di dalam kabin mobil.
509	Auto Expert	28	extreme	Extreme		√			Saat aktif, Active Key akan secara otomatis mematikan kunci elektronik, jadi penggunanya bisa dengan tenang meninggalkan di dalam kabin mobil.
510	Auto Expert	29	Laser	Laser		√			Untuk membuat pengemudi fokus mengemudi dan memperhatikan jalan di depannya, F-PACE model S dibekali dengan Laser Head Up Display yang tak hanya menampilkan kecepatan berkendara, tapi juga speed limit, setting cruise control jika diaktifkan, juga navigasi.
511	Auto Expert	30	Head	Head		√			Untuk membuat pengemudi fokus mengemudi dan memperhatikan jalan di depannya, F-PACE model S dibekali dengan Laser Head Up Display yang tak hanya menampilkan kecepatan berkendara, tapi juga speed limit, setting cruise control jika diaktifkan, juga navigasi.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
512	Auto Expert	31	up	Up		√			Untuk membuat pengemudi fokus mengemudi dan memperhatikan jalan di depannya, F-PACE model S dibekali dengan Laser Head Up Display yang tak hanya menampilkan kecepatan berkendara, tapi juga speed limit, setting cruise control jika diaktifkan, juga navigasi.
513	Auto Expert	32	display	Display		√			Untuk membuat pengemudi fokus mengemudi dan memperhatikan jalan di depannya, F-PACE model S dibekali dengan Laser Head Up Display yang tak hanya menampilkan kecepatan berkendara, tapi juga speed limit, setting cruise control jika diaktifkan, juga navigasi.
514	Auto Expert	33	fokus	Focus	√				Untuk membuat pengemudi fokus mengemudi dan memperhatikan jalan di depannya, F-PACE model S dibekali dengan Laser Head Up Display yang tak hanya menampilkan kecepatan berkendara, tapi juga speed limit, setting cruise control jika diaktifkan, juga navigasi.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
515	Auto Expert	34	speed	Speed		√			Untuk membuat pengemudi fokus mengemudi dan memperhatikan jalan di depannya, F-PACE model S dibekali dengan Laser Head Up Display yang tak hanya menampilkan kecepatan berkendara, tapi juga speed limit, setting cruise control jika diaktifkan, juga navigasi.
516	Auto Expert	35	limit	Limit		√			Untuk membuat pengemudi fokus mengemudi dan memperhatikan jalan di depannya, F-PACE model S dibekali dengan Laser Head Up Display yang tak hanya menampilkan kecepatan berkendara, tapi juga speed limit, setting cruise control jika diaktifkan, juga navigasi.
517	Auto Expert	36	setting	Setting		√			Untuk membuat pengemudi fokus mengemudi dan memperhatikan jalan di depannya, F-PACE model S dibekali dengan Laser Head Up Display yang tak hanya menampilkan kecepatan berkendara, tapi juga speed limit, setting cruise control jika diaktifkan, juga navigasi.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
518	Auto Expert	37	cruise	Cruise		√			Untuk membuat pengemudi fokus mengemudi dan memperhatikan jalan di depannya, F-PACE model S dibekali dengan Laser Head Up Display yang tak hanya menampilkan kecepatan berkendara, tapi juga speed limit, setting cruise control jika diaktifkan, juga navigasi.
519	Auto Expert	38	control	Control		√			Untuk membuat pengemudi fokus mengemudi dan memperhatikan jalan di depannya, F-PACE model S dibekali dengan Laser Head Up Display yang tak hanya menampilkan kecepatan berkendara, tapi juga speed limit, setting cruise control jika diaktifkan, juga navigasi.
520	Auto Expert	39	navigasi	Navigation	√				Untuk membuat pengemudi fokus mengemudi dan memperhatikan jalan di depannya, F-PACE model S dibekali dengan Laser Head Up Display yang tak hanya menampilkan kecepatan berkendara, tapi juga speed limit, setting cruise control jika diaktifkan, juga navigasi.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
521	Auto Expert	40	sistem	System	√				well, sistem infotainment ini juga bisa dijadikan WiFi hotspot yang bias melayani hingga 8 unit gadget berbeda sekaligus.
522	Auto Expert	41	infotainment	Infotainment	√				well, sistem infotainment ini juga bisa dijadikan WiFi hotspot yang bias melayani hingga 8 unit gadget berbeda sekaligus.
523	Auto Expert	42	WiFi	WiFi		√			well, sistem infotainment ini juga bisa dijadikan WiFi hotspot yang bias melayani hingga 8 unit gadget berbeda sekaligus.
524	Auto Expert	43	hotspot	Hotspot		√			well, sistem infotainment ini juga bisa dijadikan WiFi hotspot yang bias melayani hingga 8 unit gadget berbeda sekaligus.
525	Auto Expert	44	unit	Unit		√			well, sistem infotainment ini juga bisa dijadikan WiFi hotspot yang bias melayani hingga 8 unit gadget berbeda sekaligus.
526	Auto Expert	45	gadget	Gadget		√			well, sistem infotainment ini juga bisa dijadikan WiFi hotspot yang bias melayani hingga 8 unit gadget berbeda sekaligus.
527	Auto Expert	46	performa	Performance	√				well, sistem infotainment ini juga bisa dijadikan WiFi hotspot yang bias melayani hingga 8 unit gadget berbeda sekaligus.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
528	Auto Expert	47	pedal	Pedal		√			well, sistem infotainment ini juga bisa dijadikan WiFi hotspot yang bias melayani hingga 8 unit gadget berbeda sekaligus.
529	Auto Expert	48	mengaplikasikan	Aplicating	√				Ya, Jaguar mengaplikasikan sistem AWD terbaru untuk F-PACE, Ali Surface Progress Control (ASPC) untuk membuatnya memiliki daya jelajah tinggi.
530	Auto Expert	49	All	All		√			Cara mengaktifkannya juga cukup mudah, pilih mode all terrain via tombol di konsol tengah, nyalakan emise control dan set kecepatan menanjak dan turun yang sesuai dan ia akan secara otomatis bergerak, tanpa pengemudi harus menginjak pedal akselerasi ataupun rem.
531	Auto Expert	50	Surface	Surface		√			Ya, Jaguar mengaplikasikan sistem AWD terbaru untuk F-PACE, Ali Surface Progress Control (ASPC) untuk membuatnya memiliki daya jelajah tinggi.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
532	Auto Expert	51	Progress	Progress		√			Ya, Jaguar mengaplikasikan sistem AWD terbaru untuk F-PACE, Ali Surface Progress Control (ASPC) untuk membuatnya memiliki daya jelajah tinggi.
533	Auto Expert	52	Control	Control		√			Ya, Jaguar mengaplikasikan sistem AWD terbaru untuk F-PACE, Ali Surface Progress Control (ASPC) untuk membuatnya memiliki daya jelajah tinggi.
534	Auto Expert	53	mode	Mode		√			Cara mengaktifkannya juga cukup mudah, pilih mode all terrain via tombol di konsol tengah, nyalakan emise control dan set kecepatan menanjak dan turun yang sesuai dan ia akan secara otomatis bergerak, tanpa pengemudi harus menginjak pedal akselerasi ataupun rem.
535	Auto Expert	54	terrain	Terrain		√			Cara mengaktifkannya juga cukup mudah, pilih mode all terrain via tombol di konsol tengah, nyalakan emise control dan set kecepatan menanjak dan turun yang sesuai dan ia akan secara otomatis bergerak, tanpa pengemudi harus menginjak pedal akselerasi ataupun rem.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
536	Auto Expert	55	via	Via		√			Cara mengaktifkannya juga cukup mudah, pilih mode all terrain via tombol di konsol tengah, nyalakan emise control dan set kecepatan menanjak dan turun yang sesuai dan ia akan secara otomatis bergerak, tanpa pengemudi harus menginjak pedal akselerasi ataupun rem.
537	Auto Expert	56	konsol	Console	√		√		Cara mengaktifkannya juga cukup mudah, pilih mode all terrain via tombol di konsol tengah, nyalakan emise control dan set kecepatan menanjak dan turun yang sesuai dan ia akan secara otomatis bergerak, tanpa pengemudi harus menginjak pedal akselerasi ataupun rem.
538	Auto Expert	57	emise	Emise					Cara mengaktifkannya juga cukup mudah, pilih mode all terrain via tombol di konsol tengah, nyalakan emise control dan set kecepatan menanjak dan turun yang sesuai dan ia akan secara otomatis bergerak, tanpa pengemudi harus menginjak pedal akselerasi ataupun rem.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
539	Auto Expert	58	Mengaktifkannya	Activating	√				Cara mengaktifkannya juga cukup mudah, pilih mode all terrain via tombol di konsol tengah, nyalakan emise control dan set kecepatan menanjak dan turun yang sesuai dan ia akan secara otomatis bergerak, tanpa pengemudi harus menginjak pedal akselerasi ataupun rem.
540	Auto Expert	59	set	Set		√			Cara mengaktifkannya juga cukup mudah, pilih mode all terrain via tombol di konsol tengah, nyalakan emise control dan set kecepatan menanjak dan turun yang sesuai dan ia akan secara otomatis bergerak, tanpa pengemudi harus menginjak pedal akselerasi ataupun rem.
541	Auto Expert	60	sistem	System	√				Sistem penggerak AWD dan drive train akan secara otomatis mendistribusikan tenaga setimpal pada tiap roda untuk mendapatkan traksi maksimal.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
542	Auto Expert	61	akselerasi	Acceleration	√				Cara mengaktifkannya juga cukup mudah, pilih mode all terrain via tombol di konsol tengah, nyalakan emise control dan set kecepatan menanjak dan turun yang sesuai dan ia akan secara otomatis bergerak, tanpa pengemudi harus menginjak pedal akselerasi ataupun rem.
543	Auto Expert	62	drive	Drive		√			Sistem penggerak AWD dan drive train akan secara otomatis mendistribusikan tenaga setimpal pada tiap roda untuk mendapatkan traksi maksimal.
544	Auto Expert	63	train	Train		√			Sistem penggerak AWD dan drive train akan secara otomatis mendistribusikan tenaga setimpal pada tiap roda untuk mendapatkan traksi maksimal.
545	Auto Expert	64	mendistribusikan	Distribute	√				Sistem penggerak AWD dan drive train akan secara otomatis mendistribusikan tenaga setimpal pada tiap roda untuk mendapatkan traksi maksimal.
546	Auto Expert	65	traksi	Trance	√				Sistem penggerak AWD dan drive train akan secara otomatis mendistribusikan tenaga setimpal pada tiap roda untuk mendapatkan traksi maksimal.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
547	Auto Expert	66	maksimal	Maximum	√				Sistem penggerak AWD dan drive train akan secara otomatis mendistribusikan tenaga setimpal pada tiap roda untuk mendapatkan traksi maksimal.
548	Auto Expert	67	handling	Handling		√			Sistem ASPC bukan hanya berguna saat menaklukkan tanjakan dan turunan dengan sudut curam, tapi juga menjaga handling mobil tetap stabil saat melintasi permukaan jalan non aspal, mulai dari gravcl hingga genangan air cukup dalam.
549	Auto Expert	68	stabil	Stable	√				Sistem ASPC bukan hanya berguna saat menaklukkan tanjakan dan turunan dengan sudut curam, tapi juga menjaga handling mobil tetap stabil saat melintasi permukaan jalan non aspal, mulai dari gravcl hingga genangan air cukup dalam.
550	Auto Expert	69	non	Non		√			Sistem ASPC bukan hanya berguna saat menaklukkan tanjakan dan turunan dengan sudut curam, tapi juga menjaga handling mobil tetap stabil saat melintasi permukaan jalan non aspal, mulai dari gravcl hingga genangan air cukup dalam.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
551	Auto Expert	70	session	Session		√			Oke, so, Slansko Lake session is finished, etape berikutnya adalah langsung menuju kota Svcti Stefan, atau Saint Stefan dalam bahasa Inggris, di mana Hotel Aman berada dan rumah kita untuk satu malam.
552	Auto Expert	71	is	is		√			Oke, so, Slansko Lake session is finished, etape berikutnya adalah langsung menuju kota Svcti Stefan, atau Saint Stefan dalam bahasa Inggris, di mana Hotel Aman berada dan rumah kita untuk satu malam.
553	Auto Expert	72	finished	Finished		√			Oke, so, Slansko Lake session is finished, etape berikutnya adalah langsung menuju kota Svcti Stefan, atau Saint Stefan dalam bahasa Inggris, di mana Hotel Aman berada dan rumah kita untuk satu malam.
554	Auto Expert	73	inggris	England	√				Oke, so, Slansko Lake session is finished, etape berikutnya adalah langsung menuju kota Svcti Stefan, atau Saint Stefan dalam bahasa Inggris, di mana Hotel Aman berada dan rumah kita untuk satu malam.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
555	Auto Expert	74	hotel	Hotel		√			Oke, so, Slansko Lake session is finished, etape berikutnya adalah langsung menuju kota Svcti Stefan, atau Saint Stefan dalam bahasa Inggris, di mana Hotel Aman berada dan rumah kita untuk satu malam.
556	Auto Expert	75	GPS	GPS		√			Melirik ke GPS di layar display, jarak antara Slansko ke Sveti Stefan adalah 121 Km, artinya kami harus kembali menempuh sekitar 2 jam perjalanan.
557	Auto Expert	76	display	Display		√			Melirik ke GPS di layar display, jarak antara Slansko ke Sveti Stefan adalah 121 Km, artinya kami harus kembali menempuh sekitar 2 jam perjalanan.
558	Auto Expert	77	trek	Track	√				Untungnya, melihat medan jalan, banyak trek lurus.
559	Auto Expert	78	lagging	Lagging		√			Anehnya, GPS ini sama sekali tidak terganggu atau lagging, boleh jadi ini karena GPS yang digunakan oleh Jaguar pada F-PACE berbentuk Software, terintegrasi dengan mobil, awesome.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
560	Auto Expert	79	software	Software		√			Anehnya, GPS ini sama sekali tidak terganggu atau lagging, boleh jadi ini karena GPS yang digunakan oleh Jaguar pada F-PACE berbentuk Software, terintegrasi dengan mobil, awesome.
561	Auto Expert	80	terintegrasi	Integrated	√				Anehnya, GPS ini sama sekali tidak terganggu atau lagging, boleh jadi ini karena GPS yang digunakan oleh Jaguar pada F-PACE berbentuk Software, terintegrasi dengan mobil, awesome.
562	Auto Expert	81	awesome	Awesome		√			Anehnya, GPS ini sama sekali tidak terganggu atau lagging, boleh jadi ini karena GPS yang digunakan oleh Jaguar pada F-PACE berbentuk Software, terintegrasi dengan mobil, awesome.
563	Auto Expert	82	speed	Speed		√			Kendati memang jalan menuju Svcti Stefan banyak trek lurus dan sepi, tapi terhalang oleh speed limit, 50 km/jam di dalam jalan perkotaan dan 80 km/jam di luar kota.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
564	Auto Expert	83	limit	Limit		√			Kendati memang jalan menuju Svcti Stefan banyak trek lurus dan sepi, tapi terhalang oleh speed limit, 50 km/jam di dalam jalan perkotaan dan 80 km/jam di luar kota.
565	Auto Expert	84	sanksi	Sanctions	√				Takut melanggar dan kena sanksi dari ketegasan polisi lalu- lintas Montenegro itu pasti, tapi kapan lagi bisa menguji performa?
566	Auto Expert	85	mesin	Machine	√				So, saat kondisi jalan mulai lengang, kami bisa merasakan performa dari mesin V6,3,0 Liternya.
567	Auto Expert	86	liternya	Litre	√				So, saat kondisi jalan mulai lengang, kami bisa merasakan performa dari mesin V6,3,0 Liternya.
568	Auto Expert	87	informasi	Information	√				One more thing, semua informasi tentang kecepatan hingga speed limit bisa dipantau via laser head-up display a-la fighter jet di depan muka pengemudi.
569	Auto Expert	88	fighter	Fighter		√			One more thing, semua informasi tentang kecepatan hingga speed limit bisa dipantau via laser head-up display a-la fighter jet di depan muka pengemudi.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
570	Auto Expert	89	jet	Jet		√			One more thing, semua informasi tentang kecepatan hingga speed limit bisa dipantau via laser head-up display a-la fighter jet di depan muka pengemudi.
571	Auto Expert	90	sorry	Sorry		√			Sorry, tapi sampai di sini kami masih tetap beranggapan SUV ini masih berupa Land Rover yang berganti baju.
572	Auto Expert	91	drivernya	Driver		√			Sorry, tapi sampai di sini kami masih tetap beranggapan SUV ini masih berupa Land Rover yang berganti baju.
573	Auto Expert	92	menit	Minute	√				Butuh sekitar 15 menit lagi perjalanan menuju Porto Montenegro untuk akhirnya bisa berjumpa.
574	Auto Expert	93	ferry	Ferry		√			Porto Montenegro, di atas Ferry, kami bertemu face-to-face dengan Jaguar F-PACE S 3,0 liter V6.
575	Auto Expert	94	face-to-face	Face-To-Face		√			Porto Montenegro, di atas Ferry, kami bertemu face-to-face dengan Jaguar F-PACE S 3,0 liter V6.
576	Auto Expert	95	desainnya	Design	√				Temvata desainnya terlihat cukup beda dari Discovery Sport.
577	Auto Expert	96	dicovery sport	Discovery Sport		√			Temvata desainnya terlihat cukup beda dari Discovery Sport.
578	Auto Expert	97	sporty	Sporty		√			Hmm... lebih sporty.
579									

APPENDIX

Audio & Video

Semuanya Ada Di Konten

Oleh Ramadhan Triwijonarko

Format mendengarkan dan menikmati sajian terus berubah. Berbagai *tech startup* Indonesia pun meramaikan dunia *streaming* dengan produknya masing-masing. Namun, intinya tetap sama. Kesemuanya berusaha menghadirkan konten yang berkualitas.

Ujalah dunia audio video berubah seiring perkembangan teknologi. Jika dulu kita menikmati melalui radio, tape, *compact disc*, atau televisi, layanan berbasis internet hadir dan perlahan menggantikan perilaku manusia dalam menikmati sajian audio video.

Di luar Indonesia, penyedia konten layanan *streaming* memang telah menjamur. Spotify bisa dibilang sebagai salah satu layanan penyedia *streaming* musik terbesar di dunia dengan anggota mencapai lebih dari 60 juta orang. Layanan musik *streaming* ini pun siap mengadu peruntungannya di Indonesia. Selain Spotify, ada nama besar seperti Deezer, Pandora, Tidal, dan Apple yang ikut-ikutan menyediakan layanan *streaming* musik melalui Apple Music.

Gurihnya bisnis *streaming* itu pun menarik perhatian pemain *tech startup* Tanah Air. Dari dalam negeri mulai bermunculan nama-nama penyedia jasa layanan *streaming* musik, baik yang disokong oleh perusahaan besar atau yang berdiri mandiri.

Volup adalah salah satu layanan *streaming* musik asal Indonesia yang bisa dirasakan melalui perangkat *smartphone* dan *website*. Layanan Volup mulai diresakan pada Oktober 2015 lalu. Meskipun masih sangat baru, kehadiran Volup bisa dianggap sebagai serangan balik dari para musisi Indonesia. Ketika diluncurkan, Volup didukung oleh barisan musisi papan atas seperti Eva Celia, Andy /rif, Ikke Nurjanah, dan Pongky Barata.

"Rasanya kompetisi pada layanan *streaming* musik ini bukan kompetisi biasa, karena yang terjadi adalah kami para pemain sama-sama di tahap memberikan edukasi dulu kepada masyarakat tentang musik *streaming* itu sendiri," ujar Reza Ario Bimo, CEO Volup kepada *Marketeers*.

Pria yang kerap disapa dengan sapaan Echa ini menyampaikan bahwa ide awal Volup sudah ada sejak 2012. Dia melihat bahwa bisnis musik konvensional di Indonesia sudah sangat menurun. Hal ini juga sejalan dengan tren musik *streaming* yang marak di luar Indonesia. "Pada akhirnya idenya sih *simple*. Mikir *value* apa yang ditawarkan untuk pengguna dan juga pelaku. Kenapa tidak bikin aplikasi musik yang begitu pencet bisa langsung putar lagu, bisa beli dengan mudah. *Nah*, dari situ baru *deh* eksekusi."

Meskipun berada dalam lingkungan industri musik, tidak otomatis Volup berjalan mulus. Echa mengakui bahwa permasalahan bisnis yang dialaminya sama dengan pelaku *tech startup* lainnya, yakni masalah modal. Hal pertama yang dilakukan oleh Volup meminjam istilah Echa adalah mencari 'Bapak Angkat'. Ketika sudah mendapatkan suntikan dana dari 'Bapak Angkat', barulah Echa melakukan pembangunan sistem dari mulai desain, fungsi, *coding*, konten, integrasi bersama para partner, hingga proses pemasaran.

"Karena ini layanan utamanya musik, tentu saja konten menjadi sangat penting. Industri musik melalui ASIRI (Asosiasi Industri Rekaman Indonesia) juga mendukung penuh," ungkap Echa.

Pelaku *tech startup* yang bergerak pada bidang audio tidak sebatas jasa layanan *streaming* musik saja. Di Yogyakarta, hadir sebuah *tech startup* yang juga fokus pada layanan audio. Bedanya, alih-alih memberikan konten musik, *tech startup* satu ini justru menawarkan layanan *audiobook* dengan nama Listeno.

Listeno memungkinkan penggunanya mendengarkan isi buku dalam bentuk suara melalui *smartphone* mereka. Aplikasi Listeno memfasilitasi para penggemar buku dengan menawarkan layanan buku dari beragam judul dan kategori. "Ada beberapa temuan bahwa pembaca buku itu menurun. Kami melihatnya bukan karena mereka tidak mau membaca, tapi karena tidak ada waktu. Kami coba menjembatani dengan menghadirkan cara baru membaca dengan mendengarkan," ungkap Afit Husni, CEO Listeno.

Selain itu, Afit mengakui bahwa ide ini muncul karena dirinya bersama rekan-rekannya ingin menghadirkan sesuatu yang berbeda. Meskipun dia mengakui bahwa *audiobook* bukanlah format yang populer di dalam negeri. Tapi, Afit tetap meyakini bahwa ke depan, format *audiobook* akan menjadi tren. Ia merujuk pada pertumbuhan jaringan internet yang sudah masuk tahap 4G serta perilaku konsumsi masyarakat yang sekarang serba digital.

Listeno mulai bisa dirasakan oleh konsumen

pada pertengahan 2015, hanya kurang dari setahun sejak ide Listeno muncul. "Kendala awal bagi kami adalah meyakinkan para penerbit. Kami menawarkan bahwa Listeno adalah media baru untuk penerbit dalam mendistribusikan buku tidak hanya dalam format cetak dan *e-book*," terang Afit.

Selain meyakinkan produk, Listeno juga mengalami permasalahan dalam menyampaikan pesan yang ada di dalam buku ke dalam bentuk suara. Tidak habis akal, Listeno menyiapkan tim konten yang memiliki jam terbang luas sebagai penyiar untuk mengonversi pesan dalam buku dalam bentuk suara.

Mulai dari hiburan hingga metode arsip

Sama halnya dengan format audio, format audio visual atau video juga terus mengalami perubahan. Jauh sebelum internet menjajah konsumen, televisi adalah sumber utama untuk memanjakan mata dan suara yang haus akan hiburan. Ketika internet muncul, praktis konsumen bisa memilih konten sesukanya kapan pun dan di mana pun.

YouTube berhasil mengubah cara orang menikmati hiburan. Jutaan video berada dalam satu situs yang bisa diakses secara gratis. Setelah YouTube, masyarakat juga dimanjakan dengan kehadiran layanan Netflix yang memungkinkan penonton menyaksikan film-film beragam genre secara legal dan terjangkau.

Sama seperti yang terjadi di luar sana, Indonesia juga berhasil melahirkan *tech startup* yang menghadirkan layanan audio visual. Salah satunya adalah Vidio.com. Saat ini Vidio.com memasuki tahun keduanya setelah pertama kali hadir pada tahun 2014 lalu. Prami Rachmiadi, Chief Marketing Officer PT Kreatif Media Karya (KMK Online) menceritakan, bukan hal yang mudah untuk meyakinkan masyarakat merasakan layanan Vidio.com setelah terbiasa dengan layanan YouTube.

"Paling sulit adalah mengajak orang-orang untuk memakai layanan kami. Kecenderungan masyarakat adalah senang memakai platform yang lebih lama, sementara kami masih baru dan lokal lagi. Untuk itu, kami banyak menggandeng pihak dan ingin memberi tahu masyarakat bahwa platform ini tidak buyar," jelas Prami.

Vidio.com memutar otak untuk bisa meyakinkan masyarakat, salah satunya dengan melakukan program aktivasi, seperti ajang kompetisi, kuis-kuis mingguan, dan kontes-kontes lain sesuai minat masyarakat.

Vidio.com saat ini berada di bawah bendera Emtek Group yang memiliki departemen *TV Business*, *Production Business*, *Content business*, dan *Online Business* (KMK Online). Dengan sokongan dari Emtek Group, Vidio.com mengklaim memiliki infrastruktur mumpuni. "Teknologi kami memungkinkan untuk penyesuaian antara *bandwidth* yang dimiliki perusahaan telekomunikasi dan yang layak dikonsumsi oleh masyarakat yang kemudian diaplikasikan pada layanan *live streaming* kami. Pastinya, performa kami lebih baik," terang Prami.

Selain Vidio.com, penyedia konten audio visual dalam skala yang lebih kecil juga menjamur di Indonesia. Salah satunya adalah Sounds From The Corner (SFTC). SFTC bermula dari ide seorang Dimas Wisnuwardono untuk bisa mendokumentasikan aksi panggung beragam musisi dalam bentuk audio dan video yang *ciamik*.

Bersama rekannya Teguh Wicaksono, SFTC mulai mendokumentasikan puluhan aksi musisi-musisi berkualitas asal Indonesia sejak 2012 yang bisa disaksikan melalui situs YouTube dan Sounds From The Corner. "Kendala awal adalah menerjemahkan konsep kami kepada para musisi tersebut. Awalnya ketika kami pertama kali mencoba menawarkan, banyak musisi yang bingung. Akhirnya kami menjelaskan bahwa ada dua konsep yang kami tawarkan, yakni *live session* dan konser," ujar Dimas.

Dimas memilih fokus menghadirkan konten *live music* dengan dalih untuk pengarsipan di masa depan. Ia mengamati ketika pertama kali hadir, belum banyak penyedia layanan yang fokus pada *live music* seperti STFC. Setelah jalan beberapa tahun, STFC mendapatkan pengakuan dari beragam musisi, bahkan tidak sedikit musisi tersebut yang meminta untuk direkam oleh STFC.

Kekuatan konten sebagai senjata monetasi

Yang menjadi senjata bagi sebuah penyedia layanan audio dan visual adalah kekuatan konten mereka. Keempat contoh *tech startup* itu berusaha

GRAPHIC

Source:
Tech Startup Report 2015 by DailySocial

BIODATA PENULIS

Ja’far Subhi lahir di Jakarta, 20 April 1994. Anak ketiga dari pasangan Asrul dan Warnis ini mulai menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta pada tahun 2012. Sebelumnya penulis telah menempuh pendidikan di SDN Klender 13, SMPN 6 Jakarta, dan SMAN 36 Jakarta. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 di jurusan Bahasa dan Sastra Inggris program studi Pendidikan Bahasa Inggris pada tahun 2017.

Penulis sekarang tinggal di Jalan C Kampung Tanah 80 RT 06/08 Duren Sawit Jakarta Timur dan bisa dihubungi melalui nomor telepon (+62)81318893710 atau melalui e-mail jafarkibs@gmail.com.